

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, KEAMANAN, KEPERCAYAAN,  
DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI  
GOJEK PADA FITUR GOPAY DI MASA PANDEMI COVID-19  
( Studi Pengguna GoPay di Kota Denpasar kabupaten Bali)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

**LUTFIA FARHATUL MAHMUDA**  
NIM.E20172090

Pembimbing:

**Dr. MOH. HARIS BALADY, S.E.M.M**  
NUP.201603142

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 202**

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, KEAMANAN, KEPERCAYAAN,  
DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI  
GOJEK PADA FITUR GOPAY DI MASA PANDEMI COVID-19  
( Studi Pengguna GoPay di Kota Denpasar kabupaten Bali)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Islam

**Oleh:**

**LUTFIA FARHATUL MAHMUDA**  
**NIM.E20172090**

**Pembimbing:**



**Dr. MOH. HARIS BALADY, S.E.M.M**  
**NUP.201603142**

**IAIN JEMBER**

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, KEAMANAN, KEPERCAYAAN,  
DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI  
GOJEK PADA FITUR GOPAY DI MASA PANDEMI COVID-19  
( studi pengguna GoPay di kota Denpasar kabupaten Bali)**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Selasa  
Tanggal : 6 Juli 2021

**Tim Penguji**

Ketua



**M.Saiful Anam, M.Ag**  
NIP:197111142003121002

Sekretaris



**Nur Hidayat, SE., M.M**  
NUP:201603132

Anggota:

1. Dr. H. Abdul Wdud Nafis, Lc., M.EI

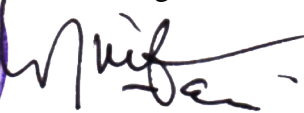


2. . Dr. Haris Balady, SE., M.M



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Jember



**Prof. Hamdan Rifa'i, SE., M.Si.**  
NIP. 19680807 200003 1 001



## MOTTO

قُلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: “Katakanlah: Masing-masing bekerja menurut bentuknya (bakatnya), Tuhanmu lebih mengetahui orang yang mendapat jalan yang terlebih baik”. (QS. al-Isra: 84).<sup>1</sup>

Pada ayat di atas dikemukakan bahwa setiap orang yang beramal dan berbuat sesuai kemampuannya. Artinya, seseorang harus bekerja dengan penuh ketekunan dan mencurahkan seluruh keahliannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya maka akan melahirkan hal-hal yang optimal. Melayani dengan sepenuh hati, tidak mengabaikan perintah serta aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah SWT merupakan pelayanan yang Islami. Di dalam memberikan pelayanan kepada konsumen setiap pihak harus bekerja secara professional dan terampil<sup>2</sup>



<sup>1</sup> Departemen, Agama, RI, *Al-Qur'an dan Terjamahannya*, (Semarang: Toha Putra Ahmad, S. *Sanad Shahih Juz 1*. Jakarta: Pustaka Azzam, 2016), 473.

<sup>2</sup> A. Fadla, *Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2016), 138.

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan kata Alhamdulillah serta segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan juga lancar. Sebagai tanda ucapan terima kasih dari saya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Bapak mahmud dan Ibu Fitriyah yang selalu memberikan bantuan doa sepanjang waktu serta dukungan dan motivasi. Penulis mengucapkan ribuan terimakasih karena semua doa dan dukungan dari beliau, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Semua orang yang saya cintai mulai dari guru, keluarga, kekasih, teman dan segala pihak yang selalu mendoakan dan mendukung dalam penulisan ini.
3. Kepada Ibu Bapak Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember, yang telah memberikan semangat, motivasi serta ilmu yang berharga.
4. Kepada keluarga besar Asrama baitul ilmi, PMII Rayon FEBI, HMPS EKSYAR, Ekonomi Syariah 2 angkatan 2017.
5. Almamater tercinta IAIN Jember, terimakasih karena telah memberikan saya kesempatan untuk belajar dan mengembangkan ilmu selama ini.

IAIN JEMBER

## KATA PENGANTAR

*Assalamu' alaikum warahmatullaahi wabarakatuh*

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, penulis ucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan segala karunia-Nya baik berupa kenikmatan maupun kesehatan lahir dan batin sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk melaksanakan Penelitian Skripsi yang berjudul **PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI GOJEK PADA FITUR GOPAY DI MASA PANDEMI COVID-19 (studi pengguna GoPay di kota Denpasar kabupaten Bali)**. Shalawat teriring salam senantiasa tercurahkan kepada sang revolusioner sejati Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan umatnya, yang selalu kita nantikan *syafaat*-nya di *yaumul akhir*. Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian lapangan terhadap beberapa responden sebagai salah satu syarat menyelesaikan derajat Sarjana (S1) jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER .

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan, baik yang berupa saran, kritik, bimbingan maupun bantuan lainnya dalam bentuk moril maupun materiil. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan puji sukur kehadiran Allah SWT, untuk semua karunia dan nikmatNya yang masih bisa saya rasakan hingga detik ini, tiada henti membimbing dan menuntun langkah hidup penulis dan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Bapak mahmud dan Ibu Fitriyah yang selalu memberikan bantuan doa sepanjang waktu serta dukungan dan motivasi. Penulis mengucapkan ribuan terimakasih karena semua doa dan dukungan dari beliau, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, M.M., selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Jember.
3. Bapak Dr.Khamdan Rifa'i,SE, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember.
4. Ibu Nikmatul Masruroh, M.EI., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember.
5. Bapak Dr. Haris Balady, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, dan perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
6. Seluruh pengguna layanan GoPay pada aplikasi GoJek atas segala wawancara dan sumber informasi yang telah diberikan sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
7. Semua orang yang saya cintai mulai dari keluarga, guru, kekasih, teman dan segala pihak yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam penulisan ini, saya ucapkan terimakasih atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bentuk bantuan, dukungan, kepedulian yang telah diberikan kepada penulis untuk menyukseskan skripsi ini mendapat balasan dari Allah SWT. Semoga keberkahan selalu tercurah kepada kita semua. Penulis sangat



menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan memotivasi dalam pengembangan dimasa datang. Kami berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kami khususnya dan bagi pembaca umumnya.

***Wassalamu'alaikum warahmatullaahi wabarakatuh***

Jember, 28 Juni 2021

Penulis



Lutfia Farhatul mahmuda  
NIM.E20172090



## ABSTRAK

**Lutfia Farhatul Mahmuda, Dr. Moh. Haris Balady, S.E. M.M, 2021:**  
*Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoJek Pada Layanan GoPay Di Masa Pandemi Covid-19.*

Kota Denpasar merupakan ibu kota Provinsi Bali, yang mempunyai potensi tingkat menengah dalam pengembangan instrumen pembayaran non tunai (*e-money*) dengan menjadi destinasi wisata paling populer di Indonesia. Saat ini banyak kegiatan ekonomi masyarakat Denpasar dengan memanfaatkan layanan GoPay pada aplikasi GoJek sebagai alat transaksi yang digunakan untuk pengganti uang tunai.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan inovasi terhadap keputusan menggunakan fitur GoPay pada aplikasi GoJek di masa pandemi Covid-19.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. penelitian ini mengambil sampel pada responden yang menggunakan GoPay di kota Denpasar - Bali. Data berhasil dikumpulkan sejumlah 100 responden dengan menggunakan survey secara online.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin kuat kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan inovasi maka semakin kuat pula pengaruh terhadap keputusan menggunakan aplikasi GoJek pada fitur GoPay di masa pandemi Covid-19.

**Kata Kunci:** *E-Money, GoPay, GoJek, Financial Technology, Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Inovasi, Covid-19.*

IAIN JEMBER

## ABSTRACT

**Lutfia Farhatul Mahmuda, Dr. Moh. Haris Balady, S.E. M.M, 2021:** *The Effect of Convenience, Benefits, Security, Trust, and Innovation on the Decision to Use the GoJek Application on GoPay Services During the Covid-19 Pandemic.*

Denpasar City is the capital city of Bali Province, which has medium-level potential in developing non-cash payment instruments (e-money) by becoming the most popular tourist destination in Indonesia. Currently, there are many economic activities for the people of Denpasar by utilizing GoPay services on the GoJek application as a transaction tool used to replace cash.

This study aims to analyze and examine the effect of convenience, benefits, security, trust, and innovation on decisions to use the GoPay feature on the GoJek application during the Covid-19 pandemic.

The method used in this research is descriptive quantitative. Sampling was done by using purposive sampling technique. This study takes a sample of respondents who use GoPay in the city of Denpasar - Bali. Was collected by 100 respondents using an online survey.

The results show that the stronger the convenience, benefits, security, trust, and innovation, the stronger the influence on the decision to use the GoJek application on the GoPay feature during the Covid-19 pandemic.

**Keywords:** E-Money, GoPay, GoJek, Financial Technology, Convenience, Benefits, Security, Trust, Innovation, Covid-19.

IAIN JEMBER

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>Halaman Judul .....</b>	
<b>Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Persetujuan Kaprodi .....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Identitas Tim Penguji Skripsi .....</b>	<b>iii</b>
<b>Motto.....</b>	<b>iv</b>
<b>Persembahan .....</b>	<b>v</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>vi</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>viii</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xvi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	14
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Manfaat Penelitian.....	16
E. Ruang Lingkup Penelitian .....	18
F. Asumsi Penelitian .....	26
G. Kerangka Berfikir.....	27
H. Hipotesis.....	28
I. Sistematika Pembahasan.....	35
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>37</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	37
B. Kajian Teori .....	55
1. Manajemen Pemasaran .....	55
2. Teknologi Informasi .....	58
3. <i>Financial Technology (FinTech)</i> .....	60
4. Konsep <i>E-money</i> .....	63

5. Pembayaran Non Tunai.....	69
6. GoJek .....	70
7. Nilai-nilai dalam menggunakan GoPay .....	73
8. Covid-19.....	81
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>84</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	84
B. Populasi Dan Sampel .....	85
C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data.....	87
D. Analisa Data.....	89
E. Teknik analisa Data .....	90
<b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>95</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	95
B. Penyajian Data .....	98
C. Penyajian Data .....	104
D. Penyajian Data .....	143
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>186</b>
A. Kesimpulan .....	186
B. Saran .....	188
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>190</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>164</b>
1. Surat Izin Penelitian	
2. Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian	
3. Surat Keterangan Telah Selsai Melakukan Penelitian	
4. Daftar Kuisisioner	
5. Hasil Kuisisioner	
6. Hasil Analisis Dengan SPSS 24	
7. Dokumentasi	
8. Pernyataan Keaslian Penulisan	
9. Biodata Penulis	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1	gambar kerangka berfikir <sup>27</sup>	
4.1	Grafik Fitur Yang Digunakan Pada GoPay. ....	104
4.3	Gambar Uji Heteroskedastisitas Scatter plot .....	134
Gambar 4.4	model diagram jalur <sup>140</sup>	



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Penelitian Terdahulu .....	51
2.2.	Contoh e-money yang beredar di Indonesia .....	67
2.3.	Fitur GoJek .....	68
4.1.	Distribusi Kuesioner.....	99
4.2.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	100
4.3.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan (X1).....	105
4.4.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Manfaat (X2) .....	104
4.5.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keamanan (X3).....	108
4.6.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X4) .....	110
4.7.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Inovasi (X5) .....	111
4.8.	Variabel (Y).....	113
4.9.	Nilai <i>Mean</i> dan Loading Faktor .....	114
4.10.	Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1) .....	119
4.11.	Hasil Uji Validitas Kemudahan (X2) .....	119
4.12.	Hasil Uji Validitas Kemudahan (X3) .....	121
4.13.	Hasil Uji Validitas Kemudahan (X4) .....	122
4.14.	Hasil Uji Validitas Kemudahan (X5) .....	122
4.15.	Hasil Uji Reabilitas .....	124
4.16.	Hasil Output KMO And Bartlett's Test .....	125
4.17.	Hasil Anti-image Matrices .....	125
4.18.	Hasil Communalities .....	126
4.19.	Total Variance Explained .....	127
4.20.	Total Component matrix .....	128
4.21.	Faktor Model Rotasi .....	129
4.22.	Hasil Uji Normalitas.....	131
4.23.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Glatser .....	113
4.23.	Hasil Uji Multikolinieritas .....	132
4.24.	Hasil Hasil Uji F.....	135
4.25.	Hasil T .....	138

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang relatif cepat ini telah mempengaruhi perkembangan perekonomian dunia. Negara-negara sedang berkembang di wilayah Asia Pasifik, termasuk Indonesia menunjukkan bahwa difusi teknologi informasi berkorelasi positif cukup kuat dengan tingkat pendapatan perkapita, salah satu ukuran kesejahteraan sebuah Negara.<sup>3</sup> Teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang membuat perubahan dalam kehidupan manusia. Misalnya saja dalam bidang budaya, perekonomian, pertahanan, keamanan serta pendidikan. Untuk itu semua pihak yang ada didalamnya wajib berbenah dan mengikuti perkembangan yang ada.<sup>4</sup>

Saat ini banyak kegiatan ekonomi yang memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi untuk memudahkan masyarakat seperti transaksi jual beli online, transfer mobile, atau juga pembayaran untuk pembelian dan tagihan melalui kartu kredit atau debit yang dikeluarkan oleh bank. Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat atas suatu

---

<sup>3</sup> Rachmadi Usman, *Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran*, Vol. 32 No. 1 (Surabaya: Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Januari 2017), 134.

<sup>4</sup> Aliyya La Aba Wastakbaru, *Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) T-Cash Sebagai Alat Transaksi Pada Pelanggan Telkomsel (Tinjauan Ekonomi Keuangan Islam)* (Banda Aceh: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018), 2.



alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik.<sup>5</sup>

Kemajuan teknologi pada era modern sekarang berpengaruh penting terhadap perubahan pada sistem pembayaran dalam bertransaksi. Masyarakat Indonesia yang dulunya banyak berbelanja dengan uang tunai, sekarang telah mengetahui serta memanfaatkan pembayaran dengan metode non tunai saat melakukan bermacam-macam transaksi. Pembayaran elektronik sebagai alat pembayaran dalam bentuk nilai yakni uang disimpan dalam media elektronik tertentu. Sistem pembayaran yang efisien dapat diukur dari kemampuan dalam menciptakan biaya yang minimal untuk mendapatkan manfaat dari suatu kegiatan transaksi. Kegiatan transaksi yang penting dalam siklus perekonomian yaitu kegiatan yang melibatkan alat pembayaran. Alat pembayaran adalah instrument dalam sistem pembayaran yang merupakan media transaksi bagi produsen maupun konsumen.<sup>6</sup>

Pembayaran dengan sistem non tunai yang dikenal saat ini yaitu uang elektronik. Uang elektronik adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.<sup>7</sup> Ada beberapa jenis yang dapat digunakan dalam pembayaran elektronik yaitu *digital cash* atau *e-cash*, *e-wallet*, *smart card*. Setiap jenis pembayaran tersebut memiliki cara transaksi yang berbeda karena punya karakteristik, fungsi, manfaat, serta keunggulan masing-masing.

---

<sup>5</sup> Ibid., 134.

<sup>6</sup> Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi* (Yogyakarta: Andi, Edisi Revisi, 2003), 4.

<sup>7</sup> Anjar Priyono, *Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay*, V O L . 21 N O .1 (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2017), 88.

Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology (fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.<sup>8</sup>

*FinTech (Financial Technology)* merupakan inovasi di bidang jasa keuangan yang lagi tren di Indonesia. *Fintech* dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat secara luas melalui akses terhadap produk keuangan sehingga transaksi menjadi lebih praktis, mudah, dan efektif. Kreativitas dan inovasi di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada akhirnya akan merambah ke berbagai aktivitas kehidupan manusia.<sup>9</sup>

*FinTech* menggambarkan sebuah industri bagi perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi untuk membuat sistem keuangan menjadi lebih efisien. *FinTech* adalah sebuah segmen dari dunia *startup* yang memiliki fokus untuk memaksimalkan penggunaan teknologi guna mengubah, mempercepat atau mempertajam berbagai aspek dari layanan keuangan yang tersedia saat ini. Mulai dari metode pembayaran, transfer dana, pinjaman, pengumpulan dana, hingga pengelolaan aset. *Fintech* pada umumnya bertujuan untuk menarik konsumen dengan memberikan produk serta layanan

---

<sup>8</sup> Peraturan Bank Indonesia No.18/40/Pbi/2016 Tentang *Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*, Yogyakarta: 9 November 2016).

<sup>9</sup> Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology* (Jakarta: Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020), 7.

yang lebih *user friendly*, efisien, transparan, dan otomatis jika dibandingkan dengan produk atau layanan yang tersedia saat ini.<sup>10</sup>

Berkembangnya bisnis *financial technology (fintech)* juga ikut mempengaruhi munculnya perusahaan *startup* yang bergerak di sektor keuangan digital. Salah satu produk finansial digital tersebut adalah uang elektronik (*e-money*). Dengan munculnya uang elektronik akan memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai. Menjamurnya bisnis *startup* membuat para pelaku usaha ini berlomba-lomba melakukan inovasi-inovasi dalam produk finansial digitalnya.<sup>11</sup>

Salah satu perusahaan *fintech* yang tengah berkembang saat ini yaitu GoPay yang dimiliki oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (GoJek). PT.GoJek Indonesia merupakan perusahaan penyedia aplikasi *mobile* yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, layanan pembayaran, dan layanan lainnya.<sup>12</sup>

Pembayaran elektronik sudah banyak digunakan untuk pembayaran transportasi umum dan pembayaran di minimarket maupun restoran. Sampai saat ini pembayaran elektronik yang berbasis pada telepon seluler yang berkembang di kalangan masyarakat yaitu GoPay milik GoJek, Ovo milik Lippo Group, LinkAja milik Telkomsel, tapcash milik bank BNI, Flazz milik bank BCA, shopeepay milik Shopee dan lain sebagainya.

---

<sup>10</sup> Ibid., 10.

<sup>11</sup> Rifqy Tazkiyyaturrohmah, *Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern*, Vol. 3, No.1, (Ponorogo: Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Ponorogo, Mei 2018), 22.

<sup>12</sup> Ibid., 641.

Salah satu produk dari uang elektronik yang berbasis *server*, yakni GoPay merupakan produk yang memberikan penawaran yang menarik bagi penggunanya. Dari sisi lain GoPay memberikan kemudahan bagi konsumen yakni fasilitas yang dimiliki PT.GoJek terbilang unik dan provider yang lainnya. Kemudahan dalam bertransaksi memberikan kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin sebanyakmana pun.<sup>13</sup>

Majalah *Fortune* menempatkan GoJek di posisi ke-17 dalam daftar perusahaan yang mengubah dunia. Ia bersanding dengan perusahaan populer seperti Apple, Microsoft, dan Unilever. *Fortune* mengatakan GoJek mampu melanjutkan perekonomian kota di mana bisnis-bisnis UMKM terbantu dengan pelonjakan pendapatan setelah menjadi mitra perusahaan. Mitra pengemudi juga sangat terbantu dari sebuah ekosistem yang dibangun oleh GoJek. Berkat keberhasilan dalam mendorong transaksi nontunai melalui fitur dompet digital, Bank Indonesia telah menobatkan perusahaan sebagai Perusahaan Fintech Teraktif Pendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) Inklusi dan Edukasi Keuangan serta Pemberdayaan UMKM Tahun 2017.<sup>14</sup>

Akan tetapi pengembangan *e-money* khususnya GoPay masih belum optimal dikarenakan masyarakat masih terbiasa menggunakan uang tunai dan belum meratanya informasi kepada masyarakat mengenai aplikasi yang mendukung pembayaran melalui system *e-money* di Kota Denpasar-Bali.

---

<sup>13</sup> Tri Inda F Rahma, *Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology*. Vol.3. No. 1 (Jurnal At-Tawwasuth, 2018), 641.

<sup>14</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia*. (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 7.

Masyarakat Bali dipilih untuk menjadi objek penelitian dengan menggunakan sampel masyarakat Denpasar saja karena pengguna aplikasi GoJek di daerah sudah cukup Tinggi.

Fakta di lapangan menunjukan bahwa masyarakat masih gemar menggunakan uang kartal, seperti uang kertas dan uang logam. Transformasi berwujud uang mampu menciptakan transaksi uang yang mudah dan efisien dari perkembangan teknologi tersebut. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi dan keuangan mayoritas menawarkan kemudahan untuk bertransaksi melalui nontunai yaitu uang elektronik.

PT.GoJek mengembangkan berbagai inovasi dalam layanannya sebagai solusi dan kemudahan dalam menghadapi masalah masyarakat saat ini. Layanan yang ditawarkan pada aplikasi GoJek antara lain yaitu Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Pulsa, Go-Send, Go-Point, Go-Bills, Go-Box, Go-Shop, Go-Mart, Go-Tix, Go-Med, dan GoPay. GoPay merupakan layanan dompet elektronik untuk mempermudah transaksi pembayaran secara online pada aplikasi GoJek. GoJek bekerjasama dengan beberapa bank di Indonesia diantaranya Bank Mandiri, Bank BNI 46, Bank Central Asia, CIMB Niaga dan beberapa bank lainnya yang memiliki dukungan teknologi.<sup>15</sup>

CEO PT.GoJek Nadiem Makarim menuturkan bahwa lebih dari 50 persen transaksi dalam GoJek kini telah dilakukan melalui GoPay. Dengan tingkat adopsi pasar yang besar seperti GoPay pihak PT.GoJek berencana membuka layanan GoPay untuk *merchant* lain. PT.GoJek terus

---

<sup>15</sup> Anjar Priyono, *Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompet Elektronik Go-Pay* Vo L.21 No.1. (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2017), 88.

menggencarkan kerja sama dengan *merchant offline* maupun *online* di Indonesia. Hal tersebut membuat cakupan GoPay semakin luas dan lintas kalangan sehingga memungkinkan pengguna membayar hal-hal lain di luar lingkup layanannya. CEO PT.GoJek Indonesia ini percaya diri dengan telah didapatkannya izin dari penyelenggara uang elektronik Bank Indonesia (BI) pada tahun 2018.<sup>16</sup>

Kemudahan yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau *system* tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.<sup>17</sup>

Manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.<sup>18</sup>

Keamanan adalah konsumen yang menggunakan sistem informasi tersebut merasa aman dari resiko kehilangan data atau informasi sangat kecil dan resiko pencurian yang rendah.<sup>19</sup>

Kepercayaan adalah proses pertukaran nilai-nilai antara pihak penerbit *e-money* dengan konsumen pengguna *e-money* yang nilai-nilai ini menguntungkan bagi kedua pihak.<sup>20</sup>

<sup>16</sup> Anjar Priyono, *Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay* Vo L.21 No.1. (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2017), 88.

<sup>17</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018),18.

<sup>18</sup> Maghfira, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 13.

<sup>19</sup> *Ibid.*, 26.

<sup>20</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 28.

Inovasi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem teknologi baru atau pemanfaatan produk *e-money*.<sup>21</sup>

Indonesia saat ini sedang dihadapkan pada bencana nasional berupa pandemi Covid-19. Penyebaran Covid-19 tercatat sangat cepat dan masif di Indonesia. Pandemi Covid-19 ini disinyalir bukan hanya menyerang kesehatan, namun juga ekonomi secara global, tak terkecuali Indonesia. Menanggapi hal tersebut, Menteri Keuangan Sri Mulyani mengatakan bahwa Covid-19 akan memperburuk ekonomi Indonesia, bahkan pertumbuhan ekonomi diprediksi bakal tumbuh hanya sebesar 2,5 persen.<sup>22</sup>

Beberapa upaya terus dilakukan oleh pemerintah untuk menangani penyebaran virus Covid-19 ini, diantaranya adalah melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) secara bertahap di wilayah – wilayah yang terindikasi mempercepat penyebaran virus Covid-19.<sup>23</sup> Penerapan PSBB setidaknya memberikan dampak yang signifikan bagi kegiatan masyarakat. PSBB terus berjalan, namun kebutuhan hidup selama masa PSBB juga harus selalu terpenuhi.

Oleh karena itu, banyak masyarakat yang akhirnya menggunakan e-commerce untuk berbelanja berbagai kebutuhan. Penggunaan e-commerce juga sekaligus melaksanakan himbuan pemerintah agar membatasi penggunaan uang tunai atau kertas. Sejumlah swalayan atau supermarket dan pasar juga saat ini sudah banyak yang menyediakan layanan digital. Uang

---

<sup>21</sup> Ibid., 29.

<sup>22</sup> Daya Beli Masyarakat, <https://www.merdeka.com/uang/virus-corona-terjadi-6-bulan-daya-beli-masyarakat-terpukul-paling-berat.html>, (28 Juni 2020)

<sup>23</sup> Siti Nur Fatoni, *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia* (Bandung: Uin Sunan Gunung Djati Bandung, 2020), 2.

elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu .<sup>24</sup>

Penggunaan *e-wallet* memang sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi, terlebih untuk membatasi penggunaan uang tunai atau kertas. Meskipun belum ada pemberitahuan resmi, termasuk dari Badan Kesehatan Dunia (WHO) bahwa uang tunai bisa menjadi faktor penularan Covid-19. Namun, *psikologis public* yang menganggap bahwa uang tunai tidak bersih dapat menjadi jembatan bagi penularan virus membuat orang berasumsi untuk beralih ke pembayaran digital.<sup>25</sup>

Transaksi menggunakan pembayaran elektronik merupakan salah satu daya tarik mengapa milenial lebih memilih untuk berbelanja online dari pada offline dan melakukan pembayaran lewat *smartphone*. Kemudahan dalam pembayaran elektronik sendiri akan terasa manfaatnya bagi penduduk yang nilai angka transaksi online-nya terus meningkat, pembayaran dengan menggunakan *smartphone* sangat efisien dan membawa milenial memanfaatkan kecanggihan teknologi. Generasi milenial memilih menggunakan sesuatu yang lebih efisien untuk melakukan transaksi dengan cara berpindah ke transaksi berbasis elektronik berupa aplikasi melalui *smartphone*.<sup>26</sup>

Beralihnya masyarakat dalam penggunaan uang tunai ke transaksi digital akhir – akhir ini menjadi menarik untuk dikaji, agar dapat diketahui sejauh

---

<sup>24</sup> Siti Hidayanti, Dkk, *Operasional E-Money* (Jakarta: Bank Indonesia:2006), 23.

<sup>25</sup> Siti Nur Fatoni, *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia* (Bandung: Uin Sunan Gunung Djati Bandung, 2020), 2.

<sup>26</sup> Huwaydi, T., Hakim, M, S., & Persada, S. F., Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay Di Surabaya (Surabaya:Jurnal Teknik, 2018), Vol 7. No. 1. 56-57.



mana dampak Covid-19 terhadap perilaku konsumen dalam menggubakan layanan *e-money*, salah satunya adalah penggunaan GoPay sebagai alat untuk melakukan pembayaran transaksi jual beli di Denpasar-Bali. Layanan *e-money* memang semakin populer seiring dengan meningkatnya pemakaian smartphone hingga 70% dalam lima tahun terakhir di Indonesia. Terlebih semakin banyak pilihan aplikasi uang elektronik tanpa kartu untuk bertransaksi.<sup>27</sup>

Layanan transaksi keuangan non tunai dan elektronifikasi di Bali terus menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Salah satu indikasinya, peningkatan jumlah penggunaan uang elektronik (E-Money). Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Provinsi Bali ( KPwBI Bali/BI Bali) mencatat jumlah uang elektronik (E-Money) di Bali sebanyak 159.208 buah. Atau mengalami pertumbuhan 378,52 persen secara year on year (yoy). Hal tersebut terungkap dalam Diseminasi Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional (KEKR) KPw BI Bali, di Denpasar.<sup>28</sup>

Rurie wiedya rahayu dalam penelitiannya tentang Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan inovasi teknologi terhadap aplikasi GoPay dari PT.GoJek Indonesia pada seluruh masyarakat di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman yang menggunakan aplikasi GoJek. Hasil penelitian ini yaitu persepsi manfaat, kemudahan, dan inovasi teknologi berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan *GoPay*.. persepsi

---

<sup>27</sup> Susilawati Cucu, Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia (Jakarta:2020), 33.

<sup>28</sup> E-Money Di Bali Tumbuh Pesat, <https://www.nusabali.com/berita/49467/e-money-di-bali-tumbuh-pesat> , (7 Juli 2021)

risiko berhubungan tidak signifikan negatif terhadap minat menggunakan *GoPay*.<sup>29</sup>

Silva cita cania<sup>30</sup> dalam penelitiannya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *GoPay* pada pelanggan maupun pengemudi *GoJek* yang berada di wilayah Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa pengetahuan produk, persepsi manfaat, reputasi dan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan layanan *GoPay* pada pelanggan. persepsi risiko dan kelemahan produk tidak berpengaruh terhadap penggunaan layanan *GoPay* pada pelanggan.

Mustofa Abdul Karim dalam penelitiannya tentang pengaruh penerimaan sistem pembayaran *GoPay* menggunakan tam (*technology acceptance model*) terhadap intensitas penggunaan layanan *GoJek* pada seluruh konsumen *GoJek* yang berada di Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa kemanfaatan dan kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi *GoPay*.<sup>31</sup>

Pita Kumala Sari dalam penelitiannya tentang pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi resiko pada pembayaran elektronik terhadap minat menggunakan ulang *GoPay* pada seluruh 42 mahasiswa/I aktif Fakultas Kedokteran Gigi tahun ajaran 2018/2017

---

<sup>29</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 13 .

<sup>30</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek*. (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2017), 10.

<sup>31</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 9.

mahasiswa semester 3,5. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa persepsi kemudahan dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay. persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay.<sup>32</sup>

Maghfira dalam penelitiannya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Sistem pembayaran GoPay pada seluruh mahasiswa pengguna GoJek yang menggunakan sistem pembayaran GoPay dan berada di Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan GoPay. Persepsi manfaat dan Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay.<sup>33</sup>

Aulia Wulan Dari dalam penelitiannya tentang “Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan dan manfaat aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan GoPay pada pengguna layanan GoPay pada aplikasi GoJek. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa Kenyamanan, kepercayaan, kegunaan, kualitas koneksi dan kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan khususnya pada layanan GoPay. privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan pada layanan GoPay.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopa.* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta:2019), 33.

<sup>33</sup> Maghfira. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 21.

<sup>34</sup> Aulia Wulan Dari, 2018. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 17.

Pamade Hatta dalam penelitiannya tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Money* Berbasis *Mobile* (GoPay) Oleh Generasi Milenial Dan Generasi Z pada pengguna aplikasi GoPay yang termasuk dalam rentang umur 12-50 tahun. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa: Variabel Pengetahuan Produk, kemudahan (GoPay) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada minat penggunaan layanan GoPay oleh pengguna generasi milenial dan generasi Z. Variabel promosi produk tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan GoPay oleh pengguna generasi milenial dan generasi Z. Variabel kemanfaatan dan kelemahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan GoPay oleh pengguna generasi milenial dan generasi Z.<sup>35</sup>

Muhammad iqbal mubarak dalam penelitiannya tentang minat untuk menggunakan GoPay pada layanan go-ride pada pengguna GoPay. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : persepsi manfaat persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan minat berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay.<sup>36</sup>

Keberadaan aplikasi GoJek terbukti memberikan kontribusi cukup besar terhadap kota Denpasar. Hasil penelitian Lembaga Demografi Fakultas

---

<sup>35</sup> Pamade Hatta, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Money* Berbasis *Mobile* (*Go-Pay*) Oleh Generasi Milenial Dan Generasi Z, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Univertisan Islam Yogyakarta:2019), 20.

<sup>36</sup> Muhammad Iqbal Mubarak., *Minat Untuk Menggunakan Go-Pay Pada Layanan Go-Ride*. (Semarang, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro:2019), 15.

Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesiatahun 2018 mengungkap kontribusi GoJek terhadap perekonomian Denpasar senilai Rp. 1,9 Triliun.<sup>37</sup>

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar-Bali dengan anggapan dan pertimbangan bahwa Kota Denpasar merupakan ibu kota Provinsi Bali, yang mempunyai potensi tingkat menengah dalam pengembangan instrumen pembayaran non tunai (*e-money*) dengan menjadi destinasi wisata paling populer di Indonesia. Aplikasi GoJek juga menjadi salah satu bagian penting dari kota ini, dengan memberikan layanan yang tersedia.<sup>38</sup>

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, perbedaan terletak pada waktu, lokasi, objek penelitian Selain itu penelitian ini menggunakan 5 variabel yaitu kemudahan, manfaat, kemanan, kepercayaan, dan inovasi.

Berdasarkan dengan tinjauan fenomena dan penelitian terdahulu ,maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai penggunaan GoPay dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoJek Pada Fitur GoPay Di Masa Pandemi Covid-19”

## **B. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian kuantitatif disebutkan dengan istilah rumusan masalah. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian.

Rumusan masalah harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik,

---

<sup>37</sup> Ema Sukarelanto, “Kontribusi GoJek Terhadap Perekonomian Kota Denpasar” <https://M.Bisnis.Com/Bali/>. (18 Oktober 2020), 3.

<sup>38</sup> Blog Bali, Satu Aplikasi Beragam Solusi ” <https://www.GoJek.Com/Blog/GoJek/Bali/>” (18 Oktober, 2020), 4.

operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.<sup>39</sup> Adapun rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19 ?
2. Apakah terdapat pengaruh manfaat terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19 ?
3. Apakah terdapat pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19 ?
4. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19 ?
5. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19 ?

### C. Tujuan Penelitian

Perumusan tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah sebelumnya.<sup>40</sup> Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh manfaat terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19

<sup>39</sup> Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*.(Jember: Iain Jember Press,2017), 44.

<sup>40</sup> Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*.(Jember: Iain Jember Press,2017), 44.

4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Pada tataran teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan ilmu pengetahuan tentang Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoJek Pada Fitur GoPay Di Masa Pandemi Covid-19. Dengan adanya penelitian ini setidaknya siapa saja yang membaca penelitian ini dapat memberikan apresiasi dengan berbagai cara.

### **2. Manfaat Praktis**

Pada tataran praktis dihasilkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada sejumlah pihak sebagai berikut:

#### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan di bidang Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoJek Pada Fitur GoPay Di Masa Pandemi Covid-19.

#### **b. Bagi Institut Agama Islam Negri Jember**

Manfaat yang dapat di berikan dari hasil penelitian Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap

Keputusan Menggunakan Aplikasi GoJek Pada Fitur GoPay Di Masa Pandemi Covid-19 kepada Institut Agama Islam Negeri Jember adalah sebagai penambahan literatur guna kepentingan akademik dan bahan diskusi serta referensi bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Jember khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**c. Bagi Peneliti Berikutnya**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lanjutan, atau penelitian Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoJek Pada Fitur GoPay Di Masa Pandemi Covid-19 yang lain dengan topik yang berbeda. Dengan adanya penelitian lanjutan tersebut, akan didapatkan gambaran secara umum tentang *financial teknologi* yang lebih bervariasi dan lebih berkualitas.

**d. Bagi Pembaca**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan tentang Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan GoPay Pada Aplikasi GoJek Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan pengetahuan tersebut, pembaca mengetahui tentang sesuai judul yang lebih luas.

**e. Bagi Perusahaan GoJek**

Diharapkan penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi perusahaan GoJek, supaya bisa dijadikan salah satu referensi untuk meningkatkan



dan memperbaiki sistem pelayanan GoPay supaya dapat lebih sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan penggunanya di masa depan.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen atau variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) dan variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>41</sup> Variabel independen dalam penelitian ini adalah kemudahan (X1), manfaat (X2), keamanan (X3), kepercayaan (X4), dan inovasi (X5). Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah keputusan menggunakan layanan GoPay (Y).

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dalam penelitian ini instrumen diukur dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5 untuk menentukan tingkatan jawaban responden sebagai berikut: Angka 1 akan mewakili keterangan (sangat tidak setuju), Angka 2 akan mewakili keterangan (tidak tau), Angka

---

<sup>41</sup> Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfa Beta, 2013), 39.

3 akan mewakili keterangan (netral), Angka 4 akan mewakili keterangan (setuju), Angka 5 akan mewakili keterangan (sangat setuju).

## 2. Definisi Operasional Dan Indikator Variabel

### a. Kemudahan

Kemudahan menurut KBBI berarti tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran dalam melakukannya.<sup>42</sup> Kemudahan berarti suatu ukuran keyakinan pengguna teknologi tertentu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan memberinya keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Kemudahan penggunaan sistem meliputi mudah dipelajari dan mudah dioperasikan, mudah bekerja dengan apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan pengguna.

Kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau system tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit.<sup>43</sup>

Dalam penelitian ini kemudahan adalah saat proses pembelajaran GoPay dapat dengan mudah dipelajari serta dalam proses penggunaan

---

<sup>42</sup> Kbbi. 2014. Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kbbi) Online - Definisi Kata. *Potensi*. Retrieved From [Http://Kbbi.Web.Id/](http://Kbbi.Web.Id/). (20 april2020)

<sup>43</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018),18.

aplikasi GoPay dapat digunakan dengan mudah dioperasikan dan saat proses pengisian saldo GoPay dapat dilakukan dengan mudah.

Variabel kemudahan (X1) terdapat tiga indikator variabel sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari <sup>44</sup> hal ini maksudnya adalah tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras dalam mempelajari pada pengoperasian setiap menu.
2. Mudah dioperasikan.<sup>45</sup> hal ini maksudnya adalah dimana user percaya bahwa teknologi atau system tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.
3. Mudah melakukan top-up <sup>46</sup> hal ini maksudnya adalah dalam proses pengisian saldo GoPay dapat dilakukan dengan proses yang tidak rumit serta tidak membutuhkan waktu yang lama.

#### **b. Manfaat**

Manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau system akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa system informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut

<sup>44</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 15.

<sup>45</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 18.

<sup>46</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopa.* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta:2019), 33.

diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.<sup>47</sup>

Sebagaimana penjelasan penulis pada landasan teori, kemanfaatan disini diartikan sebagai sebuah keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan memberikan peningkatan terhadap performanya. Maka seberapa besar GoPay memberikan peningkatan terhadap performan konsumen dalam menggunakan GoJek maka sebesar itu pula manfaat yang dimiliki oleh sistem pembayaran GoPay.<sup>48</sup>

Dalam penelitian ini manfaat adalah saat proses pembayaran dengan GoPay dapat digunakan dengan cepat serta lebih Membuat Pekerjaan mudah hal ini maksudnya adalah dalam proses penggunaannya GoPay membuat pekerjaan lebih mudah dan dalam proses pembayaran dengan GoPay membuat transaksi lebih baik.

Variabel manfaat(X2) terdapat tiga indikator variabel sebagai berikut:

- 1) Pembayaran cepat<sup>49</sup> hal ini maksudnya adalah akan manfaat yang didapat dalam menggunakan GoPay dalam proses pembayaran hanya memerlukan waktu yang singkat.

---

<sup>47</sup> Maghfira, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 13.

<sup>48</sup> Habsari Candraditya, *Analisis Penggunaan Uang Elektronik*, Volume 2, Nomor 3, (Semarang: Diponegoro Journal Of Management ,2013, 4.

<sup>49</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 29.

2) Membuat Pekerjaan mudah<sup>50</sup> hal ini maksudnya adalah dalam proses penggunaannya GoPay dapat digunakan dapat menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif, lebih cepat, dan lebih baik.

3) Transaksi lebih efektif<sup>51</sup> hal ini maksudnya adalah akan mendatangkan manfaat yang dapat meningkatkan kinerjanya lebih tinggi dibandingkan dengan metode lain seperti pembayaran tunai dan kartu.

### c. Keamanan

Keamanan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau system akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.<sup>52</sup>

Suatu sistem informasi dapat dikatakan baik jika keamanan dan kerahasiaan sistem tersebut dapat diandalkan. mengartikan keamanan adalah seseorang yang menggunakan sistem informasi tersebut merasa aman, resiko kehilangan data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian yang rendah. Untuk mengetahui tingkat keamanan dalam penggunaan sistem layanan GoPay.<sup>53</sup>

Dalam penelitian ini keamanan adalah PT.GoJek dapat melindungi informasi pribadi yang ada serta dapat memastikan data akan aman dari

<sup>50</sup> Ibid. 29.

<sup>51</sup> Maghfira. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 21.

<sup>52</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay* (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 26.

<sup>53</sup> Ibid., 26.

pencurian dan PT.GoJek dapat melindungi informasi dari pihak yang yang ingin mengggati data pribadi pada GoPay.

Variabel keamanan(x3) terdapat tiga indikator variabel sebagai berikut:

- 1) Keamanan yang cukup untuk melindungi informasi pribadi<sup>54</sup> hal ini maksudnya adalah PT.GoJek dapat melindungi dari resiko kehilangan data atau informasi.
- 2) Data tidak akan mudah dicuri<sup>55</sup> hal ini maksudnya adalah PT.GoJek dapat memastikan keamanan data-data yang ada akan aman dari pencurian.
- 3) Identitas tidak akan digantikan oleh pihak lain<sup>56</sup> hal ini maksudnya adalah PT.GoJek dapat melindungi segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya dari terhadap pihak luar (*hacker*).

#### **d. Kepercayaan**

Kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan

<sup>54</sup> Aulia Wulan Dari, 2018. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 37.

<sup>55</sup> Ibid., 37.

<sup>56</sup> Ibid., 37.

mengendalikannya. Kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab. Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan.<sup>57</sup>

Dalam penelitian ini kepercayaan adalah PT.GoJek dapat diyakini kemampuannya sebagai aplikasi teknologi keuangan serta nama baik dari PT.GoJek sudah diakui sebagai aplikasi teknologi keuangan dan cakap dalam menjalankan perannya sebagai aplikasi teknologi keuangan.

Variabel kepercayaan(x4) terdapat tiga indikator variabel sebagai berikut:

1. Dapat dipercaya<sup>58</sup> hal ini maksudnya adalah PT.GoJek dapat diyakini kemampuannya sebagai aplikasi teknologi keuangan berdasarkan pada rasa tanggung jawab dalam menjaga kepercayaan dari konsumen.
2. Memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan<sup>59</sup> hal ini maksudnya adalah nama baik dari PT.GoJek sudah diakui sebagai aplikasi teknologi keuangan yang memiliki citra baik sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

<sup>57</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 28.

<sup>58</sup> Maghfira. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 21.

<sup>59</sup> Aulia Wulan Dari, 2018. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 27.

3. Kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan.<sup>60</sup> hal ini maksudnya adalah PT.GoJek cakap dan memiliki kemampuan yang baik dalam menjalankan perannya sebagai aplikasi teknologi keuangan.

#### e. Inovasi

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *e-money*.<sup>61</sup>

Variabel ini berusaha menunjukkan apakah suatu teknologi bisa diterima oleh penggunanya. Beberapa model telah dikembangkan oleh sebagian peneliti untuk dapat mengukur apakah suatu teknologi itu bisa dikatakan diterima, antara lain TAM (*Technology Acceptance Model*), TRA (*Theory Reasoned Action*), MPTAM (*Mobile Payment Technology Acceptance Model*).<sup>62</sup>

Penerimaan sebuah teknologi berarti teknologi tersebut sukses memberikan nilai lebih kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan tujuan dikeluarkannya teknologi baru atau inovasi dalam teknologi guna mempermudah proses bisnis yang dijalankan.<sup>63</sup>

<sup>60</sup> Aulia Wulan Dari, 2018. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 27.

<sup>61</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

<sup>62</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 15.

<sup>63</sup> Ibid.,14.



Dalam penelitian ini inovasi adalah PT.GoJek dalam perkembangan teknologinya serta membangkitkan keinginan dalam menggunakannya dan membuat konsumen senang dalam menggunakan teknologinya.

Variabel inovasi (x5) terdapat tiga indikator variabel sebagai berikut:

1. Teknologi tersebut cerdas<sup>64</sup> hal ini maksudnya adalah PT.GoJek merupakan teknologi keuangan yang sempurna dalam perkembangan teknologinya sehingga dapat memberikan hal baru dan memudahkan proses pembayaran konsumen.
2. Teknologi tersebut menarik<sup>65</sup> hal ini maksudnya adalah PT.GoJek membangkitkan keinginan konsumen untuk mencoba menggunakan teknologinya dengan inovasi yang selalu dikembangkan.
3. Teknologi tersebut disukai oleh pengguna<sup>66</sup> hal ini maksudnya adalah dengan segala inovasi yang dimiliki oleh PT.GOJEK membuat konsumen senang dalam menggunakan teknologinya.

## **F. Asumsi Penelitian**

Asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Responden dianggap sudah mewakili pengguna GoPay di Denpasar
2. Responden memiliki pemahaman yang sama mengenai GoPay

<sup>64</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 29.

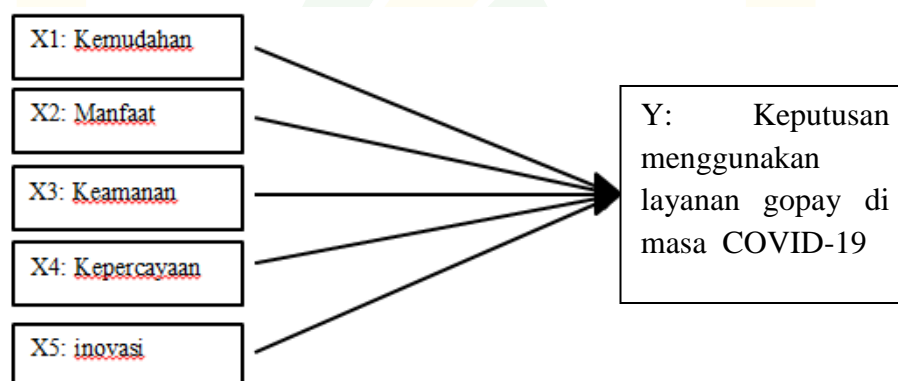
<sup>65</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 29.

<sup>66</sup> Ibid., 29.

## G. Kerangka Berfikir

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas, selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan inovasi terhadap menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Maka dapat disusun kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:

Gambar 1.1 gambar kerangka berfikir



Dimana:

Y merupakan variable dependen

X1, X2, X3, X4, dan X5 merupakan variable independen

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa pandemi Covid-19 yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan inovasi mewakili sebagai variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen yaitu penggunaan GoPay di masa Covid-19 dan besar kecilnya variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen penelitian.

## H. Hipotesis

Dalam penelitian ini akan dikembangkan hipotesis sesuai dengan determinan yang hendak diteliti. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>67</sup> Berikut adalah hipotesis yang dikembangkan untuk diteliti dalam penelitian ini:

### 1. Hipotesis Kemudahan (X1)

Kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau system tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit.<sup>68</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh rurie wiedya rahayu (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh

<sup>67</sup> Prof. Dr. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfa Beta, 2013), 64.

<sup>68</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 18.

silva cita cania (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh mustofa abdul karim (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia T.A 2017/2018) menemukan hasil bahwa kemudahan (*Ease of Use*) berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh pita kumala sari (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2019) menemukan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh maghfira (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay. Akan tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh pamade hatta (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2019) menemukan hasil bahwa Variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan GoPay oleh pengguna generasi milenial dan generasi Z. Dalam penelitian yang dilakukan oleh muhammad iqbal mubarak (Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2017) menemukan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis berikut :

Ha : kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19.

Ho: kemudahan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19.

## 2. Hipotesis Manfaat (X2)

Manfaat memegang peranan penting bagi keinginan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa. Persepsi merupakan gambaran awal atas harapan konsumen atas pemenuhan kebutuhan yang diinginkannya. Persepsi konsumen atas produk yang memiliki teknologi terbaru pun merupakan titik awal minat menggunakan yang konsumen miliki, salah satu persepsi yang paling mempengaruhi adalah persepsi atas manfaat atau kegunaan (*perceived of usefulness*) apabila konsumen menggunakan produk terkait. Persepsi manfaat ini merupakan tingkatan kepercayaan seseorang terhadap subyek tertentu yang dapat mempermudah dan mempercepat pekerjaan yang mereka lakukan sehingga dapat meningkatkan performa pekerjaannya dan prestasi kerja orang yang bersangkutan.<sup>69</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh rurie wiedya rahayu (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh silva cita cania (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

---

<sup>69</sup> Habsari Candraditya, *Analisis Penggunaan Uang Elektronik*, Volume 2, Nomor 3, (Semarang: Diponegoro Journal Of Management, 2013), 4.

Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan kuat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustofa Abdul Karim (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia T.A 2017/2018) menemukan hasil bahwa kemanfaatan (*Usefulness*) berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Maghfira (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay. Akan tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh Pamade Hatta (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2019) menemukan hasil bahwa Variabel kemanfaatan dan kelemahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan GoPay oleh pengguna generasi milenial dan generasi Z. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Mubarak (Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2017) menemukan hasil bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis berikut :

**Ha** : manfaat mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19.

**Ho** : manfaat tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19.

### 3. Hipotesis Keamanan (X3)

Keamanan sistem informasi pada saat ini telah banyak dibangun oleh para kelompok analis dan programmer namun pada akhirnya ditinggalkan oleh para pemakainya. Hal tersebut terjadi karena sistem yang dibangun lebih berorientasi pada pembuatnya sehingga berakibat sistem yang dipakai sulit untuk digunakan atau kurang *user friendly* bagi pemakai, sistem kurang interaktif dan kurang memberi rasa nyaman bagi pemakai, sistem sulit dipahami *interface* dari sistem menu dan tata letak kurang memperhatikan kebiasaan perilaku pemakai, system dirasa memaksa bagi pemakai dalam mengikuti prosedur yang dibangun sehingga sistem terasa kaku dan kurang dinamis, keamanan dari sistem informasi yang dibangun tidak terjamin.<sup>70</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh pita kumala sari (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2019) menemukan hasil bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh aulia wulan dari (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa keamanan, dan privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan pada layanan GoPay. Dalam penelitian yang dilakukan oleh muhammad iqbal mubarak (Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas

---

<sup>70</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia 2018), 26.

Diponegoro Semarang 2017) menemukan hasil bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay.

Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis berikut :

Ha : keamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19.

Ho : kemanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19.

#### 4. Hepotesis Kepercayaan (X4)

Kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Kepercayaan mengandung dua aspek yang berbeda yaitu kredibilitas yang merujuk kepada keyakinan bahwa pihak lain mempunyai keahlian dalam menjalankan tugasnya dan benovelence yang merujuk kepada kesungguhan pihak lain bahwa dia mempunyai kesungguhan untuk melaksanakan yang sudah disepakati<sup>71</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh aulia wulan dari ( Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa kepercayaan, dan kualitas koneksi internet hanya berpengaruh signifikan terhadap kemudahan. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis berikut :

Ha : kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan GoPay.

<sup>71</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia 2018), 27.



Ho : kepercayaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan GoPay

### 5. Hepotesis Inovasi (X5)

Inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru . Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru.<sup>72</sup>

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. Indikator dari inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *e-money*.<sup>73</sup>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh rurie wiedya rahayu (Fakultas Ekonomiuniversitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa inovasi teknologi berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis berikut :

Ha : inovasi teknologi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19.

<sup>72</sup>Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 20.

<sup>73</sup>Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

Ho : inovasi teknologi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dibuat untuk memudahkan dalam memahami alur baca skripsi ini. Berikut adalah sistematika penulisan dalam skripsi ini:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan terkait latar belakang dari masalah yang diangkat, data dan fakta, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian, serta sistematika dari penelitian ini.

### **BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN**

Bab ini membahas terkait landasan-landasan teoritis terkait ilmu-ilmu dan teori-teori yang akan digunakan dalam skripsi ini. Teori yang akan dibahas pada bagian bab ini adalah definisi dari teknologi informasi, *e-money*, pembayaran non tunai GoPay. Bab ini juga akan menjelaskan terkait penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

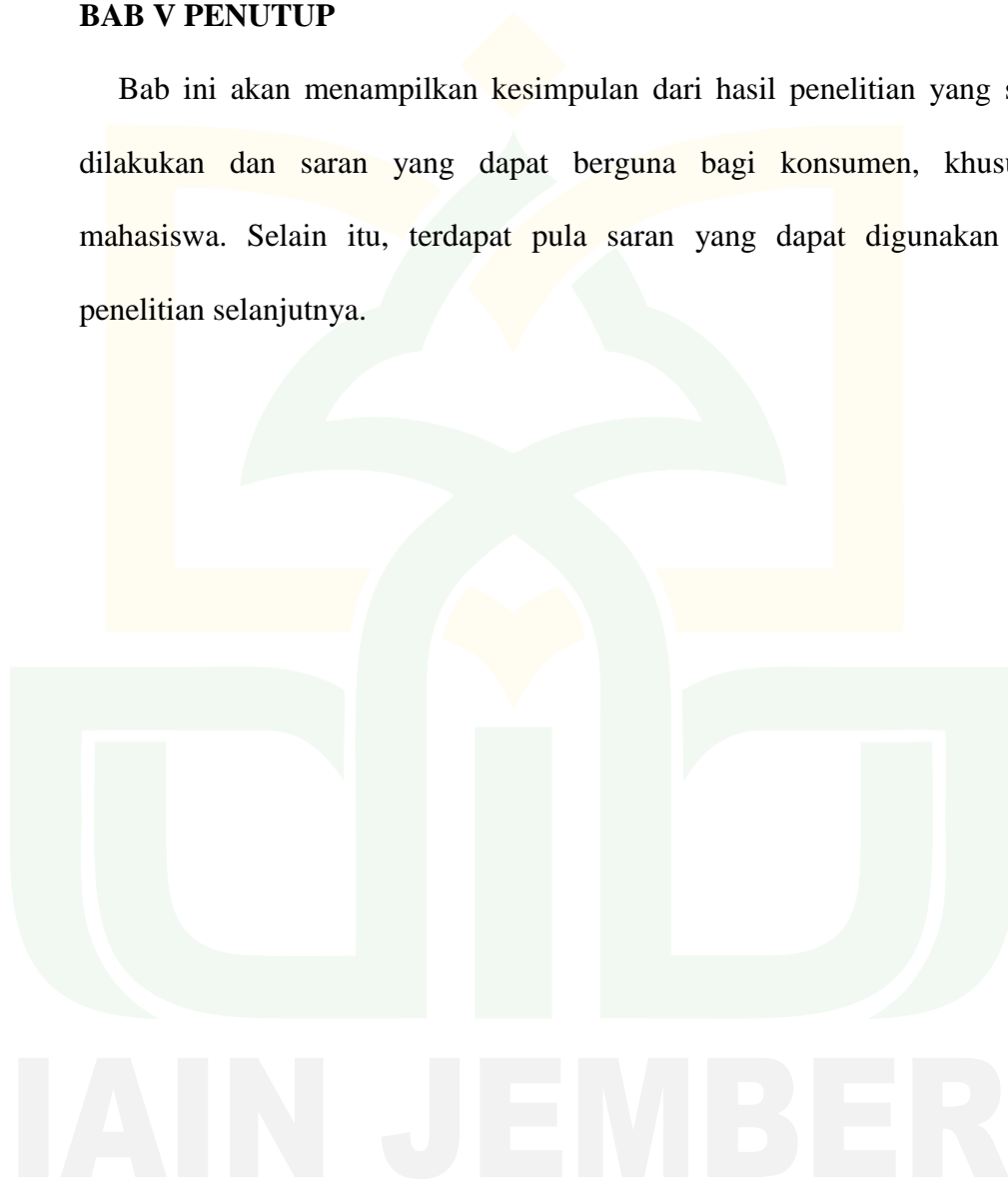
Bab ini akan menjelaskan mengenai jenis desain penelitian, waktu dan tempat penelitian, data, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, teknik *sampling* penelitian, responden penelitian, teknik pengolahan, dan analisis data.

#### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

Bab ini akan menjelaskan mengenai jenis gambar objek penelitian, penyajian data, analisis, pengujian hepotesis, dan pembahasan.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini akan menampilkan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan saran yang dapat berguna bagi konsumen, khususnya mahasiswa. Selain itu, terdapat pula saran yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Untuk membandingkan dan sebagai referensi awal penelitian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan pembahasan ini, antara lain:

- 1. Rurie Widya Rahayu, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GoPay Dari PT.GoJek Indonesia”, (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018)**

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

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan inovasi teknologi terhadap aplikasi GoPay dari PT.GoJek Indonesia”, Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. Semakin tinggi manfaat GoPay maka meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan GoPay.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018, 14 .

Serta membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. Persepsi risiko berhubungan tidak signifikan negatif terhadap minat menggunakan GoPay yang artinya apabila persepsi risiko meningkat maka belum dapat di pastikan bahwa minat untuk menggunakan GoPay akan menurun.<sup>75</sup>

Penelitian ini juga menunjukkan inovasi teknologi berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. Peran minat menggunakan GoPay sebagai variabel intervening pada variabel persepsi risiko bersifat *no mediation* karena variabel persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan baik. Peran minat menggunakan GoPay sebagai variabel intervening pada variabel inovasi teknologi bersifat *part mediation* karena variabel inovasi teknologi dapat berpengaruh secara signifikan baik melalui atau tanpa melalui variabel intervening. Hasil penelitian ini menunjukkan minat menggunakan GoPay berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan GoPay yang artinya apabila minat untuk menggunakan meningkat maka akan meningkat pula penggunaan dari GoPay.<sup>76</sup>

Persamaan: penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan fokus pembahasan yaitu terletak pada manfaat, kemudahan, dan inovasi teknologi terhadap aplikasi GoPay dari PT.GoJek Indonesia

Perbedaan: perberbedaan dengan peneliti terletak pada metode penelitian, tempat penelitian dan subjek penelitian

<sup>75</sup> Ibid., 15.

<sup>76</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018, 15 .

**2. Silva Cita Cania, “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan GoPay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi GoJek”, (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018)**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari survei dengan teknik kuisioner

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penggunaan Go-Pay dan Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, kelemahan produk dan reputasi.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa: pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan. Persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan kuat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan. Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan. Reputasi berpengaruh positif signifikan kuat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan

Tingkat penerimaan GoPay oleh penggunanya dapat dilihat dari beberapa faktor. Adapun faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem pembayaran GoPay adalah pengetahuan produk, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, kelemahan produk dan reputasi.

Persamaan: penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan fokus pembahasan alat pembayaran elektronik pada aplikasi GoPay dari PT.GoJek indonesia.

Perbedaan: perberbedaan dengan peneliti terletak pada metode penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian

**3. Mustofa Abdul Karim “Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran GoPay Menggunakan Tam (*Technology Acceptance Model*) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek”, (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia T.A 2017/2018).**

Penelitian terkait penggunaan sosial media ini didesain dalam bentuk penelitian lapangan (*field research*), dimana dalam penelitian ini, data dan informasinya yang diperoleh merupakan hasil dari kegiatan lapangan penelitian. Sedangkan pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif.<sup>77</sup>

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kemanfaatan, kemudahan, dan pengalaman. Kehadiran GoPay menjadi sebuah inovasi sistem pembayaran yang menawarkan kemudahan konsumen untuk menikmati layanan GoJek dengan satu dompet virtual. Selain biaya transportasi ojek, GoPay dapat digunakan untuk membayar layanan lainnya yang disediakan oleh GoJek. Hal menarik yang kami teliti adalah tentang penerimaan konsumen terhadap adanya sistem pembayaran GoPay dan apakah sistem pembayaran GoPay mempengaruhi tingkat permintaan terhadap layanan GoJek. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat penerimaan masyarakat atas GoPay terhadap intensitas penggunaan layanan oleh konsumen GoJek berdasarkan model konstruksi Technology

<sup>77</sup>Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 9.

Acceptance Model. Demi mendapatkan tujuan itu, kami mencoba menggunakan pengalaman menggunakan *M-Payment* sebagai variabel.<sup>78</sup>

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa: kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay. Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay. Pengalaman berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay

Persamaan : penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan fokus pembahasan yaitu terletak pada sistem pembayaran GoPay layanan GoJek.

Perbedaan : perberbedaan dengan peneliti terletak pada metode penelitian, tempat penelitian dan tujuan penelitian.

**4. Pita Kumala Sari, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang GoPay”,( Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2019).**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer melalui survei sebagai cara untuk mengumpulkan data mentah (*raw data*) dalam jumlah besar dengan menggunakan kuesioner.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menggunakan ulang GoPay. Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko.

<sup>78</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 10.



Pembayaran elektronik sebagai alat pembayaran dalam bentuk nilai yakni uang disimpan dalam media elektronik tertentu. Sistem pembayaran yang efisien dapat diukur dari kemampuan dalam menciptakan biaya yang minimal untuk mendapatkan manfaat dari suatu kegiatan transaksi. Akses pembayaran nontunai semakin mudah dan sederhana sehingga diharapkan masyarakat tidak kesulitan dalam melakukan proses jual beli maupun membawa uang tunai dalam jumlah yang banyak.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa: persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay. persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay. Persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay

Persamaan : penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan fokus pembahasan alat pembayaran elektronik pada aplikasi GoPay dari PT.GoJek indonesia.

Perbedaan : perberbedaan dengan peneliti terletak pada metode penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian

**5. Maghfira, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran GoPay”, (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018).**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penggunaan GoPay. Terdapat 3 variabel intervening yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat

dan persepsi risiko. Sedangkan, variabel independen dalam penelitian ini adalah kepercayaan.

Model penelitian berikut ini akan dianalisa dengan menggunakan *StructuralEquation Model* (SEM) dengan bantuan *software* PLS. SEM mengestimasi beberapa persamaan regresi berganda bersamaan dan berisi beberapa teknik statistik yang dapat digunakan pada model - model teoritis.

Dari berbagai layanan yang ditawarkan, GoPay adalah salah satunya. dengan kesimpulan dari penelitian yakni: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat. Semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap GoPay, maka akan meningkatkan persepsi pengguna terhadap manfaat menggunakan GoPay. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan GoPay. Tingginya persepsi pengguna terhadap risiko penggunaan GoPay, maka akan menurunkan penggunaan GoPay. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay. Semakin tinggi persepsi pengguna terhadap manfaat menggunakan GoPay, maka semakin tinggi penggunaan GoPay.

Persamaan: penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan fokus pembahasan alat pembayaran elektronik pada aplikasi GoPay dari PT.GoJek indonesia.

Perbedaan: perberbedaan dengan peneliti terletak pada metode penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian

**6. Aulia Wulan Dari, “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis *Financial Technology* Pada Layanan GoPay”,( Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018).**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kenyamanan, kualitas informasi, keamanan, privasi, kepercayaan, dan kualitas koneksi internet. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah kegunaan dan kemudahan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari survei dengan teknik kuisioner. Kuisioner akan dibagikan kepada khusus pengguna layanan GoPay secara *online* melalui *google form*.

Kenyamanan, dan kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan khususnya pada layanan GoPay. Pada variabel lain ditemukan bahwa kepercayaan, dan kualitas koneksi internet hanya berpengaruh signifikan terhadap kemudahan. Pada variabel kegunaan, dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan GoPay. Selanjutnya, penggunaan layanan GoPay berpengaruh signifikan terhadap *net benefit*.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : Kenyamanan, dan kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan khususnya pada layanan GoPay. kepercayaan, dan kualitas koneksi internet hanya berpengaruh signifikan terhadap kemudahan.

variabel kegunaan, dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan GoPay. Keamanan, dan privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan pada layanan GoPay.

Persamaan : penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan fokus pembahasan alat pembayaran elektronik pada aplikasi GoPay dari PT.GoJek indonesia.

Perbedaan : perberbedaan dengan peneliti terletak pada metode penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian.

**7. Aliyya La Aba Wastakbaru, “Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) T-Cash Sebagai Alat Transaksi Pada Pelanggan Telkomsel (Tinjauan Ekonomi Keuangan Islam)”, (Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2018).**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pandangan penggunaan uang elektronik (*e-money*). Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah alat transaksi pada pelanggan telkomsel

Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan oleh masyarakat atas suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik. Sejarah membuktikan perkembangan alat pembayaran terus berubah-ubah bentuknya, mulai dari bentuk logam, uang kertas konvensional, hingga alat

pembayaran kita telah mengalami evolusi berupa data yang dapat ditempatkan pada suatu wadah atau disebut dengan alat pembayaran elektronik.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : Penggunaan Uang Elektronik *t-cash* sebagai alat transaksi oleh pelanggan telkomsel. Uang elektronik dapat diterbitkan oleh penerbit dengan menggunakan akad *sharf* sebagai akad utama, dan dalam implementasinya di kehidupan bermuamalah *e-money* dapat dilengkapi dengan akad *ijarah* dan *wakalah*. T-cash bisa digunakan dengan melihat harus adanya uang dalam bentuk *real* yang harus disetorkan terlebih dahulu. Jaringan internet yang tidak stabil juga sering dirasakan oleh pelaku usaha yang menyediakan layanan pembayaran melalui *e-money t-cash*

Persamaan: penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan fokus pembahasan mengenai perkembangan elektronik money dalam proses pembayaran elektronik.

Perbedaan: perberbedaan dengan peneliti terletak pada tempat penelitian, waktu penelitiaandan subjek penelitiaan.

**8. Pamade Hatta, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money Berbasis Mobile (GoPay) Oleh Generasi Milenial Dan Generasi Z”,( Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2019)**

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Pengetahuan produk (GoPay), kemudahan penggunaan produk (GoPay). Promosi produk (GoPay), dan

kemanfaatan dan kelemahan produk. variabel terikat dalam penelitian ini pengguna GoPay yang termasuk dalam kategori generasi Milenial dan generasi Z

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, data tersebut adalah data yang dapat di ukur dalam skala numerik.

Metode penelitian ini adalah metode yang memiliki landasan filsafat positivisme, metode ini dapat digunakan untuk populasi dan sampel penelitian tertentu, teknik pengambilan sampel pada metode ini biasanya random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa: Variabel Pengetahuan Produk GoPay memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada minat penggunaan layanan GoPay oleh penggunagenerasi milenial. Variabel kemanfaatan dan kelemahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan GoPay oleh pengguna generasi milenial dan generasi Z.

Persamaan : penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan pembahasan minat masyarakat untuk menggunakan alat pembayaran elektronik pada aplikasi GoPay

Perbedaan : perberbedaan dengan peneliti terletak pada tempat penelitian dan waktu penelitian

**9. Malvin Piero, “Pengaruh Promosi Penjualan, Pembayaran Non Tunai, Lingkungan Sosial, Dan Kondisi Keuangan Terhadap *Compulsive Buying*: Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya”, (Departemen Manajemen Bisnis Fakultas Bisnis Dan Manajemen Teknologi Institut Teknologi Sepuluh Nopember 2018).**

Pada penelitian ini, akan digunakan model penelitian *conclusive* dengan berfokus pada penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian bersifat konklusif bertujuan untuk menguji sebuah hubungan dan hipotesis yang spesifik. Pengambilan data akan dilakukan dengan menggunakan metode *multiple cross sectional*. penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan untuk menjelaskan karakter, perilaku, persepsi; menentukan tingkat kepentingan dari sebuah variabel; serta memberikan prediksi yang akurat.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi penjualan, pembayaran non tunai, kondisi keuangan dan lingkungan sosial. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah *compulsive buying*

Kota Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia. Perilaku orang yang tinggal di Surabaya tentunya berbeda dengan masyarakat di kota lain, termasuk pada perilaku berbelanja yang dilakukan mahasiswa di Surabaya. Mahasiswa di Surabaya memiliki lebih banyak godaan untuk berperilaku negatif dalam berbelanja. Hal ini mendorong terjadinya sebuah penyimpangan dalam berbelanja. Perilaku tersebut tergolong dalam perilaku kompulsif (*compulsive buying*).

*Compulsive buying* adalah perilaku belanja yang didasari oleh keinginan yang kuat, sehingga pelakunya kehilangan kesadaran dan tidak dapat mengontrol dirinya sendiri. Fenomena *compulsive buying* timbul karena konsumen tidak dapat mengontrol diri dalam berbelanja sehingga mereka melakukan belanja secara terus-menerus. Perilaku menyimpang ini dilakukan oleh berbagai kalangan, mulai dari rumah tangga hingga kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, pembayaran non tunai, lingkungan sosial, dan kondisi keuangan terhadap *compulsive buying* mahasiswa di Surabaya.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel promosi penjualan, pembayaran non tunai, dan kondisi keuangan terhadap *compulsive buying* pada mahasiswa di Surabaya. Sedangkan lingkungan sosial tidak berpengaruh pada terjadinya *compulsive buying*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak promosi penjualan yang diberikan oleh penjual akan mendorong terjadinya *compulsive buying* yang semakin tinggi pula

Persamaan: penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan fokus pembahasan mengenai pembayaran elektronik.

Perbedaan : perberbedaan dengan peneliti terletak pada tempat penelitian, waktu penelitiandan subjek penelitian



**10. Muhammad Iqbal Mubarak, “Minat Untuk Menggunakan GoPay Pada Layanan Go-Ride”, ( Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2017).**

Metode penelitian : Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi Persepsi keamanan. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah minat menggunakan GoPay

Kebutuhan pada sektor transportasi umum adalah suatu kebutuhan yang utama pada saat ini. Daya saing industri transportasi umum juga semakin berkembang dengan adanya teknologi digital yang terus menerus disempurnakan sesuai kebutuhan masyarakat. Dengan demikian sistem informasi transportasi harus dikembangkan untuk menyediakan data terbaru transportasi di Indonesia.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. persepi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. persepsi keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay minat menggunakan GoPay berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan GoPay

Persamaan: penelitian yang dilakukan oleh memiliki persamaan fokus pembahasan mengenai pembayaran elektronik.

Perbedaan: perberbedaan dengan peneliti terletak pada tempat penelitian, waktu penelitiandan subjek penelitian

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Judul	Variabel penelitian	Hasil penelitian
1.	Rurie Wiedya Rahayu, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Gopay Dari PT.Gojek Indonesia”,(Fakulta sEkonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018)	Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan inovasi teknologi. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah penggunaan ( <i>actual use</i> ) dari GoPay dan variabel mediasi atau variabel intervening adalah minat menggunakan GoPay.	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1. persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. 2. persepi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. 3. persepsi risiko berhubungan tidak signifikan negatif terhadap minat menggunakan GoPay. 4. inovasi teknologi berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. 5. minat menggunakan GoPay berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan GoPay.
2.	Silva Cita Cania, “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Gopay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Gojek”,( Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018)	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penggunaan GoPay dan Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kelemahan Produk dan Reputasi.	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1. pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan 2. persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan kuat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan 3. persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan 4. persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan moderat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan 5. kelemahan produk tidak berpengaruh signifikan moderat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan

			6. reputasi berpengaruh positif signifikan kuat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan
3.	Mustofa Abdul Karim “Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Gopay Menggunakan Tam ( <i>Technology Acceptance Model</i> ) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek”, (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia T.A 2017/2018).	Variabel independen dalam penelitian ini adalah kemanfaatan ( <i>Usefulness</i> ), kemudahan ( <i>Ease of Use</i> ), dan pengalaman ( <i>Experience</i> )	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1. kemanfaatan ( <i>Usefulness</i> ) berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay. 2. kemudahan ( <i>Ease of Use</i> ) berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay. 3. pengalaman ( <i>Experience</i> ) berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay.
4.	Pita Kumala Sari , “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay”,( Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2019).	Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menggunakan ulang GoPay. Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi resiko.	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1. persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay. 2. persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay. 3. persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay.
5.	Maghfira, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaansistem Pembayaran Gopay”,( Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018).	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penggunaan GoPay. Terdapat 3 variabel intervening yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko. Sedangkan, variabel independen dalam penelitian ini	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan GoPay. 2. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay. 3. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay.





	Nopember 2018).		
10.	Muhammad Iqbal Mubarak, “Minat Untuk Menggunakan Gopay Pada Layanan Go-Ride”, ( Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2017).	Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi Persepsi keamanan. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah minat menggunakan GoPay	Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa : a. persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. b. persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. c. persepsi keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. d. minat menggunakan GoPay berpengaruh signifikan positif terhadap penggunaan GoPay

Data diolah oleh peneliti

## B. Kajian Teori

### 1. Manajemen Pemasaran

#### a. Definisi Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut *Kotler dan Armstrong* pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*organizing*) penggerakan (*Actuating*) dan pengawasan. Jadi dapat diartikan bahwa Manajemen Pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan,

membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.<sup>79</sup>

#### **b. Konsep Pemasaran**

Konsep-konsep inti pemasaran meliputi: kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kita dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sedangkan Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.<sup>80</sup>

#### **c. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu :<sup>81</sup>

---

<sup>79</sup> Farida yulianti. Manajemen pemasaran, (penerbit deepublish (CVBudi Utama), Banjarmasin :2019), 2.

<sup>80</sup> Farida yulianti. Manajemen pemasaran, (penerbit deepublish (CVBudi Utama), Banjarmasin :2019), 2.

<sup>81</sup> Ibid., 8.



Daur hidup produk. Strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran. Posisi persaingan perusahaan di pasar. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar. Ituasi ekonomi. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.

#### **d. Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Atau segmentasi pasar bisa diartikan segmentasi pasar adalah proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk, menganalisa perbedaan antara pembeli di pasar.<sup>82</sup>

#### **e. Menganalisa Pasar Bisnis**

Pasar bisnis terdiri dari semua organisasi yang memperoleh barang dan jasa yang digunakan dalam memproduksi barang dan jasa lain yang dijual, disewakan, atau dipasok kepada pihak lain.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> Farida yulianti. Manajemen pemasaran, (penerbit deepublish (CVBudi Utama), Banjarmasin :2019), 10.

<sup>83</sup> Farida yulianti. Manajemen pemasaran, (penerbit deepublish (CVBudi Utama), Banjarmasin :2019), 10.



Industri utama yang membentuk pasar bisnis adalah pertanian, kehutanan, dan perikanan; pertambangan, perusahaan manufaktur, konstruksi, transportasi, komunikasi, sarana umum, perbankan, keuangan, dan asuransi, distribusi serta jasa lain. Semakin banyak uang dan jenis produk yang terlibat dalam penjualan ke para pembeli bisnis dibandingkan penjualan ke para pembeli konsumen.<sup>84</sup>

Dalam pasar bisnis akan timbul persaingan dengan banyaknya produsen-produsen yang menawarkan produk barang dan jasa yang mereka hasilkan kepada para konsumen. Dengan adanya persaingan dalam pasar bisnis maka setiap perusahaan akan melakukan langkah-langkah dalam melakukan proses produksi dalam menghasilkan suatu barang dan jasa yang berkualitas dan bermutu sehingga dapat menarik minat dan keinginan para konsumen untuk memilikinya.<sup>85</sup>

## 2. Teknologi Informasi

Transformasi digital serta kemajuan teknologi telah membawa perubahan pada perilaku pasar. Saat ini sebagian besar konsumen lebih cenderung untuk melakukan transaksi secara online. Hanya dengan perangkat smartphone yang terhubung dengan koneksi internet, konsumen dapat membeli berbagai kebutuhan mereka tanpa harus datang ke outlet.<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup> Ibid., 11.

<sup>85</sup> Ibid., 83.

<sup>86</sup> Aliyya La Aba Wastakbaru, *Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) T-Cash Sebagai Alat Transaksi Pada Pelanggan Telkomsel (Tinjauan Ekonomi Keuangan Islam)* (Banda Aceh: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018), 2.

Teknologi informasi dimanfaatkan oleh dunia perbankan, *e-commerce* serta *startup* dengan menghadirkan sistem secara *online*. Dengan bantuan teknologi komputer dan teknologi internet yang memungkinkan nasabah (*user*) untuk melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Melalui mesin ATM, *e-banking* dan *mobile apps* nasabah (*user*) bebas memilih metode pembayaran atau transaksi yang mereka inginkan.<sup>87</sup>

Perubahan ini mengharuskan perusahaan untuk mengubah model bisnis menjadi berorientasi pelanggan, di mana produk dan layanan sesuai dengan harapan pengguna, dan jika memungkinkan melalui platform digital. Dari sisi eksternal, banyak start-up Teknologi Finansial yang menargetkan generasi muda menjadi target pasar yang menghabiskan lebih banyak waktu menggunakan internet. Namun, di sisi lain, generasi yang lebih muda hanya memiliki aset yang relatif lebih sedikit daripada pelanggan yang lebih tua. Kesenjangannya sangat luas terutama dengan generasi yang lebih tua yang cenderung memiliki kekayaan dan kemampuan finansial yang substansial. Untuk dapat menjawab dilema, perusahaan harus dapat berinovasi dengan berbagai cara untuk mengubah hubungan pelanggan mereka dan menawarkan pendekatan baru dalam layanan keuangan.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Maghfira, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 1.

<sup>88</sup> Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology* (Jakarta:Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020), 22.

### 3. *Financial Technology (FinTech)*

#### a. *Pengertian Financial Technology (FinTech)*

Teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Perkembangan teknologi finansial di satu sisi terbukti membawa manfaat bagi konsumen, pelaku usaha, maupun perekonomian nasional, namun di sisi lain memiliki potensi risiko yang apabila tidak dimitigasi secara baik dapat mengganggu sistem keuangan.<sup>89</sup>

Bank Indonesia sebagai otoritas sistem pembayaran telah menerbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) mengenai Teknologi Finansial dan *Regulatory Sandbox*.<sup>90</sup> Melalui PBI No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, Bank Indonesia mengatur mengenai kewajiban pendaftaran di Bank Indonesia bagi Penyelenggara Teknologi Finansial yang melakukan kegiatan sistem pembayaran.<sup>91</sup>

Layanan keuangan digital disingkat LKD adalah kegiatan layanan jasa pembayaran dan keuangan yang menggunakan sarana teknologi digital seperti seluler atau *web* melalui pihak ketiga. Pihak ketiga ini dapat berupa individu atau masyarakat umum, bukan karyawan

<sup>89</sup> Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology* (Jakarta:Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020), 22

<sup>90</sup> Ibid., 24.

<sup>91</sup> Ibid., 24.

lembaga bank, dan telah mendapat izin resmi atau lisensi untuk membuka cabang LKD. Jadi, setiap individu dari berbagai profesi dapat menjadi agen penyalur keuangan atau pihak ketiga. Instrumen yang digunakan untuk melakukan pembayaran adalah uang elektronik (*e-cash* atau *e-money*).<sup>92</sup>

#### **b. Inovasi *Financial Technology***

Transformasi digital sedang berlangsung di industri jasa keuangan, dengan sejumlah inovator non bank yang menawarkan produk dan layanan teknologi keuangan yang dihadapi pelanggan dan lembaga keuangan. Transformasi digital mencakup ekonomi pasar berkembang di banyak tempat menawarkan alternatif digital yang layak bagi Bank tradisional. Salah bentuk tranformasi digital adalah *Financial technology (Fintech)*. *Financial technology* merupakan teknologi inovatif yang bertujuan untuk mengoperasikan layanan keuangan tradisional menggunakan program komputer dan teknologi informasi (TI).<sup>93</sup>

Inovasi *Fintech* adalah perusahaan induk untuk ekosistem perusahaan Fintech yang didedikasikan untuk memberikan manfaat penuh dari teknologi keuangan yang berkembang, seperti perbankan terbuka, penyelesaian pembayaran global, dan manajemen keuangan

---

<sup>92</sup> Ibid., 15.

<sup>93</sup> Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology* (Jakarta: Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020), 54.

pribadi. Inovasi *fintech* akan memberikan penawaran yang dapat lebih dan kompetitif di setiap lini bisnis layanan keuangan..<sup>94</sup>

### c. Regulasi *Fintech* Di Indonesia

Perkembangan teknologi digital yang tidak bisa dibendung akan memunculkan kemudahan bagi masyarakat dan menjamurnya perusahaan yang bergerak di bidang *financial technology*. Sebagai lembaga yang memiliki wewenang untuk mengawasi lembaga keuangan di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) akhirnya mulai memberlakukan peraturan *financial technology*.<sup>95</sup>

Perkembangan teknologi informasi telah memasuki hampir disegala sektor kehidupan, adalah keniscayaan untuk menghindari kemajuan teknologi dan penerapannya dalam aktifitas sehari-hari. Jasa keuangan, seiring dengan perkembangan teknologi informasi juga turut serta memanfaatkannya untuk kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dan pengguna jasa keuangan dalam transaksi bisnisnya. Dengan bercermin dari negara lain terkait hukum dan regulasi akan semakin memperkecil hambatan-hambatan yang mungkin akan muncul dan disamping menggali lebih luas lagi peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.<sup>96</sup>

### d. Peraturan *Fintech*

Adanya payung hukum pengawasan lembaga keuangan tersebut seolah memberikan kepastian kepada masyarakat, mengingat ada juga

<sup>94</sup> Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology* (Jakarta: Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020), 54.

<sup>95</sup> Ibid., 77

<sup>96</sup> Ibid., 77.

*fintech* yang melakukan penipuan terhadap nasabahnya. Hasilnya, *fintech* OJK yang sudah terdaftar pun terkena imbasnya.<sup>97</sup>

Maka dari itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan Peraturan OJK No.13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan. Keberadaan Peraturan OJK No.13/POJK.02/2018 tersebut seolah melengkapi Peraturan OJK No.77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Melalui peraturan ini industri keuangan digital bisa dikelola dengan baik dan memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat luas. Tidak hanya itu saja, melalui peraturan ini setidaknya keuangan digital memiliki kontrol dalam mengedepankan perlindungan konsumen. Dibuatnya peraturan ini juga kedepannya diharapkan jasa keuangan memiliki nilai-nilai inovatif, cepat, murah, mudah dan mampu meningkatkan inklusi keuangan secara signifikan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan sangat mendukung pelaku financial technology (*fintech*) berkembang di Indonesia.<sup>98</sup>

#### **4. Konsep *E-money***

##### **a. Pengertian *E-money***

Uang elektronik (*electronicmoney*) atau *e-money* adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut, yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh

<sup>97</sup> Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology* (Jakarta: Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020), 78.

<sup>98</sup> Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology* (Jakarta: Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020), 78.

pemegang terhadap penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan pada akhirnya nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dandikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

*Electronic Money* menurut Bank Indonesia adalah Uang Elektronik (*Electronic Money*) didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:<sup>99</sup>Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip. *E-money* sendiri bisa berbasis *Hardware* dan *Software* dan yang akan dibahas peneliti disini adalah *E-money* berbasis *software* yang menggunakan *mobilepayment system* (GoPay)<sup>100</sup>

#### **b. Dasar Hukum Dalam Menggunakan *E-money***

Hukum menggunakan dan bertransaksi menggunakan *emoney* pada dasarnya sama hukumnya seperti menggunakan uang kertas biasa karena keduanya memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai alat

<sup>99</sup> Ibid., 79.

<sup>100</sup> Maghfira, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 10.

pembayaran atas transaksi jual beli barang atau jasa yang dilakukan oleh para konsumen dalam maksud pemenuhan akan kebutuhannya.<sup>101</sup>

Menurut perspektif syariah, hukum atas *e-money* adalah halal. Kehalalan ini berlandaskan kaidah; setiap transaksi dalam muamalah pada dasarnya diperbolehkan kecuali jika ada dalil yang jelas mengharamkannya, maka saat itu hukumnya akan berubah menjadi haram, maka dari itu setiap *chip* atau *server e-money* yang dikeluarkan haruslah memenuhi ketentuan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah agar penggunaan tidak menjadi haram. Dalam penjelasan dan peraturan Bank Indonesia No.7/46/PBI/2005, tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip syariah, pasal 2 ayat 3 menjelaskan bahwa prinsip transaksi dalam Islam adalah:<sup>102</sup> Tidak mengandung *maysir* dan tidak menimbulkan *riba*.

Dalam Al-Quran Allah menjelaskan dalam potongan surat Al-Baqarah ayat 275, artinya sebagai berikut: *“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan*

<sup>101</sup>Choiril Anam, M.Ei. *E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah* Issn: 2598-3156 Vol.2 (Kediri:Institut Agama Islam Negeri (Iain) Kediri,2018), 97.

<sup>102</sup> Choiril Anam, M.Ei. *E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah* Issn: 2598-3156 Vol.2 (Kediri:Institut Agama Islam Negeri (Iain) Kediri,2018), 97.



*mengharamkan riba. Orang - orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.*

### **c. Bentuk-Bentuk Dari Uang Elektronik (E-Money)**

Uang elektronik (*e-money*) memiliki media elektronik yang berfungsi sebagai penyimpan nilai uang (*monetary value*) yang dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:<sup>103</sup>Uang elektronik yang nilai uangnya selain dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh pemegang. Media elektronik yang dikelola oleh pemegang berupa *card-based* dalam bentuk *chip* yang disimpan pada kartu yang berupa *software-based* dalam bentuk *harddisk* yang terdapat pada *personal computer* milik pemegang kartu *emoney* dan uang elektronik yang nilai uangnya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit, pemegang diberi hak akses oleh penerbit terhadap penggunaan nilai uang elektronik tersebut. Transaksi pembayaran menggunakan uang elektronik (*e-money*) ini hanya dapat dilakukan secara *online* dimana nilai yang tercatat pada media yang dikelola oleh

<sup>103</sup> Fitri Handayani, *Analisis Potensi Dan Perferensi Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Emone*. (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2016), 11.

penerbit akan berkurang secara langsung (Penjelasan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009).

#### e. Perbedaan Antara Jenis *E-Money*

Alat pembayaran memiliki beragam jenis yang menggunakan kartu yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut:<sup>104</sup>

Tabel 2.2 Perbedaan jenis antar *E-Money*

No	Uang Elektronik	Perbedaan
1.	Kartu kredit	instrumen pembayaran elektronik yang berbentuk kartu yang dipergunakan sebagai alat pembayaran transaksi pembelian barang dan jasa, pembayarannya dapat dilakukan oleh pembeli secara sekaligus atau angsuran dalam jangka waktu tertentu.
2.	<i>Charge card</i>	bentuk kartu yang diterbitkan oleh lembaga keuangan yang digunakan sebagai alat pembayaran transaksi pembelian barang dan jasa yang pembayarannya harus dilakukan oleh pembeli secara sekaligus dalam jangka waktu tertentu setelah kartu digunakan.
3.	Kartu Debit	merupakan kartu yang diterbitkan oleh lembaga keuangan, digunakan sebagai alat pembayaran transaksi pembelian barang atau jasa dengan cara mendebit atau mengurangi saldo rekening simpanan. Transaksi hanya dapat dilakukan apabila kartu memiliki saldo yang cukup didalam rekeningnya.
4.	Kartu ATM	melayani nasabah pengguna secara otomatis setiap saat melalui mesin ATM. Pelayanan yang diberikan melalui ATM antara lain penarikan tunai, mengecek dan mencetak jumlah saldo nasabah pengguna, dan juga melakukan pembayaran lainnya

#### f. Contoh *E-money* Yang Beredar Di Indonesia

Dalam perekonomian *modern*, lalu lintas pertukaran barang dan jasa sudah sedemikian cepatnya sehingga memerlukan dukungan tersedianya system pembayaran yang handal yang memungkinkan

<sup>104</sup> Veithal Rivai, Dkk, *Bank And Financial* (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2001), 139.

dilakukannya pembayaran secara lebih cepat, efisien, dan aman. *E-money* muncul sebagai solusi terbaik. Contoh uang elektronik yang akan disebutkan disini adalah beberapa layanan *e-money* yang biasa digunakan oleh masyarakat Indonesia dan semua dari jenisnya telah memiliki sertifikat dari Bank Indonesia.<sup>105</sup>

Tabel 2.3 Contoh e-money yang beredar di Indonesia

No	Nama <i>emoney</i>	Penerbit	Fungsi
1.	Indomaret Card, GazCard, E-Toll, E-Cash	Bank Mandiri,	Berbelanja di gerai indomaret, bahan bakar minyak di gerai pertamina, akses Jalan tol, Pembayaran secara <i>online</i> atau <i>offline</i> di gerai mitra Mandiri, mengisi pulsa, dan membeli tiket pesawat.
2.	Flazz dan Sakuku	Bank BCA	Pembayaran dengan <i>scanQR code</i> di gerai yang telah bekerjasama
3.	TapCash	Bank BNI	Pembayaran di Alfamart, Indomaret, <i>e-parking</i> , dan tiket Trans Jakarta
4.	Nobu E-Money	Bank National nobu	Pembayaran transportasi dan akses jalan tol
5.	T-Cash Tap	Telkomsel	Pembayaran di gerai yang telah bekerjasama.
6.	Doku Wallet	Doku	pelaku <i>epayment</i> di Indonesia. Pembayaran <i>online</i> atau <i>offline</i> dan transfer antar bank.
7.	GoPay	PT.GoJek	dompet elektronik yang dikembangkan oleh perusahaan GoJek yang digunakan sebagai layanan pembayaran selama menggunakan aplikasi GoJek.

<sup>105</sup> Uang elektronik yang beredar di Indonesia [www.Nontunai.Com](http://www.Nontunai.Com). ( Diakses Pada 24 Oktober 2020)

## 5. Pembayaran Non Tunai

Pembayaran dengan media non tunai membuat seseorang lebih mudah melakukan *overspending*. Secara khusus, bahwa kartu kredit membuat orang leluasa dalam berhutang dan menggunakan uang. Penggunaan kartu kredit dapat mendorong seseorang dalam berperilaku kompulsif karena tersedianya dana yang dapat digunakan secara terus-menerus. Kemudahan dalam melakukan pembayaran sudah semakin berkembang di dunia. Banyak media pembayaran yang memudahkan orang, seperti kartu kredit, kartu debit, penggunaan rekening bank hingga *e-money*.<sup>106</sup>

Sebagai bentuk dukungan terhadap pembayaran non tunai, pemerintah meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014. Hingga saat ini, pemerintah Indonesia sedang menggalakkan program GNNT sebagai bentuk pengganti pembayaran tunai. Gerakan ini dilakukan bersama oleh pemerintah dengan mengajak masyarakat untuk melakukan pembayaran secara non tunai, agar dapat menciptakan transparansi dan efisiensi. Salah satu tujuan diluncurkannya GNNT adalah untuk mempermudah transaksi dalam *e-commerce*. Pemerintah mendorong penggunaan GNNT di berbagai sektor, seperti penggunaan APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu), *mobile banking*, dan penggunaan *e-money*. Penggunaan pembayaran non tunai dilakukan di berbagai sektor seperti retail, transportasi, *banking*, pembayaran tol, hingga pembayaran gaji aparatur negara. Berdasarkan data yang dihimpun Halomoney yang

<sup>106</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 33.

bersumber dari Bank Indonesia, total perputaran uang non tunai di Indonesia tahun 2016 mencapai total 532,5 triliun, dengan rincian 252,44 triliun melalui ATM / kartu debit, 273 triliun melalui kartu kredit dan 7,06 triliun melalui uang elektronik (*e-money*).<sup>107</sup>

## 6. GoJek

### a. Pengertian GoJek

PT.GoJek Indonesia adalah perusahaan teknologi digital yang membantu masyarakat sebagai solusi masalah yang sedang terjadi saat ini. GoJek menjadi mitra bagi pengendara-pengendara ojek untuk mempermudah masyarakat menghadapi kemacetan dan kepadatan kota. GoJek bukan hanya menyediakan layanan untuk menghantarkan seseorang mencapai tempat tujuannya, namun GoJek saat ini sudah memiliki berbagai produk untuk memberikan kemudahan terhadap masalah masyarakat saat ini.<sup>108</sup>

GoJek saat ini mengeluarkan sebuah fitur baru untuk mempermudah pembayaran dari seluruh produk yang ditawarkan oleh pihak GoJek. Fitur terbaru tersebut adalah GoPay. GoPay merupakan *mobile wallet* atau pembayaran elektronik yang digunakan untuk menyimpan GoJek Credit dan digunakan untuk membayar transaksi dalam layanan produk-produk GoJek. GoPay merupakan metode pembayaran *mobile payment*

<sup>107</sup> Fitri Handayani, *Analisis Potensi Dan Perferensi Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Emon*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016), 20.

<sup>108</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 35.

yang disediakan oleh perusahaan GoJek untuk mempermudah proses transaksi bagi pengguna, driver maupun perusahaan itu sendiri. GoPay disediakan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi proses transaksi yang dilakukan dalam GoJek. GoPay memiliki berbagai keunggulan, diantaranya adalah pembayaran yang mudah untuk setiap transaksi layanan GoJek pembayaran transaksi tanpa uang kembalian, mendapatkan berbagai macam potongan harga dan promo untuk pengguna GoPay, dan salah satu kemudahan dengan pengisian saldo.<sup>109</sup>

#### b. Fitur GoJek

Fitur-fitur yang berada di Aplikasi GoJek<sup>110</sup> di kategori GoJek beberapa fitur yang dapat digunakan oleh konsumen, kategori ini lebih dominan untuk pengantaran konsumen atau jasa:

Tabel 2.4 Fitur GoJek

No	Fitur	Pengertian
1.	Go-Ride	Layanan transportasi sepeda motor yang sebelumnya adalah ojek-ojek konvensional yang kemudian dijadikan mitra untuk bersama-sama memberikan manfaat lebih dengan menggunakan mobile service sehingga seluruh pemesanan dapat dikendalikan dengan aplikasi GoJek Dengan menggunakan Go-Ride.
2.	Go-Car	Layanan transportasi beroda empat yang sebelumnya adalah supir taksi konvensional yang kemudian dijadikan mitra untuk bersama-sama memberikan manfaat lebih dengan menggunakan mobile service sehingga seluruh pemesanan dapat dikendalikan dengan aplikasi GoJek.
3.	Go-	Layanan pesan antar makanan yang diorder lewat

<sup>109</sup> Fitri Handayani, *Analisis Potensi Dan Perferensi Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Emon*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016), 35.

<sup>110</sup> Blok Bali, "Satu Aplikasi Beragam Solusi" <https://www.gojek.com/blog/gojek/bali/>. 20 Oktober 2020

	Food	aplikasi GoJek dan diantarkan oleh driver GoJek sampai lokasi yang di tuju.
4.	Go-Sent	Layanan pesan antar barang yang konsumennya meminta untuk diantarkan oleh driver GoJek barangnya (konsumen) ketempat tujuan yang diinginkan.
5.	Go-Festival	Event yang diselenggarakan oleh PT.GoJek di suatu tempat selama kontrak tempat satu tahun.Tempat event tersebut yakni seperti event kuliner tetapi pembayarannya hanya menggunakan transaksi dari GoPay.
6.	Go-Box	Layanan pesan antar berupa barang yang muatannya lebih banyak dan diantarkan oleh driver GoJek.
7.	Go-Tix	Layanan untuk memasan tiket transportasi yang dipesan lewat aplikasi GoJek.
8.	Go-Med	Suatu layanan kalaborasi antara GoJek dan Halodoc, Go-Med sebenarnya tidak melayani produk apa pun, tetapi pihak GoJek menghubungkan pengguna dengan lebih dari 1.000 apotek di jabodetabek, Bandung dan Surabaya.
9.	Go-Deals	Layanan yang menyediakan berbagai promosi terbaik yang tidak dapat didapatkan di tempat lain, banyak berbagai tawaran yang menarik yang ditawarkan. Berbagai jenis penawaran menarik dengan pilihan vocer untu bersantap, berbelanja, hobi, hiburan, perjalanan dan voucher lainnya untuk setiap layanan GoJek.
10.	Go-Pay	Merupakan dompet elektronik yang dikembangkan oleh perusahaan GoJek yang digunakan sebagai layanan pembayaran selama menggunakan aplikasi GoJek. Perusahaan GoJek mengawali bisnisnya dari jasa transportasi sepeda motor yang kemudian memperluas jaringan bisnisnya dengan menawarkan bermacam layanan. Di kategori GoPay dapat digunakan oleh konsumen, kategori ini lebih dominan untuk transaksi atau pembayaran dan jasa. Seperti Go-Bills, Go-Point, Go-Pulsa, Go-Massage, Go-Clean, Go-Glam

## 7. Nilai-Nilai Dalam Menggunakan GoPay

### a. Kemudahan (X1)

Kemudahan menurut KBBI berarti tidak memerlukan banyak tenaga atau pikiran dalam melakukannya.<sup>111</sup> Kemudahan suatu ukuran keyakinan pengguna teknologi tertentu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan memberinya keleluasaan untuk tidak mengelurkan usaha lebih. Kemudahan penggunaan sistem meliputi mudah dipelajari dan mudah dioperasikan, mudah bekerja dengan apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan pengguna.

Kemudahan sebagai keyakinan akan kemudahan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau system tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit.<sup>112</sup>

Dengan demikian, setiap biaya layanan *e-money* yang dirasa mudah digunakan oleh konsumen, maka biaya layanan kemudian akan diadopsi oleh pelanggan dalam suatu transaksi. jika seseorang merasa atau meyakini bahwa sistem teknologi informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang merasa atau

<sup>111</sup> Kbbi. (2014). Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kbbi) Online - Definisi Kata. *Potensi*. Retrieved From [Http://Kbbi.Web.Id/](http://Kbbi.Web.Id/)

<sup>112</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan maupun Pengemudi Go-Jek* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018),18.



percaya bahwa sistem teknologi informasi tidak mudah digunakan, ia tidak bisa menggunakannya.<sup>113</sup> Hal ini untuk menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor yang dipertimbangkan pelanggan untuk menggunakan *e-money*.

Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakan. Kemudahan mempunyai makna tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Dengan demikian, kemudahan penggunaan ini merujuk pada kepercayaan individu bahwa setiap sistem ini membantu dan tidak memerlukan upaya serta biaya yang besar dalam penggunaannya. Persepsi kemudahan kenggunaan pada *e-money* ini dimaksudkan agar nasabah atau konsumen dapat menggunakan layanan *e-money* dengan mudah dipahami serta mudah dalam pengaplikasiannya tanpa menggunakan usaha yang rumit serta membutuhkan waktu dan biaya besar.<sup>114</sup>

#### **b. Manfaat (X2)**

Manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.<sup>115</sup> Manfaat diyakini menjadi faktor penentu dasar penerimaan pengguna teknologi. Persepsi manfaat

---

<sup>113</sup> Jogiyanto, Sistem Informasi Keprilakuan (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 115.

<sup>114</sup> Buyung Nova Tri Anggono Dkk, *Persepsi Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Gopay* Vol. 15 No.1 (Jurnal Ilmiah Ekonomi: Juni 2020), 146.

<sup>115</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia 2018), 18.

diartikan sebagai sebuah keyakinan pengguna bahwa menggunakan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat yang dapat meningkatkan kinerjanya. Seorang pengguna akan percaya terhadap penggunaan suatu produk teknologi terbaru apabila teknologi tersebut dapat menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif, lebih cepat, dan lebih baik.

Manfaat menunjukkan penilaian subyektif dari kegunaan yang ditawarkan oleh aplikasi GoPay untuk mempermudah mendapatkan layanan yang diinginkannya. Maka manfaat dari GoPay akan selaras dengan penggunaan yang dilakukan oleh pelanggan dan pengemudi GoJek. Semakin tinggi manfaat dari sistem pembayaran GoPay maka semakin tinggi intensitas penggunaan GoPay. berdasarkan penjelasan tersebut manfaat GoPay dapat diartikan sebagai dampak positif yang diterima pelanggan maupun pengemudi GoJek selama menggunakan GoJek.<sup>116</sup>

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

---

<sup>116</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 18.

manfaat menjadi faktor yang dipertimbangkan pada pelanggan untuk menggunakan *e-money*<sup>117</sup>

Manfaat memegang peranan penting bagi keinginan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa. Persepsi merupakan gambaran awal atas harapan konsumen atas pemenuhan kebutuhan yang diinginkannya. Persepsi manfaat ini merupakan tingkatan kepercayaan seseorang terhadap subyek tertentu yang dapat mempermudah dan mempercepat pekerjaan yang mereka lakukan sehingga dapat meningkatkan performa pekerjaannya dan prestasi kerja orang yang bersangkutan.<sup>118</sup>

### c. **Kemanan (X3)**

Keamanan didefinisikan sebagai ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa dengan potensi menyebabkan kesulitan ekonomi terhadap data atau sumber daya jaringan dalam bentuk penghancuran, pengungkapan, modifikasi data, penolakan layanan, dan/atau penipuan, pemborosan dan penyalahgunaan.<sup>119</sup>

Keamanan sistem informasi pada saat ini telah banyak dibangun oleh para kelompok analis dan programmer namun pada akhirnya ditinggalkan oleh para pemakainya. Hal tersebut terjadi karena sistem yang dibangun lebih berorientasi pada pembuatnya sehingga berakibat

<sup>117</sup> I Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 18.

<sup>118</sup> Habsari Candraditya, *Analisis Penggunaan Uang Elektronik*, Vol.2 No.3 (Semarang: Diponegoro Journal Of Management: 2013), 4.

<sup>119</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia 2018), 26.

sistem yang dipakai sulit untuk digunakan atau kurang *user friendly* bagi pemakai, sistem kurang interaktif dan kurang memberi rasa nyaman bagi pemakai, sistem sulit dipahami *interface* dari sistem menu dan tata letak kurang memperhatikan kebiasaan perilaku pemakai, system dirasa memaksa bagi pemakai dalam mengikuti prosedur yang dibangun sehingga sistem terasa kaku dan kurang dinamis, keamanan dari sistem informasi yang dibangun tidak terjamin.<sup>120</sup>

Suatu sistem informasi dapat dikatakan baik jika keamanan dan kerahasiaan sistem tersebut dapat diandalkan. Mengenai kerahasiaan adalah segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya. keamanan dan kerahasiaan meliputi 3 hal yaitu resiko pengguna berkaitan dengan resiko terhadap pihak luar (*hacker*), penyimpanan data berkaitan dengan resiko terhadap pihak dalam (pegawai pajak) dan kemampuan *e-filing* berkaitan dengan kemampuan sistem dalam mengantisipasi masalah-masalah terkait data.<sup>121</sup>

#### **d. Kepercayaan**

Kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Kepercayaan mengandung dua aspek yang berbeda yaitu kredibilitas yang merujuk kepada keyakinan bahwa pihak lain mempunyai keahlian dalam menjalankan tugasnya dan *benovelence* yang

---

<sup>120</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia 2018), 26.

<sup>121</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 30.

merujuk kepada kesungguhan pihak lain bahwa dia mempunyai kesungguhan untuk melaksanakan yang sudah disepakati.<sup>122</sup>

Kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya. Kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab.<sup>123</sup>

Kepercayaan adalah kepekaan individu terhadap nilai-nilai yang dibagi antar kedua pihak yang sifatnya menguntungkan bagi kedua pihak. Jadi kepercayaan terhadap *e-money* merupakan proses pertukaran nilai-nilai antara pihak penerbit *e-money* dengan nasabah atau konsumen pengguna *e-money* yang nilai-nilai ini menguntungkan bagi pihak penerbit maupun bagi pihak nasabah atau konsumen. Beberapa elemen penting dari kepercayaan yaitu kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu seperti watak yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan dan

---

<sup>122</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 28.

<sup>123</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 28.

kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko sehingga melibatkan perasaan aman dan yaki pada diri mitra.<sup>124</sup>

Kepercayaan membantu pengguna mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya dan mendorong mereka untuk mengadopsi produk tersebut. Kepercayaan yang dimiliki mampu mengatasi adanya persepsi yang muncul. Meskipun mereka percaya akan adanya risiko, akan tetapi adanya kepercayaan tetap mendorong mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut.<sup>125</sup>

#### **e. Inovasi**

Inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru.<sup>126</sup>

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. Indikator dari inovasi teknologi yaitu

---

<sup>124</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 28.

<sup>125</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 28.

<sup>126</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 20.

dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *e-money*.<sup>127</sup>

Variabel ini berusaha menunjukkan apakah suatu teknologi bisa diterima oleh penggunanya. Beberapa model telah dikembangkan oleh sebagian peneliti untuk dapat mengukur apakah suatu teknologi itu bisa dikatakan diterima, antara lain TAM (*Technology Acceptance Model*), TRA (*Theory Reasoned Action*), MPTAM (*Mobile Payment Technology Acceptance Model*) dan lain-lain. Penerimaan sebuah teknologi berarti teknologi tersebut sukses memberikan nilai lebih kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan tujuan dikeluarkannya teknologi baru atau inovasi dalam teknologi guna mempermudah proses bisnis yang dijalankan.<sup>128</sup>

Proses penggunaan konsumen terfokus pada proses mental dan melalui proses ini seseorang beralih dari mendengarkan pertama kali tentang inovasihingga akhirnya menggunakannya.<sup>129</sup> Seseorang yang cenderung inovatif selalu mencari sesuatu yang baru. Berhubungan dengan *e-money*, pelanggan akan mencoba sesuatu yang baru apabila teknologi yang dimiliki akan mendukung kelancaran kerja.

IAIN JEMBER

---

<sup>127</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

<sup>128</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

<sup>129</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 21.

## 8. COVID-19

Indonesia saat ini sedang dihadapkan pada bencana nasional berupa pandemi Covid-19. Penyebaran Covid-19 tercatat sangat cepat dan masif di Indonesia. Pandemi Covid-19 ini disinyalir bukan hanya menyerang kesehatan, namun juga ekonomi secara global, tak terkecuali Indonesia. Menanggapi hal tersebut, Menteri Keuangan Sri Mulyani mengatakan bahwa Covid-19 akan memperburuk ekonomi Indonesia, bahkan pertumbuhan ekonomi diprediksi bakal tumbuh hanya sebesar 2,5 persen bahkan bisa mencapai 0 persen.<sup>130</sup>

Peran pemerintah dalam penanganan Covid-19 setidaknya mengacu pada UU Nomor 4 Tahun 1984 tentang Wabah Penyakit Menular dan UU Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan. Kedua instrumen tersebut tentu saja belum lengkap, sehingga pemerintah pusat dalam hal ini Presiden mengeluarkan Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 mengenai Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Corona Virus Disease 2019, Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan 2019 *corona virus Disease* dan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Covid-19. Produk hukum tersebut selaras dengan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan Presiden dalam

---

<sup>130</sup> Daya Beli Masyarakat, <https://www.merdeka.com/uang/virus-corona-terjadi-6-bulan-daya-beli-masyarakat-terpukul-paling-berat.html>, (28 Juni 2020)



menghadapi Covid-19, di antaranya terkait dengan kebijakan di bidang ekonomi, kesehatan dan pendidikan.<sup>131</sup>

Selain itu, kalangan pengusaha menilai Covid-19 telah membawa dampak negatif besar terhadap perekonomian Indonesia. Pasalnya, Covid-19 telah mengganggu mata rantai produksi industri sehingga perputaran bisnis menjadi tidak lancar, sementara kewajiban para pengusaha tetap harus berjalan. Akibatnya banyak karyawan yang terpaksa hilang pekerjaannya karena terkena PHK.. Hal ini semakin memperkuat bahwa perekonomian Indonesia akan terus melambat. Beberapa upaya terus dilakukan oleh pemerintah untuk menangani penyebaran virus Covid-19 ini, diantaranya adalah melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) secara bertahap di wilayah-wilayah yang terindikasi mempercepat penyebaran virus Covid-19.<sup>132</sup> Penerapan PSBB setidaknya memberikan dampak yang signifikan bagi kegiatan masyarakat. PSBB terus berjalan, namun kebutuhan hidup selama masa PSBB juga harus selalu terpenuhi. Oleh karena itu, banyak masyarakat yang akhirnya menggunakan e-commerce untuk berbelanja berbagai kebutuhan. Penggunaan e-commerce juga sekaligus melaksanakan himbauan pemerintah agar membatasi penggunaan uang tunai atau kertas. Sejumlah swalayan atau supermarket dan pasar juga saat ini sudah banyak yang menyediakan layanan digital. Uang elektronik

---

<sup>131</sup> Dindin Solahudin, Dkk, *Analisis Kepemimpinan Di Indonesia Dalam Kerangka Tanggap-Darurat Covid-19* (Bandung: Uin Sunan Gunung Djati Bandung, 2020), 2.

<sup>132</sup> Siti Nur Fatoni, *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia* (Bandung: Uin Sunan Gunung Djati Bandung, 2020), 2.

didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.<sup>133</sup>

Penggunaan e-wallet memang sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi, terlebih untuk membatasi penggunaan uang tunai atau kertas. Meskipun belum ada pemberitahuan resmi, termasuk dari Badan Kesehatan Dunia (WHO) bahwa uang tunai bisa menjadi vektor penularan Covid-19. Beralihnya pembayaran digital akhir – akhir ini menjadi menarik untuk dikaji, agar dapat diketahui sejauh mana dampak Covid-19 terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan layanan mobile payment, salah satunya adalah penggunaan GoPay sebagai alat untuk melakukakn pembayaran transaksi jual beli di pasar pasar tradisional badung-bali. Layanan mobile payment memang semakin populer seiring dengan meningkatnya pemakaian smartphone hingga 70% dalam lima tahun terakhir di Indonesia. Terlebih semakin banyak pilihan aplikasi uang elektronik tanpa kartu untuk bertransaksi.<sup>134</sup>

IAIN JEMBER

---

<sup>133</sup> Hidayanti, Siti, Dkk, *Operasional E-Money* (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), 23.

<sup>134</sup> Susilawati Cucu, *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia*, (2020).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian**

Penelitian terkait penggunaan sosial media ini didesain dalam bentuk penelitian lapangan (Field Research), dimana dalam penelitian ini, data dan informasinya yang diperoleh merupakan hasil dari kegiatan lapangan penelitian. Sedangkan pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, table, grafik, atau tampilan lainnya.<sup>135</sup>

Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal

---

<sup>135</sup> Dr. Sandu Siyoto, Skm., M.Kes, Dasar Metodologi Penelitian Cetakan 1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17.

ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.<sup>136</sup>

metode penelitian kuantitatif ini bersifat menguji hipotesis dari suatu teori yang telah ada. Penelitian bersifat mengkonfirmasi antara teori dengan kenyataan yang ada dengan mendasarkan pada data ilmiah baik dalam bentuk angka. Penarikan kesimpulan bersifat deduktif yaitu dari sesuatu yang bersifat umum ke sesuatu yang bersifat khusus.<sup>137</sup>

## **B. Populasi dan sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>138</sup>

Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah pengguna layanan GoPay yaitu pelanggan GoJek yang berada di wilayah Denpasar. Alasan pengguna layanan GoPay di wilayah Bali dipilih, karena perkembangan teknologi di Indonesia semakin pesat terutama di bidang *financial technology* dan penelitian mengenai penggunaan GoPay di masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk mencari penyebab penggunaan GoPay. Alasan menggunakan pelanggan GoJek

---

<sup>136</sup> Dr. Sandu Siyoto, Skm., M.Kes, Dasar Metodologi Penelitian Cetakan 1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 20.

<sup>137</sup> Dr. Sandu Siyoto, Skm., M.Kes, Dasar Metodologi Penelitian Cetakan 1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 20.

<sup>138</sup> Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitaian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfa Beta, 2013), 80.

sebagai populasi dikarenakan pelanggan merupakan responden yang melakukan pembayaran dengan GoPay.

## 2. Sampel & Teknik Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>139</sup> teknik penarikan sampel nonprobabilita adalah suatu teknik penarikan sampel yang mendasarkan pada setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama. Anggota yang satu memiliki kesempatan lebih besar dibandingkan dengan anggota yang lain sehingga hasil dari suatu penelitian yang menggunakan teknik ini tidak dapat digunakan untuk memprediksi populasi.<sup>140</sup>

Adapun teknik yang dipakai dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. pemilihan kelompok subyek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi

---

<sup>139</sup> Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitaian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfa Beta, 2013), 81.

<sup>140</sup> Dr. Priyono, Mm, Metode Penelitian Kuantitatif (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), 104.

disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.<sup>141</sup>

Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 *sid* 20.<sup>142</sup> Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut  $5 \times 20 = 100$ , sehingga peneliti menentukan batas minimal sampel yang harus didapat dalam penelitian ini adalah 100 sampel. Karena fokus dari penelitian adalah penggunaan konsumen GoJek atas sistem pembayaran GoPay, responden dipaparkan untuk memastikan bahwa mereka benar-benar menggunakan aplikasi GoJek dan telah melakukan minimal 3 kali transaksi.

### C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang akan digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer dengan penyebaran kuesioner.<sup>143</sup>

---

<sup>141</sup> Drs Syarhum. M.Pd, Metodologi Penelitian Kuantitatif (Bandung:Cita Pustaka Media, 2012). 118.

<sup>142</sup> Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitaian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfa Beta, 2013), 91.

<sup>143</sup> Dr. Sandu Siyoto, Skm., M.Kes, Dasar Metodologi Penelitian Cetakan 1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015),67.

Pengumpulan data melalui Kuesioner atau Angket Sebagian besar penelitian umumnya menggunakan kuesioner sebagai metode yang dipilih untuk mengumpulkan data. Kuesioner atau angket memang mempunyai banyak kebaikan sebagai instrumen pengumpul data<sup>144</sup>

Skala bertingkat, jawaban responden dilengkapi dengan pernyataan bertingkat, biasanya menunjukkan skala sikap yang mencakup rentang dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju terhadap pernyataannya.<sup>145</sup>

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.<sup>146</sup>

Penyusunan kuesioner bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menyusun pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden dengan tepat dan mudah dipahami, sehingga responden tidak mengalami kesulitan dan dapat membantu responden dalam mengisi kuesioner tersebut. Kuesioner akan

---

<sup>144</sup> Ibid., 76.

<sup>145</sup> Dr. Sandu Siyoto, Skm., M.Kes, Dasar Metodologi Penelitian Cetakan 1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 67.

<sup>146</sup> Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfa Beta, 2013), 143.

dibagi ke dalam 2 bagian sesuai dengan informasi yang dibutuhkan, yaitu sebagai berikut:

Bagian pertama akan berisi pertanyaan mengenai profil responden dan berisi pertanyaan mengenai demografi responden sesuai dengan konteks perilaku kompulsif, seperti jenis kelamin, alamat, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan dan Jenis fitur yang digunakan dengan menggunakan GoPay. Bagian kedua akan berisi pertanyaan inti dalam penelitian ini. Pertanyaan inti berisi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan GoPay oleh para konsumen pada GoJek

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk memperoleh jawaban dari responden mengenai perilaku kompulsif. Penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan sendiri (*self-administered questionnaire*) dan responden nantinya akan mengisi sendiri juga kuesioner yang diberikan. Kuesioner akan disebar secara online karena terbatasnya waktu penelitian dan masa pandemic Covid-19. Kuesioner online disebar melalui *Google form* untuk menjangkau sebaran lokasi dari responden.

#### **D. Analisis Data**

analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk



penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>147</sup>

Teknik pengujian data yang digunakan adalah uji analisis deskriptif, uji kualitas, dan uji asumsi klasik. Teknik pengujian hipotesis pada variabel ini adalah analisis regresi berganda. Sedangkan yang digunakan untuk kemudian mengolah data statistik pada penelitian ini adalah memakai SPSS 24 dan *microsoft excel 2019*.

## **E. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Instrumental**

Uji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah instrumen yang disusun peneliti layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Perhitungan untuk menguji validitas dan reliabilitas terhadap angket dilakukan dengan bantuan SPSS 24

#### **a. Uji Validasi**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir tiap butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel, dimana  $df = n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  tabel  $<$   $r$  hitung maka valid.

---

<sup>147</sup> Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfa Beta, 2013), 147.

## **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas (keandalan) adalah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha  $> 0,7$  maka reliabel.

## **2. Uji Analisis Faktor**

### **1. Uji Output KMO And Bartlett's Test**

KMO and Bartlett's test di atas berguna mengetahui kelayakan suatu variabel, apakah dapat di proses lebih lanjut menggunakan teknik analisis faktor atau tidak

#### **a. Uji Anti-image Matrices**

Anti-image Matrices berguna untuk mengetahui dan menentukan variabel mana saja yang layak pakai dalam analisis faktor.

#### **b. Uji Communalities**

Uji Communalities ini menunjukkan nilai variabel yang diteliti apakah mampu untuk menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Extraction  $> 0,50$ .

#### **c. Uji Total Variance Explained**

Total Variance Explained menunjukkan nilai masing-masing variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini ada 5 variabel berarti ada 5 Component yang ada di analisis. Ada dua macam analisis untuk

menjelaskan suatu varian, yaitu Initial Eigenvalues dan Extraction Sums of Squared Loadings. Pada varian nilai Initial Eigenvalues menunjukkan faktor yang terbentuk.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji penyimpangan asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui beberapa penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Hal ini agar model regresi dapat bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*). Uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam penelitian ini meliputi uji-uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita

Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal). Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak maka dapat dideteksi dengan melihat *normality probability plot*. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memiliki asumsi normalitas.<sup>148</sup>

---

<sup>148</sup> Uji Normalitas, [www.Spssindonesia.Com](http://www.Spssindonesia.Com), 28 Maret 2021.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa *varians* variabel tidak sama untuk semua pengamatan atau observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedastisitas dalam model, atau dengan perkataan lain yang terjadi heterokedastisitas.<sup>149</sup>

### c. Uji Multikolieritas

Uji multikolieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikorelasi) atau tidak. Multikolieritas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan diantara variabel bebas. Uji multikolieritas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu.<sup>150</sup>

## 4. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda lebih sesuai dengan kenyataan dilapangan bahwa suatu variabel terikat tidak hanya dapat dijelaskan oleh satu variabel bebas saja tetapi perlu dijelaskan oleh beberapa variabel terikat. Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya

<sup>149</sup> Uji Heteroskedastisitas Oleh Sahid Raharjo, [www.Spssindonesia.Com](http://www.Spssindonesia.Com), 28 Maret 2021

<sup>150</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia*. (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 97.

pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Sebelum melakukan analisis Regresi Linier Berganda terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan analisis regresi yaitu Uji Asumsi Klasik.<sup>151</sup>

#### **a. Uji F**

Uji F dimaksudkan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas (X) secara keseluruhan terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini untuk mengetahui apakah variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat.

#### **b. Uji-t (Uji Hiptesis)**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter sama dengan nol. Uji-t digunakan untuk menunjukkan apakah setiap variabel independen (kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan inovasi) berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19).

---

<sup>151</sup> Maghfira, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 73.

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

GoJek adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yang berbasis *on demand mobile platform* dan aplikasi canggih yang menyediakan berbagai layanan yang cukup lengkap, mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan berbagai layanan *on-deman* lainnya. GoJek didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran pada tahun 2010. Pada awal kemunculannya, GoJek hanya bergerak dalam satu layanan jasa yakni transportasi, namun seiring berjalannya waktu, GoJek meluaskan inovasinya dan menambah beberapa layanan. Hingga saat penelitian ini ditulis, terdapat layanan yang disediakan oleh perusahaan GoJek, antara lain:

##### **1.A.A.a.1. Go-Ride**

Layanan ojek online yang memungkinkan pemesanan melalui aplikasi GoJek. Layanan ini menggunakan kendaraan roda dua untuk mengantarkan konsumen ke lokasi yang diinginkan dengan jarak dan harga yang tertera langsung di aplikasi smartphone.

##### **1.A.A.a.2. Go-Car**

Layanan transportasi minibus yang dapat digunakan untuk satu orang atau lebih. Layanan ini menggunakan kendaraan roda 4 untuk mengantarkan konsumen ke lokasi tujuan dengan jarak dan harga yang juga tertera di dalam aplikasi smartphone.

### 3. Go-Food

Layanan pemesanan makan ke ribuan restoran yang telah terdaftar sebagai mitra GoJek dengan pilihan menu yang tersedia dalam satu aplikasi GoJek. Layanan ini memberikan keleluasaan konsumen untuk mencari makanan berdasarkan nama, harga, jenis makanan, jenis makanan terlaris, jenis makanan terfavorit, dll.

### 4. Go-Mart

Layanan yang dapat memenuhi kebutuhan belanja sehari-hari dengan bantuan driver GoJek untuk membelikan barang-barang pesanan pelanggan ke supermarket atau minimarket terdekat. Harga barang adalah harga asli yang tertera di toko tersebut, konsumen hanya perlu memberikan upah kepada driver GoJek berdasarkan jarak yang perlu ditempuh.

### 5. Go-Send

Layanan kurir instan yang dapat digunakan untuk mengirim barang dan dokumen dalam satu area. Konsumen dapat mengirim barang atau dokumen yang dapat diangkut dengan kendaraan roda dua.

### 6. Go-Box

Layanan pemesanan mobil angkut seperti pick-up, mobil boks, dan truk engkel yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. Layanan ini disediakan untuk konsumen yang ingin mengirim barang dalam ukuran yang besar dan banyak, sehingga tidak mampu diangkut dengan menggunakan kendaraan roda dua.

#### 7. Go-Tix

Layanan pemesanan berbagai macam tiket, antara lain acara/event, bioskop, dan liga pertandingan. Layanan ini membantu konsumen yang tidak ingin mengantri untuk membeli tiket di loket. Karena ketika konsumen telah melakukan pembelian di aplikasi GoJek, maka konsumen hanya perlu mencetak tiket di *self-ticketing* yang telah tersedia.

#### 8. Go-Med

Layanan pembelian dan penebusan resep obat ke lebih dari 1000 apotek di jabodetabek, bandung dan surabaya. Layanan ini saat peneliti menulis penelitian ini, telah melakukan kerja sama dengan aplikasi halodoc yang digunakan untuk pembelian obat yang lebih rinci sesuai dengan kebutuhan penderita sakit.

#### 9. GoPay

Layanan transaksi non tunai ke semua layanan yang tersedia di GoJek dan transfer ke sesama pengguna GoPay. Layanan ini hampir seperti dompet virtual yang dapat digunakan untuk seluruh kebutuhan konsumen. Berkat kecanggihan tersebut, tak heran jika peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang layanan ini.

#### 10. Go-Point

Layanan program loyalti dari GoJek khusus pengguna GoPay. Layanan ini digunakan untuk menarik konsumen untuk tetap loyal terhadap layanan yang telah diberikan GoJek.



### 11. Go-Pulsa

Layanan pengisian pulsa dari semua provider di Indonesia dengan menggunakan GoPay. Layanan ini dapat mendeteksi langsung provider apa yang digunakan hanya dengan memasukkan nomor telepon ke dalam aplikasi GoJek.

### 12. Go-Massage

Layanan pijat yang dapat dipesan melalui aplikasi GoJek. Konsumen dapat memilih preferensi pijat sesuai dengan keinginan. Tarif yang dikenakan adalah tergantung pada durasi yang dipilih oleh konsumen yakni 60 menit, 90 menit, atau 120 menit.

## B. Penyajian Data

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan inovasi teknologi terhadap keputusan menggunakan GoPay di kota Denpasar – Bali. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan media *google form* sebagai cara untuk melakukan distribusi kuesioner. Hasil pengumpulan data berupa kuesioner yang berhasil dikembalikan dan layak untuk dianalisis dapat disajikan sebagai berikut:

### 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Pengumpulan data dilakukan mulai tanggal 13 November 2020 – 5 Desember 2020. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui sosial media yang

dimiliki oleh penulis dan lebih lanjutnya dibantu dalam pendistribusian oleh teman-teman penulis. Dari hasil penyebaran kuesioner tersebut, diperoleh 120 responden yang mengisi kuesioner. Dari 120 responden, hanya terdapat 100 responden yang sesuai dengan asumsi peneliti. Jumlah tersebut telah memenuhi target awal yang direncanakan yaitu sebesar 100 responden.

#### a. Analisis Deskriptif Demografi

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai demografi responden yang terlibat dalam penelitian. Analisis demografi responden meliputi data demografi responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan/uang saku, dan penggunaan layanan GoPay.

Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner

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

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari jumlah kuisisioner yang disebarkan ke responden sebanyak 100 yang kemudian seluruhnya dapat kembali kepada peneliti dengan diisi secara lengkap sehingga dapat dipergunakan.

## b. Analisis Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden menjelaskan karakteristik dari pengguna GoPay di kota Denpasar - Bali, karakteristik ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, dan jenis fitur yang digunakan dengan menggunakan GoPay.

Tabel 3.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	35	35%
Perempuan	65	65%
Total	100	100%
Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
16-20 Tahun	5	5%
21-25 Tahun	50	50%
26- 30 tahun	20	20%
31-35 Tahun	15	15%
> 35 tahun	10	10%
Total	100	100.00%
Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP	2	2%
SMA	5	5%
Diploma	28	28%
S1	40	40%
S2	25	25%
Total	100	100.00%
Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	7	7%
Mahasiswa	35	35%
PNS	8	8%
Pegawai Swasta	18	18%
Wiraswasta	26	26%
Lainnya	6	6%
Total	100	100.00%
Jumlah pendapatan	Frekuensi	Persentase
< Rp1.000.000	10	10%
Rp1.000.000 – Rp2.000.000	40	40%
Rp2.000.000 – Rp5.000.000	33	33%
Rp5.000.000 – Rp10.000.000	13	13%

>Rp10.000.000	4	4%
Total	100	100.00%

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan diketahui bahwa jumlah laki laki dari keseluruhan sampel adalah 35 orang atau 35% total keseluruhan sampel, sedangkan jumlah perempuan sebanyak 65 orang atau 65% dari total keseluruhan sampel.

Perempuan menjadi sampel terbanyak dikarenakan sejalan dengan perkembangan zaman, wanita karir khususnya yang tinggal di kota cenderung berperan ganda sehingga hal itu tentu berdampak kepada penggunaan e-money yang saat ini sedang berkembang pesat di masyarakat kota Denpasar.

Data pada Tabel 3.2 juga menunjukkan bahwa, pada kelompok usia 16-20 tahun berjumlah 5 orang yang mewakili 5% dari keseluruhan sampel. Kelompok usia 21-25 menempati jumlah sampel terbanyak yaitu 50 orang yang mewakili 50% dari keseluruhan sampel. Kelompok usia 26-30 tahun berjumlah 20 orang yang mewakili 20% dari keseluruhan sampel. Kelompok usia 31-35 terdapat 15 orang yang mewakili 15% dari keseluruhan sampel. Terdapat 10 orang yang mewakili 10% dari keseluruhan sampel dalam kelompok usia lebih dari 35 tahun.

Usia 21-25 merupakan golongan usia terbanyak sebagai responden alasannya adalah usia tersebut termasuk pada kelompok rata-rata usia produktif. Karena berasal dari kelompok usia produktif maka dapat membantu meningkatkan tingkat produktifitas dan tingkat perekonomian negeri. Palsanya usia produktif memiliki kelebihan baik dari sedi stamina,

fisik, tingkat kecerdasan, tingkat kreativitas, dan mengikut perkembangan teknologi keuangan.

Data pada Tabel 3.2 juga menunjukkan bahwa, terdapat 2 orang atau 2% dari keseluruhan yang memiliki tingkat pendidikan akhir SMP. Kemudian ada 5 orang atau 5% dari keseluruhan sampel yang memiliki tingkat pendidikan akhir SMA. Lalu terdapat 28 orang yang memiliki tingkat pendidikan terakhir Diploma atau setara dengan 28% dari total keseluruhan sampel. Terdapat 40 orang atau 40% dari total keseluruhan sampel yang memiliki pendidikan terakhir setingkat Strata-1. Serta terdapat 25 orang atau setara dengan 25% total keseluruhan sampel yang memiliki tingkat pendidikan akhir Strata-2.

Tingkat pendidikan terbanyak dari responden yaitu S1 dikarenakan tingkat S1 termasuk orang-orang yang memiliki banyak ilmu pengetahuan dan memiliki pola pikir yang lebih maju dan terbuka. Sehingga dapat terus mengikuti perkembangan teknologi dan perkembangan ekonomi.

Data pada Tabel 3.2 juga menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar dalam pengambilan sampel paling banyak memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa yang berjumlah 35 orang dan merepresentasikan sejumlah 35% dari total keseluruhan sampel. Lalu ada 26 orang pegawai swasta yang setara dengan 26% dari total keseluruhan sampel. Bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 18 orang yang merepresentasikan 18% dari total keseluruhan sampel. Pelajar sebanyak 11 orang atau 7.86%. Masyarakat yang masih sebagai pelajar sebanyak 7 orang atau 7% dari total

keseluruhan sampel serta masyarakat yang berprofesi lainnya yang tidak disebutkan di dalam kuesioner sebanyak 6 orang atau yang merepresentasikan 6% dari total keseluruhan sampel.

Pekerjaan terbanyak pada responden adalah sebagai mahasiswa. Hal ini disebabkan mahasiswa merupakan generasi milenial yang sudah akrab dengan dunia digital. Hampir segala kegiatan mereka saat ini tak lepas dari dunia digital, salah satunya dalam kegiatan ekonomi. Saat ini, sudah banyak mahasiswa yang bertransaksi jual beli secara daring. Kegiatan tersebut biasanya melalui media social, maupun sejumlah e-commerce lokal.

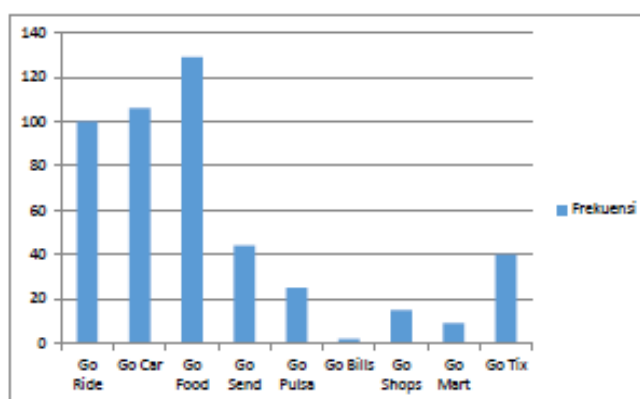
Data pada Tabel 3.2 juga menunjukkan bahwa jumlah responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp1.000.000 sebanyak 10 orang atau 10%. Pendapatan Rp1.000.000 – Rp2.000.000 berjumlah 40 orang atau 40%. Pendapatan Rp2.000.000 – Rp5.000.000 berjumlah 33 orang atau 33%. Pendapatan Rp5.000.000 – Rp10.000.000 berjumlah 13 orang atau 13% dari keseluruhan responden dan yang memiliki pendapatan lebih dari Rp10.000.000 hanya 4 orang atau mewakili 4% dari keseluruhan responden.

Pendapatan Rp1.000.000 – Rp2.000.000 merupakan pendapatan paling banyak dari responden. Hal ini menunjukkan bahwa golongan penghasilan tersebutlah yang sering menggunakan pendapatan atau uang saku mereka untuk mengisi saldo GoPay dan menggunakannya untuk berbelanja pada aplikasi GoJek. Responden yang berpendapatan kurang dari Rp1.000.000 – Rp2.000.000 jarang menggunakan uangnya untuk mengisi saldo GoPay dan sering berbelanja dengan menggunakan uang tunai.

### c. Jenis Fitur Yang Digunakan Dengan GoPay

Hasil Kuisisioner yang telah di sebar memperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.1 grafik fitur yang digunakan pada GoPay



Berdasarkan grafik diatas, responden di kota Denpasar-Bali paling banyak menggunakan GoPay untuk memesan GoFood di urutan pertama. Kemudian disusul oleh GoCar diikuti GoRide, GoSend, GoTix, GoShops, GoMart, dan yang terakhir fitur yang sedikit digunakan yaitu Go Bills.

Fitur pada GoJek yang paling banyak digunakan oleh pengguna adalah Gofood hal ini disebabkan karena banyaknya aktifitas yang dilakukan banyak orang yang lebih memilih membeli makanan dari aplikasi GoJek dari pada harus keluar dan antri di tempat makan karena memerlukan banyak waktu dan memilih cara yang praktis dan mudah.

## C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Setelah karakteristik responden dijabarkan, maka dilakukan analisis deskriptif. Analisis ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan distribusi frekuensi berdasarkan kuisisioner yang telah disebar kepada responden.

Melalui analisis ini diperoleh gambaran tentang variabel kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan inovasi. Hasil distribusi frekuensi dari 100 pengguna GoPay yang dijadikan responden dalam penelitian ini. Pembahasan secara deskriptif mengenai item-item pertanyaan dari variabel penelitian berdasarkan jawaban responden adalah sebagai berikut :

**a. Kemudahan (X1)**

Variabel independen pertama dari penelitian ini adalah kemudahan. Kemudahan merupakan suatu ukuran keyakinan pengguna teknologi tertentu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan memberinya keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit

Variabel kemudahan diukur dengan tiga indikator yaitu: mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan mudah melakukan top-up. Pengukuran statistik deskriptif variabel kemudahan menggunakan pengukuran Fishbein model, dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut.

Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan (X1)

No	Indikator	Persen%				Mean
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total	
1.	Mudah dipelajari	12	33	55	100	4.430



2.	Mudah dioperasikan	2	27	71	100	4.690
3.	Mudah melakukan top-up	6	35	59	100	4.530
Total mean						13.650

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata indikator variabel kemudahan adalah 13.650, dengan demikian kemudahan menggunakan GoPay dalam penelitian ini dapat dikategorikan memiliki kemudahan cukup positif. Mudah dioperasikan merupakan indikator yang memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 4.690, diikuti mudah melakukan top-up sebesar 4.530, dan Mudah dipelajari sebesar 4.430.

Mudah dioperasikan menempati skor paling tinggi hal ini maksudnya adalah ketika seorang konsumen percaya bahwa teknologi atau system tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.

Indikator Mudah dipelajari menempati skor terendah, beberapa responden berpendapat bahwa dalam proses pembelajaran dalam menggunakan GoPay terkadang masih menjadi hal yang baru jadi konsumen harus mengenali dahulu system dari GoPay. Karena alasan tersebut beberapa responden lebih sering memerlukan waktu untuk mempelajarinya.

#### **b. Manfaat (X2)**

Variabel independen kedua dari penelitian ini adalah manfaat. sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa system informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui

bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.

Variabel manfaat diukur dengan tiga indikator yaitu: pembayaran cepat, membuat pekerjaan mudah, dan transaksi lebih efektif. Pengukuran statistik deskriptif variabel kemudahan menggunakan pengukuran Fishbein model, dapat dilihat pada Tabel 3.4. berikut.

Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Manfaat (X2)

No	Indikator	Persen%				Mean
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total	
1.	Pembayaran cepat	6	42	52	100	4.460
2.	Membuat pekerjaan mudah	8	17	75	100	4.670
3.	Transaksi lebih efektif	6	29	59	100	4.590
Total Mean						13.720

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata indikator variabel manfaat adalah 13.720, dengan demikian manfaat menggunakan GoPay dalam penelitian ini dapat dikategorikan memiliki manfaat cukup positif. Membuat pekerjaan mudah merupakan indikator yang memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 4.670, diikuti transaksi lebih efektif sebesar 4.590, dan pembayaran cepat sebesar 4.430.

Membuat pekerjaan mudah menempati skor paling tinggi hal ini maksudnya adalah ketika seorang konsumen merasa dalam proses

penggunaannya GoPay dapat digunakan dapat menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif, lebih cepat, dan lebih baik.

Indikator pembayaran cepat menempati skor terendah, beberapa responden berpendapat bahwa dalam proses menggunakan GoPay terkadang masih menjadi hal yang baru jadi konsumen masih menyesuaikan pembayaran dengan GoPay. Karena alasan tersebut beberapa responden lebih sering menggunakan uang kartal .

### c. Keamanan (X3)

Variabel independen ketiga dari penelitian ini adalah kepercayaan, seseorang yang menggunakan sistem informasi tersebut merasa aman, resiko kehilangan data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian yang rendah. Untuk mengetahui tingkat keamanan dalam penggunaan sistem layanan GoPay.

Variabel keamanan diukur dengan tiga indikator yaitu: keamanan cukup melindungi informasi pribadi, data tidak akan mudah dicuri, dan identitas tidak akan digantikan oleh pihak lain. Pengukuran statistik deskriptif variabel kemudahan menggunakan pengukuran Fishbein model, dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut.

Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keamanan (X3)

No	Indikator	Persen%				Mean
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total	
1.	Keamanan melindungi informasi pribadi	9	36	55	100	4.470

2.	Data tidak akan mudah dicuri	3	28	69	100	4.680
3.	Identitas tidak digantikan oleh pihak lain	9	26	65	100	4.550
Total Mean						13.700

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata indikator variabel keamanan adalah 13.700, dengan demikian keamanan menggunakan GoPay dalam penelitian ini dapat dikategorikan memiliki keamanan cukup positif. Membuat pekerjaan mudah merupakan indikator yang memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 4.670, diikuti transaksi lebih efektif sebesar 4.590, dan pembayaran cepat sebesar 4.430.

Data tidak akan mudah dicuri menempati skor paling tinggi hal ini maksudnya adalah PT.GoJek dapat memastikan keamanan data-data yang ada akan aman dari pencurian. Keamanan melindungi informasi pribadi cepat menempati skor terendah, beberapa responden masih meragukan bahwa PT.GoJek dapat melindungi dari resiko kehilangan data atau informasi. Karena alasan tersebut beberapa responden masih meragukan keamanan GoPay.

#### d. Kepercayaan (X4)

Variabel independen keempat dari penelitian ini adalah kepercayaan, kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya. Kepercayaan mengacu pada keyakinan

terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan.

Variabel kepercayaan diukur dengan tiga indikator yaitu: dapat dipercaya, memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan, dan kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan. Pengukuran statistik deskriptif variabel kemudahan menggunakan pengukuran Fishbein model, dapat dilihat pada Tabel 3.6 berikut.

Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X4)

No	Indikator	Persen%				Mean
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total	
1.	Dapat dipercaya	9	36	55	100	4.480
2.	Memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan	3	28	69	100	4.700
3.	Kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan	9	26	65	100	4.600
Total Mean						13.780

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata indikator variabel kepercayaan adalah 13.780, dengan demikian kepercayaan menggunakan GoPay dalam penelitian ini dapat dikategorikan memiliki kepercayaan cukup positif. Memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan merupakan indikator yang memiliki skor tertinggi yaitu sebesar 4.700, diikuti Kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan sebesar 4.600, dan dapat dipercaya sebesar 4.480.

Memiliki reputasi yang baik menempati skor paling tinggi hal ini maksudnya hal ini maksudnya adalah nama baik dari PT.GoJek sudah diakui sebagai aplikasi teknologi keuangan yang memiliki citra baik sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Dapat dipercaya menempati

skor terendah, beberapa responden masih meragukan bahwa PT.GoJek dapat melindungi menjaga kepercayaan konsumen. Karena alasan tersebut beberapa responden masih meragukan kepercayaan GoPay.

#### e. Inovasi (X5)

Variabel independen kelima dari penelitian ini adalah inovasi, keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *e-money*.

Variabel inovasi diukur dengan tiga indikator yaitu: teknologi tersebut cerdas, teknologi tersebut menarik, dan teknologi tersebut disukai oleh pengguna. Pengukuran statistik deskriptif variabel kemudahan menggunakan pengukuran Fishbein model, dapat dilihat pada Tabel 3.7 berikut.

Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Inovasi (X5)

No	Indikator	Persen%				Mean
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total	
1.	Teknologi tersebut cerdas	8	36	56	100	4.460
2.	Teknologi tersebut menarik	3	24	73	100	4.660
3.	Teknologi tersebut disukai oleh pengguna	7	26	67	100	4.600
Total Mean						13.680

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata indikator variabel inovasi adalah 13.680, dengan demikian inovasi menggunakan GoPay dalam penelitian ini dapat dikategorikan memiliki inovasi cukup positif. Teknologi tersebut menarik merupakan indikator yang memiliki

skor tertinggi yaitu sebesar 4.660, diikuti teknologi tersebut disukai oleh pengguna sebesar 4.600, dan teknologi tersebut cerdas sebesar 4.460

Teknologi tersebut menarik menempati skor paling tinggi hal ini maksudnya hal ini maksudnya adalah PT.GoJek membangkitkan keinginan konsumen untuk mencoba menggunakan teknologinya dengan inovasi yang selalu dikembangkan.. Teknologi tersebut cerdas menempati skor terendah, beberapa responden masih belum memahami kecerdasan GoPay. Karena alasan tersebut beberapa responden masih meragukan kepercayaan GoPay.

#### **f. Keputusan Menggunakan Layanan GoPay Di Masa Covid-19 (Y)**

Variabel dependen dari penelitian ini adalah keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Keputusan konsumen untuk berbelanja dengan aman di masa pandemic agar tidak terpapar virus Covid-19 .

Variabel niat berbelanja *online* diukur dengan tiga indikator yaitu: dapat digunakan di banyak tempat, dapat bertransaksi dengan cepat dan dapat menjaga jarak saat melakukan pembayaran. Hasil analisis statistik deskriptif variabel niat berbelanja *online* dengan menggunakan skor rata-rata (*mean*) adalah seperti yang disajikan pada Tabel 3.8 di bawah ini.

Tabel 3.8 Hasil Analisis Deskriptif keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 (Y)

Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y

No	Indikator	Persen%				Mean
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total	
1.	Teknologi tersebut cerdas	9	35	56	100	4.470
2.	Teknologi tersebut menarik	10	25	65	100	4.700
3.	Teknologi tersebut disukai oleh pengguna	13	21	66	100	4.530
Total Mean						13.700

Berdasarkan data yang ada pada Tabel 4.8, secara deskriptif variabel keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 cukup tinggi. Ini terlihat dari nilai rata-rata *mean* yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 13.700, nilai menunjukkan keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 menjadi pertimbangan utama responden. Indikator Teknologi tersebut menarik menempati skor tertinggi, ini berarti keinginan responden untuk menggunakan GoPay cukup kuat.

Hasil Tabel 5.6 menunjukkan bahwa variabel keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 cukup kuat. Ini berarti keputusan responden untuk menggunakan GoPay. Ini mengindikasikan menggunakan GoPay sudah cukup baik, sehingga keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay sangat tinggi. Keinginan kuat pengguna GoPay untuk berbelanja merupakan kondisi yang menguntungkan bagi PT.GoJek karenanya sangat perlu bagi PT.GoJek untuk terus meningkatkan pelayanan.

## 2. Deskripsi Nilai *Mean* Dan Loading Faktor

Deskripsi nilai *mean* atau rata-rata dimaksudkan untuk mengetahui jawaban kondisi aktual responden saat penelitian dilakukan. Deskripsi nilai



loading faktor dimaksudkan untuk mengetahui jawaban responden terhadap indikator utama yang membentuk variabel penelitian. Hasil pengolahan data nilai *mean* dan loading faktor dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 4.9 Nilai *Mean* dan Loading Faktor

No	Variabel	Indikator	Mean	Loading faktor
1.	Kemudahan (X1)	Mudah dipelajari	4.430	0,499
		Mudah dioperasikan	4.690	0,710
		Mudah melakukan top-up	4.530	0,587
2.	Manfaat (X2)	Pembayaran cepat	4.460	0,530
		Membuat pekerjaan mudah	4.670	0,683
		Transaksi lebih efektif	4.590	0,411
3.	Keamanan (X3)	Keamanan melindungi informasi pribadi	4.470	0,510
		Data tidak akan mudah dicuri	4.680	0,531
		Identitas tidak digantikan oleh pihak lain	4.550	0,454
4.	Kepercayaan (X4)	Dapat dipercaya	4.480	0,709
		Memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan	4.700	0,705
		Kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan	4.600	0,530
5.	Inovasi (X5)	Teknologi tersebut cerdas	4.460	0,530
		Teknologi tersebut menarik	4.660	0,536
		Teknologi tersebut disukai oleh pengguna	4.600	0,436
6.	Keputusan menggunakan GoPay	Teknologi tersebut cerdas	4.470	0,525
		Teknologi tersebut menarik	4.700	0,653
		Teknologi tersebut disukai oleh pengguna	4.530	0,540

Dari Tabel 4.9 diketahui rata-rata jawaban responden serta nilai loading

faktor untuk masing-masing variabel diuraikan sebagai berikut:

- a. Pada variabel kemudahan rata-rata jawaban responden terbesar dalam menjelaskan Kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi

tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit.<sup>152</sup> Sedangkan dari nilai loading faktor menunjukkan bahwa pada variabel kemudahan, indikator mudah dioperasikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 memiliki nilai loading faktor tertinggi, ini berarti bahwa indikator tersebut merupakan indikator yang paling penting atau utama dalam membentuk variabel kemudahan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini maka PT.GoJek dalam melakukan pengelolaan bisnis, sebaiknya memperhatikan kekuatan daya tarik produk yang dipasarkan.

- b.** Pada variabel manfaat rata-rata jawaban responden terbesar dalam menjelaskan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa system informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.<sup>153</sup> Sedangkan dari nilai loading faktor menunjukkan bahwa pada variabel manfaat, indikator membuat pekerjaan mudah terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 memiliki nilai loading faktor tertinggi, ini berarti bahwa indikator tersebut merupakan indikator yang paling penting atau utama dalam membentuk variabel manfaat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa manfaat terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil

---

<sup>152</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 18.

<sup>153</sup> Maghfira, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 13.

ini maka PT.GoJek dalam melakukan pengelolaan bisnis, sebaiknya memperhatikan kekuatan daya tarik produk yang dipasarkan.

- c.** Pada variabel keamanan rata-rata jawaban responden terbesar dalam menjelaskan didefinisikan seseorang yang menggunakan sistem informasi tersebut merasa aman, resiko kehilangan data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian yang rendah.<sup>154</sup> Sedangkan dari nilai loading faktor menunjukkan bahwa pada variabel keamanan, indikator data tidak akan mudah dicuri terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 memiliki nilai loading faktor tertinggi, ini berarti bahwa indikator tersebut merupakan indikator yang paling penting atau utama dalam membentuk variabel keamanan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keamanan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini maka PT.GoJek dalam melakukan pengelolaan bisnis, sebaiknya memperhatikan kekuatan daya tarik produk yang dipasarkan.
- d.** Pada variabel kepercayaan rata-rata jawaban responden terbesar dalam menjelaskan didefinisikan keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan.<sup>155</sup> Sedangkan dari nilai loading faktor menunjukkan bahwa pada variabel kepercayaan, indikator dapat dipercaya terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 memiliki

<sup>154</sup> Ibid., 26.

<sup>155</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 28.

nilai loading faktor tertinggi, ini berarti bahwa indikator tersebut merupakan indikator yang paling penting atau utama dalam membentuk variabel kepercayaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kepercayaan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini maka PT.GoJek dalam melakukan pengelolaan bisnis, sebaiknya memperhatikan kekuatan daya tarik produk yang dipasarkan.

- e. Pada variabel inovasi rata-rata jawaban responden terbesar dalam menjelaskan didefinisikan keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *e-money*.<sup>156</sup> Sedangkan dari nilai loading faktor menunjukkan bahwa pada variabel inovasi, indikator dapat dipercaya terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 memiliki nilai loading faktor tertinggi, ini berarti bahwa indikator tersebut merupakan indikator yang paling penting atau utama dalam membentuk variabel inovasi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa inovasi terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini maka PT.GoJek dalam melakukan pengelolaan bisnis, sebaiknya memperhatikan kekuatan daya tarik produk yang dipasarkan.

---

<sup>156</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

### 3. Hasil Uji Instrumental

Uji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah instrumen yang disusun peneliti layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Perhitungan untuk menguji validitas dan reliabilitas terhadap angket dilakukan dengan bantuan SPSS 24.

#### a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan ketelitian suatu alat melakukan fungsi ukurnya. Instrumen dikatakan sah apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur, mampu mengungkapkan data dari variabel yang ingin diteliti secara tepat. Perhitungan uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi Product Moment dari Pearson dengan program SPSS 24.

Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan rtabel untuk *degree of freedom* ( $df = n - 2$ ), dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Untuk melihat nilai rtabel dilihat pada  $\alpha = 0,05$  r *product moment*. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai positif maka item pertanyaan valid. Jumlah responden 100 orang diperoleh rtabel sebesar 0,195. Hasil uji validitas dari 15 item pernyataan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan inovasi pada Penggunaan layanan GoPay saat masa pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

Dasar pengambilan keputusan:  $r_{hitung} > r_{tabel}$  = valid dan  $r_{hitung} < r_{tabel}$  = tidak valid

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X1)

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1.	Menurut saya Sistem Pembayaran GoPay mudah untuk dipelajari	0,710	0,195	Valid
X1.2.	Menurut saya Sistem Pembayaran GoPay mudah untuk dioperasikan.	0,399	0,195	Valid
X1.3.	Menurut saya Sistem Pembayaran GoPay mudah untuk melakukan <i>top – up</i>	0,587	0,195	Valid

Hasil dari X1.1 menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah 0,710 dibandingkan dengan nilai r tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar r hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 1 untuk variabel X1 itu dikatakan valid.

Hasil dari X1.2 menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah 0,399 dibandingkan dengan nilai r tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar r hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 2 untuk variabel X1 itu dikatakan valid.

Hasil dari X1.3 menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah 0,587 dibandingkan dengan nilai r tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar r hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 3 untuk variabel X1 itu dikatakan valid.

Tabel 4.11 hasil uji validitas variabel manfaat(x2)

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	Dengan menggunakan <i>GoPay</i> , saya dapat melakukan Transaksi lebih cepat	0,530	0,195	Valid
X2.2	Dengan menggunakan <i>GoPay</i> , saya dapat melakukan transaksi lebih	0,683	0,195	Valid

	membuat pekerjaan mudah			
X2.3	Dengan menggunakan <i>GoPay</i> , saya dapat melakukan transaksi lebih efektif	0,411	0,195	Valid

Hasil dari X2.1 menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung adalah 0,530 dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar  $r$  hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 2 untuk variabel X2 itu dikatakan valid.

Hasil dari X2.2 menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung adalah 0,683 dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar  $r$  hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 2 untuk variabel X2 itu dikatakan valid.

Hasil dari X2.3 menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung adalah 0,411 dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar  $r$  hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 3 untuk variabel X2 itu dikatakan valid.

IAIN JEMBER

Tabel 4.12 hasil uji validitas variabel kemanan(x3)

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1.	Sistem layanan GoPay memiliki langkah keamanan cukup untuk melindungi informasi pribadi saya	0,510	0,195	Valid
X3.2.	Ketika saya mengirim data ke sistem layanan GoPay, saya yakin bahwa data tidak akan mudah dicuri oleh pihak ketiga yang tidak sah.	0,531	0,195	Valid
X3.3.	Sistem layanan GoPay memiliki langkah keamanan yang cukup untuk melindungi informasi keuangan saya.	0,454	0,195	Valid

Hasil dari X3.1 menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah 0,510 dibandingkan dengan nilai r tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar r hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 1 untuk variabel X3 itu dikatakan valid.

Hasil dari X3.2 menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah 0,531 dibandingkan dengan nilai r tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar r hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 2 untuk variabel X3 itu dikatakan valid.

Hasil dari X3.3 menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah 0,454 dibandingkan dengan nilai r tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar r hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 3 untuk variabel X3 itu dikatakan valid.



Tabel 4.13 hasil uji validitas kepercayaan(x4)

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X4.1.	Saya merasa Sistem layanan GoPay dapat dipercaya.	0,705	0,195	Valid
X4.2.	Saya merasa Sistem layanan GoPay memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan.	0,530	0,195	Valid
X4.3.	Saya merasa Sistem layanan GoPay kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan.	0,709	0,195	Valid

Hasil dari X4.1 menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah 0,705 dibandingkan dengan nilai r tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar r hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 1 untuk variabel X4 itu dikatakan valid.

Hasil dari X4.2 menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah 0,530 dibandingkan dengan nilai r tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar r hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 2 untuk variabel X4 itu dikatakan valid.

Hasil dari X4.3 menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah 0,709 dibandingkan dengan nilai r tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar r hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 3 untuk variabel X4 itu dikatakan valid.

Tabel 4.14 hasil uji validitas variabel inovasi(x5)

No	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X5.1.	Menurut saya Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang cerdas .	0,605	0,195	Valid
X5.2.	Menurut saya Sistem layanan GoPay memiliki teknologi	0,436	0,195	Valid

	yang menarik .			
X5.3.	Menurut saya Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang disukai oleh pengguna.	0,536	0,195	Valid

Hasil dari X5.1 menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung adalah 0,605 dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar  $r$  hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 1 untuk variabel X4 itu dikatakan valid.

Hasil dari X5.2 menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung adalah 0,436 dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar  $r$  hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 2 untuk variabel X4 itu dikatakan valid.

Hasil dari X5.3 menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung adalah 0,536 dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel 0,195. Maka hasilnya lebih besar  $r$  hitung maknanya adalah butir pertanyaan nomer 3 untuk variabel X4 itu dikatakan valid.

Jadi dapat disimpulkan bahwa butir tiap butir pertanyaan pada kuisisioner dalam mendefinisikan suatu variabel dikatakan valid. Sehingga setiap pertanyaan dapat dipahami untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan dan agar data yang diperoleh bisa relevan atau sesuai dengan pertanyaan.

#### **b. Uji realibilitas**

Teknik yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,7$ . Reliabel

menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. nilai dari r tabel adalah 0,195. Dasar pengambilan keputusan :Jika nilai alpha lebih besar dari r tabel artinya dapat dikatakan angket reliable (konsisten )

Tabel 4.15 hasil uji reabilitas

Uji Reabilitas	
Nilai Alpha	0,222
Nilai r tabel	0,195

Diketahui nilai alpha sebesar 0,222 dan nilai r tabel 0,195 artinya nilai alpha lebih besar dari r tabel 0.195. maka angket reliable ( konsisten).

Berdasarkan nilai keefisiensi reabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa angket dalam penelitian ini reabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data.

#### 4. Hasil Uji Interpretasi Hasil Analisis Faktor

##### a. Uji Output KMO And Bartlett's Test

KMO and Bartlett's test di atas berguna mengetahui kelayakan suatu variabel, apakah dapat di proses lebih lanjut menggunakan teknik analisis faktor atau tidak

Tabel 4.16 output KMO and Bartlett's test

<b>KMO and Bartlett's Test</b>	
KMO MSA ( Kaiser Mayer Olkin Maesure of sampling dequacy)	
nilai KMO MSA sebesar	0,495
nilai Sig	0, 003

Tabel output KMO and Bartlett's test di atas berguna mengetahui kelayakan suatu variabel, apakah dapat di proses lebih lanjut menggunakan teknik analisis faktor atau tidak. Caranya dengan melihat nilai KMO MSA ( Kaiser Mayer Olkin Maesure of sampling dequacy). Jika nilai KMO MSA lebih besar dari 0,050 maka teknik analisis faktor dapat dilanjutkan. Berdasarkan output di atas diketahui nilai KMO MSA sebesar  $0,495 > 0,50$  ( $0,495$  lebih besar dari  $0,50$ ) dan nilai Sig  $0,003 < 0,05$  ( $0,003$  lebih kecil dari  $0,05$ ). Maka analisis faktor dalam penelitian ini dapat dilanjutkan karena sudah memenuhi persyaratan dari analisis faktor atau asumsi dalam analisis faktor.

#### b. Uji Anti-image Matrices

Anti-image Matrices berguna untuk mengetahui dan menentukan variabel mana saja yang layak pakai dalam analisis faktor.

Tabel 4.17 Anti-image Matrices

<b>Anti-image Matrices</b>	
Component	Measures of Sampling Adequacy(MSA).
X1	.603 <sup>a</sup>
x2	.450 <sup>a</sup>
x3	.467 <sup>a</sup>
x4	.495 <sup>a</sup>
x5	.554 <sup>a</sup>

Anti-image Matrices berguna untuk mengetahui dan menentukan variabel mana saja yang layak pakai dalam analisis faktor. Pada bagian Anti-image Matrices, terdapat kode huruf (a) yang artinya Measures of Sampling Adequacy (MSA). Diketahui bahwa Measures of Sampling Adequacy (MSA) dari masing-masing yang diteliti adalah sebagai berikut: kemudahan sebesar 0,603, manfaat sebesar 0,450, keamanan sebesar 0,467, kepercayaan sebesar 0,495, dan inovasi sebesar 0,554. Pesyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis faktor adalah nilai MSA  $> 0,50$ , maka semua variabel layak untuk dilakukan faktor.

### c. Uji Communalities

Uji Communalities ini menunjukkan nilai variabel yang diteliti apakah mampu untuk menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Extraction  $> 0,50$ .

Tabel 4.18 Communalities

Communalities		
Component	Initial	Extraction
X1	1.000	.165
x2	1.000	.637
x3	1.000	.614
x4	1.000	.616
x5	1.000	.428

Tabel Communalities ini menunjukkan nilai variabel yang diteliti apakah mampu untuk menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Extraction  $> 0,50$ . Berdasarkan output diatas diketahui nilai untuk semua nilai Extraction lebih besar

dari 0,50. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dipakai untuk menjelaskan faktor.

#### d. Uji Total Variance Explained

Total Variance Explained menunjukkan nilai masing-masing variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini ada 5 variabel berarti ada 5 Component yang ada di analisis. Ada dua macam analisis untuk menjelaskan suatu varian, yaitu Initial Eigenvalues dan Extraction Sums of Squared Loadings. Pada varian nilai Initial Eigenvalues menunjukkan faktor yang terbentuk.

Tabel 4.19 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.330	26.602	26.602	1.330	26.602	26.602
2	1.131	22.616	49.217	1.131	22.616	49.217
3	.971	19.419	68.636			
4	.878	17.569	86.205			
5	.690	13.795	100.000			

Tabel Total Variance Explained menunjukkan nilai masing-masing variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini ada 5 variabel berarti ada 5 Component yang ada di analisis. Ada dua macam analisis untuk menjelaskan suatu varian, yaitu Initial Eigenvalues dan Extraction Sums of Squared Loadings. Pada varian nilai Initial Eigenvalues menunjukkan faktor yang terbentuk.

Apabila semua faktor dijumlahkan menunjukkan variabel (yaitu  $1.330+1.131+.971+.878+.690= 5$  variabel). Sedangkan bagian Extraction Sums of Squared Loadings menunjukkan jumlah variasi atau

banyaknya faktor yang terbentuk, pada hasil output di atas ada 2 (dua) variasi faktor, yaitu 1.330 dan 1.131.

Berdasarkan nilai tabel Initial Eigenvalues, maka ada dua faktor yang dapat terbentuk dari 5 variabel yang dianalisis. Dimana syarat untuk menjadi sebuah faktor, maka nilai eigenvalues harus  $> 1$ . Nilai eigenvalues Component 1 sebesar 1.330 atau lebih dari 1, maka menjadi faktor 1 dan mampu menjelaskan 26.602% variasi. Sedangkan nilai eigenvalues Component 2 sebesar 1.131 atau lebih dari 1 maka menjadi faktor 2 dan mampu menjelaskan 22.616% variasi. Jika faktor 1 dan faktor 2 dijumlahkan maka mampu menjelaskan 49.217% variasi. Nilai total Component 3, 4, dan 5 tidak dihitung sebab nilai Eigenvalues 3, 4, dan 5  $< 1$  maka tidak terjadi sebuah faktor

#### e. Uji Component Matrix

Uji Component Matrix menunjukkan nilai korelasi antara masing-masing variabel dengan faktor yang terbentuk.

Tabel 4.20 Component Matrix

Component Matrix		
variabel	Component	Component
	1	2
X1	.251	.320
x2	.230	.764
x3	.508	.596
x4	.784	.446
x5	.585	.294

Pada tabel Component Matrix menunjukkan nilai korelasi antara masing-masing variabel dengan faktor yang terbentuk, dari output di atas terlihat pada variabel kemudahan yakni nilai korelasi variabel ini

dengan faktor 1 adalah sebesar 0,251 dan korelasi dengan faktor 2 adalah sebesar 0,320. pada variabel manfaat yakni nilai korelasi variabel ini dengan faktor 1 adalah sebesar 0,230 dan korelasi dengan faktor 2 adalah sebesar 0,764. pada variabel keamanan yakni nilai korelasi variabel ini dengan faktor 1 adalah sebesar 0,508 dan korelasi dengan faktor 2 adalah sebesar 0,596. pada variabel kepercayaan yakni nilai korelasi variabel ini dengan faktor 1 adalah sebesar 0,784 dan korelasi dengan faktor 2 adalah sebesar 0,446. pada variabel inovasi yakni nilai korelasi variabel ini dengan faktor 1 adalah sebesar 0,585 dan korelasi dengan faktor 2 adalah sebesar 0,294.

#### f. Uji Faktor Model Rotasi

Untuk memastikan suatu variabel masuk dalam kelompok faktor mana maka dapat ditentukan dengan melihat nilai korelasi terbesar antara variabel dengan faktor (Component ) yang terbentuk

Tabel 4.21 Faktor Model Rotasi

variabel	Component 1	Component 1
X1	.051	.403
x2	.150	.538
x3	.130	.773
x4	.696	.364
x5	.653	.348

Untuk memastikan suatu variabel masuk dalam kelompok faktor mana maka dapat ditentukan dengan melihat nilai korelasi terbesar antara variabel dengan faktor (Component ) yang terbentuk. Cara



melihat hasil analisis faktor model rotasi, dapat mengetahui penjelasan berikut ini :

1. Variabel kemudahan, nilai korelasi ini dengan faktor 1=0,051 dan faktor 2=0,403, karena nilai korelasi faktor 2 > faktor 1 maka variabel kemudahan termasuk kelompok faktor 2.
2. Variabel manfaat, nilai korelasi ini dengan faktor 1=0,150 dan faktor 2=0,538, karena nilai korelasi faktor 2 > faktor 1 maka variabel manfaat termasuk kelompok faktor 2.
3. Variabel keamanan, nilai korelasi ini dengan faktor 1=0,130 dan faktor 2=0,773 , karena nilai korelasi faktor 2 > faktor 1 maka variabel keamanan termasuk kelompok faktor 2.
4. Variabel kepercayaan, nilai korelasi ini dengan faktor 1=0,696 dan faktor 2=0,364 , karena nilai korelasi faktor 1 > faktor 2 maka variabel kepercayaan termasuk kelompok faktor 1.
5. Variabel inovasi, nilai korelasi ini dengan faktor 1=0,653 dan faktor 2=0,348 , karena nilai korelasi faktor 1 > faktor 2 maka variabel inovasi termasuk kelompok faktor 1.

#### **e. Hasil Uji Asumsi Klasik**

##### **1) Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji salah satu asumsi dasar analisis regresi berganda, yaitu

variabel-variabel independen dan dependen harus berdistribusi normal atau mendekati normal.

Salah satu cara mengetahui kenormalan distribusi adalah dengan teknik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari 0,05 pada taraf signifikansi alpha 5% maka menunjukkan distribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan :

Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal

Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal

Tabel 4.22 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas	
Nilai statistik kolmogrov-smirnov	0,090
Nilai signifikan	0,05

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan kolmogrov diatas diketahui bahwa nilai statistik kolmogrov-smirnov 0,090 dan nilai signifikan 0,05. artinya nilai statistik kolmogrov-smirnov lebih besar dari nilai signifikansi. Maka hasil analisis ini dapat lanjut ke analisis regresi karena syarat dari uji asumsi klasik dalam hal ini nilai residual terdistribusi normal.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

### a. Uji Heteroskedastisitas Glatser

Tujuan dari uji heterkedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain

Dasar pengambilan keputusan :

Jika nilai dignifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

Jika nilai dignifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4.23 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glatser

Uji Heteroskedastisitas	
Variabel	Sig
X1	0,402
X2	0,156
X3	0,064
X4	0,621
X5	0,862

Berdasarkan hasil ini diketahui bahwa:

Nilai sinifikansi variabel X1 0,402 lebih besar dari 0,05 artinya dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas atau tidak terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

Nilai sinifikansi variabel X2 0,156 lebih besar dari 0,05 artinya dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas atau tidak terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

Nilai sinifikansi variabel X3 0,064 lebih besar dari 0,05 artinya dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas atau tidak terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

Nilai sinifikansi variabel X4 0,621 lebih besar dari 0,05 artinya dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas atau tidak terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

Nilai sinifikansi variabel X5 0,862 lebih besar dari 0,05 artinya dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas atau tidak terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

Jadi dapat disimpulkan pada hasil uji heteroskedastisitas glatser menunjukan dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa *varians* variabel tidak sama untuk semua pengamatan atau observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi dalam penelitian ini dapat dikatakan baik karena tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas Scatter plot**

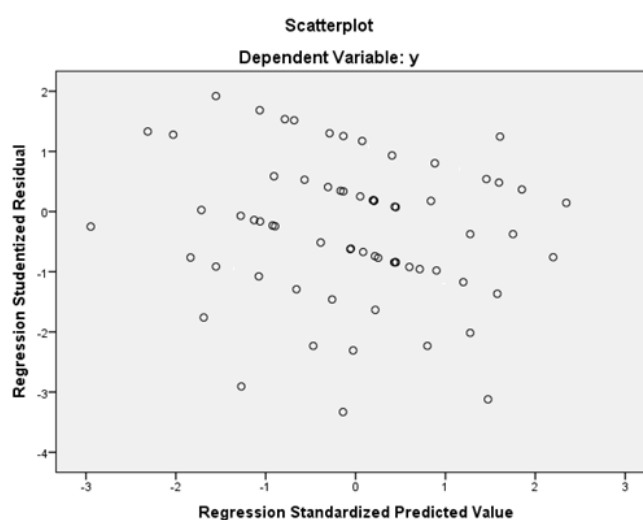
Pemeriksaan asumsi heteroskedastisitas dengan menggunakan hasil Scatter plot. Ciri-ciri tidak terjadi gejala heteroskedastisitas :

Titik-titik data penyebaran diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola

bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, dan Penyebaran titi-titik data tidak berpola.

jika pancaran data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka dinyatakan tidak ada problem heteroskedastisitas. Hasilnya dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.3. Uji Heteroskedastisitas Scatter plot



Untuk hasil dari gambar Uji Heteroskedastisitas Scatter plot di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, yang memiliki arti bahwa tidak terjadinya ketidaksamaan varian dari error untuk semua pengamatan setiap variabel bebas pada model regresi.

### 3) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi linier berganda. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkolerasi ( hubungan yang kuat ) antar variabel independen ( tidak terjadi gejala multikolinieritas ). Salah satu

cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas ini adalah dengan menggunakan metode tolerance dan VIF (Variabel Inflation Factor)

Dasar pengambilan keputusan :

Melihat nilai tolerance: jika nilai tolerance lebih besar dari  $> 0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas. Melihat nilai VIF: jika nilai VIF lebih kecil dari  $< 10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas		
Variabel	Nilai tolerance	Nilai VIF
X1	993	1.007
X2	965	1.036
X3	940	1.064
X4	905	1.105
X5	959	1.043

X1: pada nilai tolerance nilainya 0,993 artinya nilai 0,993 lebih besar dari 0,10 maka indikasinya tidak terjadi multikolinieritas. Dari nilai VIF diperoleh nilai 1,007 artinya nilai ini lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas. Jadi dengan melihat nilai tolerance dan VIF kesimpulannya adalah model regresi pengaruh x1 terhadap y tidak terjadi gejala multikolinieritas.

X2: pada nilai tolerance nilainya 0,965 artinya nilai 0,965 lebih besar dari 0,10 maka indikasinya tidak terjadi multikolinieritas. Dari nilai VIF diperoleh nilai 1,036 artinya nilai ini lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas. Jadi dengan melihat nilai tolerance dan VIF kesimpulannya adalah model regresi pengaruh x2 terhadap y tidak terjadi gejala multikolinieritas.

X3: pada nilai tolerance nilainya 0,940 artinya nilai 0,940 lebih besar dari 0,10 maka indikasinya tidak terjadi multikolinieritas. Dari nilai VIF diperoleh nilai 1,064 artinya nilai ini lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas. Jadi dengan melihat nilai tolerance dan VIF kesimpulannya adalah model regresi pengaruh x3 terhadap y tidak terjadi gejala multikolinieritas.

X4: pada nilai tolerance nilainya 0,905 artinya nilai 0,905 lebih besar dari 0,10 maka indikasinya tidak terjadi multikolinieritas. Dari nilai VIF diperoleh nilai 1,105 artinya nilai ini lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas. Jadi dengan melihat nilai tolerance dan VIF kesimpulannya adalah model regresi pengaruh x4 terhadap y tidak terjadi gejala multikolinieritas.

X5: pada nilai tolerance nilainya 0,959 artinya nilai 0,959 lebih besar dari 0,10 maka indikasinya tidak terjadi multikolinieritas. Dari nilai VIF diperoleh nilai 1,043 artinya nilai ini lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas. Jadi dengan

melihat nilai tolerance dan VIF kesimpulannya adalah model regresi pengaruh x5 terhadap y tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Jadi dengan melihat nilai tolerance dan VIF kesimpulannya adalah model regresi pengaruh Kemudahan (X1), Manfaat(X2), Keamanan (X3), Kepercayaan (X4), dan Inovasi(X5) terhadap Keputusan Menggunakan GoPay Di masa Covid-19 (Y) tidak terjadi masalah multikolinieritas, yang artinya tidak menunjukan adanya korelasi atau hubungan kuat antara variabel bebas dalam uji regresi berganda. Sehingga hasil pengujian dapat dikatakan reliable atau terpercaya.

#### **f. Analisa Dan Pengujian Hepotesis**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi atau menguji bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor preditor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

##### **1) Uji F (Uji Simultan)**

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya., kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (5% atau 0,05).



Jika signifikansi F hitung lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak yang artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.  $N$  = jumlah sampel;  $k$  = jumlah variabel dependen dan independen.  $df_1 = k-1 = 5-1 = 4$ , untuk  $df_2 = n-k = (100 - 5) = 95$ . Maka diperoleh nilai f tabel = 2,31

Tabel 4.25 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F (Uji Simultan)	
Nilai Sig	0,004
Nilai f hitung	23,696

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh  $x_1, x_2, x_3, x_4,$  dan  $x_5$  secara simultan ( bersama-sama) terhadap  $y$  adalah  $0,004 < 0,05$  ( 0,004 lebih kecil dari 0,05 ) dan nilai f hitung  $23,696 > f$  tabel 2,31 ( 23,696 lebih besar dari 2,31), sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang berarti terdapat pengaruh pengaruh  $x_1, x_2, x_3, x_4,$  dan  $x_5$  secara simultan terhadap  $Y$ .

Berdasarkan data pada tabel diatas diketahui F hitung atau F statistik sebesar 3,798 sedangkan nilai F tabel 2,31. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa F hitung  $>$  F tabel sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara bersama-sama Persepsi Kemudahan (X1), manfaat (X2), keamanan (X3), kepercayaan(X4), inovasi(X5) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19 (Y). Sehingga hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima (terbukti).

## 2) Hasil Uji Hepotesis (Uji t)

Uji-t digunakan untuk menunjukkan apakah setiap variabel independen (kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan inovasi) berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19).

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dari nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau ( $\alpha = 0,05$ );  $N$  = jumlah sampel;  $k$  = jumlah variabel dependen dan independen.

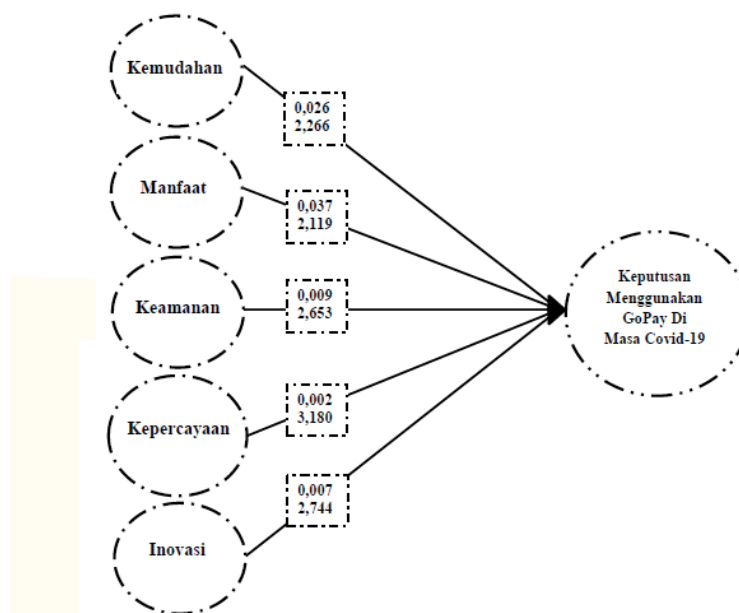
$\alpha$ : 0,05/2:0,025,  $n$ :100,  $k$ :5

T table:  $t(\alpha/2; n-k-1) : t(0,025; 100-5-1) : t(0,025; 94) : 1,98552$

Tabel 4.26 hasil Uji t

Uji t		
Variabel	Nilai Sig	Nilai t
X1	0,026	2,266
X2	0,037	2,119
X3	0,009	2,653
X4	0,002	3,180
X5	0,007	2,744

Gambar 4.4 model diagram jalur



Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat koefisien jalur dan nilai t pada Tabel 4.20 di atas. Hipotesis penelitian dikemukakan sebagai berikut.

**Hipotesis 1 :** Semakin kuat kemudahan dalam penggunaan GoPay maka semakin kuat keputusan untuk menggunakan Layanan GoPay di masa Covid-19.

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh Kemudahan (X1) terhadap Y adalah sebesar  $0,026 < 0,05$  (0,026 lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung  $2,266 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,985$  ( 2,66 lebih besar dari 1,985), sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini berarti semakin tinggi kemudahan yang diberikan

PT.GoJek, semakin kuat keputusan menggunakan aplikasi GoPay di masa Covid-19.

**Hipotesis 2:** Semakin kuat manfaat dalam penggunaan GoPay maka semakin kuat keputusan untuk menggunakan Layanan GoPay di masa Covid-19.

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh Manfaat (X2) terhadap Y adalah sebesar  $0,037 < 0,05$  (0,037 lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung  $2,119 >$  nilai t tabel 1,985 ( 2,119 lebih besar dari 1,985), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh manfaat terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini berarti semakin tinggi manfaat yang diberikan PT.GoJek, semakin kuat keputusan menggunakan aplikasi GoPay di masa Covid-19.

**Hipotesis 3 :** Semakin kuat keamanan dalam penggunaan GoPay maka semakin kuat keputusan untuk menggunakan Layanan GoPay di masa Covid-19.

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh Keamanan (X3) terhadap Y adalah sebesar  $0,009 < 0,05$  (0,009 lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung  $2,653 >$  nilai t tabel 1,985 ( 2,653 lebih besar dari 1,985), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini berarti semakin tinggi keamanan yang diberikan PT.GoJek, semakin kuat keputusan menggunakan aplikasi GoPay di masa Covid-19.

**Hipotesis 4** : Semakin kuat kepercayaan dalam penggunaan GoPay maka semakin kuat keputusan untuk menggunakan Layanan GoPay di masa Covid-19.

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh Kepercayaan (X4) terhadap Y adalah sebesar  $0,002 < 0,05$  (0,002 lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung  $3,180 >$  nilai t tabel 1,985 ( 3,180 lebih besar dari 1,985), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan yang diberikan PT.GoJek, semakin kuat keputusan menggunakan aplikasi GoPay di masa Covid-19.

Variabel Kepercayaan (X4) menjadi variabel yang paling berpengaruh Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan. PT.GoJek dapat diyakini kemampuannya sebagai aplikasi teknologi keuangan serta nama baik dari PT.GoJek sudah diakui sebagai aplikasi teknologi keuangan dan cakap dalam menjalankan perannya sebagai aplikasi teknologi keuangan.

**Hipotesis 5** : Semakin kuat kemudahan dalam penggunaan GoPay maka semakin kuat keputusan untuk menggunakan Layanan GoPay di masa Covid-19.

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh Inovasi (X5) terhadap Y adalah sebesar  $0,007 < 0,05$  (0,007 lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung

2,774 > nilai t tabel 1,985 ( 2,774 lebih besar dari 1,985), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh X5 terhadap Y. Hal ini berarti semakin tinggi inovasi yang diberikan PT.GoJek, semakin kuat keputusan menggunakan aplikasi GoPay di masa Covid-19.

#### **D. Pembahasan Hasil Analisis Data**

Pembahasan hasil penelitian ini akan dipaparkan dalam dua bagian. Bagian pertama akan ditinjau rangkaian hubungan antara nilai outer weights, *outer loadings* dengan nilai rata-rata masing-masing variabel. Bagian kedua membahas hubungan antar variabel yang dihipotesiskan dalam penelitian.

##### **1. Kondisi Konsumen Ditinjau Dari Loading Faktor Dan Nilai Rata-Rata.**

Menjabarkan tentang temuan penelitian didasarkan pada nilai loading faktor dengan nilai rata-rata indikator variabel. Hasil temuan penelitian dijabarkan dalam masing-masing variabel berikut.

###### **a. Kemudahan**

Kemudahan merupakan suatu ukuran keyakinan pengguna teknologi tertentu bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan memberinya keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit. Informasi loading faktor pada tabel 3.8

menunjukkan bahwa variabel kemudahan sudah cukup baik ini ditunjukkan oleh skor yang cukup tinggi. Mudah dioperasikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 merupakan atribut utama pembentuk variabel kemudahan, ini diperlihatkan oleh nilai indikator mudah dioperasikan yang mempunyai skor terbesar dibanding indikator lainnya (mudah dipelajari dan udah melakukan top-up).

Hasil ini mengindikasikan kemudahan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 sudah sangat baik, konsumen berpendapat bahwa GoPay sebagai sarana uang elektronik untuk berbelanja di masa pandemic Covid-19 menawarkan berbagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh uang kartal. GoPay menawarkan banyak kelebihan salah satu yang menarik adalah memungkinkannya pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain dengan aman dari paparan Covid-19 karena dapat menjaga jarak dibandingkan dengan menggunakan uangkan kartal yang masih beresiko terpapar Covid-19.

Menurut mustofa abdul karim<sup>157</sup> atribut kemudahan dimana konsumen percaya bahwa teknologi atau system tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah., hal ini sejalan dengan pendapat silva cita cania<sup>158</sup> yang menyatakan bahwa atribut mudah dioperasikan membentuk kemudahan positif konsumen GoPay. Dari jawaban rata-rata responden juga menunjukkan indikator variabel mudah dioperasikan sudah cukup

---

<sup>157</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas*

<sup>158</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018),18.

baik dalam membentuk variabel kemudahan konsumen menggunakan GoPay.

Nilai loading faktor terendah yang menggambarkan variabel kemudahan adalah mudah dipelajari dalam menggunakan GoPay. Dari informasi ini PT.GoJek perlu untuk lebih meningkatkan pelayanan terkait dengan mudah dipelajari dalam menggunakan GoPay. Beberapa responden berpendapat bahwa dalam proses pembelajaran dalam menggunakan GoPay terkadang masih menjadi hal yang baru jadi konsumen harus mengenali dahulu system dari GoPay. Karena alasan tersebut beberapa responden lebih sering memerlukan waktu untuk mempelajarinya. Dari permasalahan tersebut maka penting bagi PT.GoJek memfasilitasi kemudahan dalam mempelajari system pada GoPay yang dapat dilakukan lebih mudah.

Mudah dioperasikan merupakan indikator yang memiliki skor terbesar pada jawaban rata-rata responden, hal ini menunjukkan kondisi aktual responden mengindikasikan mudah dioperasikan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 adalah hal yang paling dipertimbangkan dalam keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Hasil ini tidak lepas dari kondisi faktual yang ada bahwa kemudahan dalam mengoperasikan GoPay telah banyak memberikan kemudahan bagi konsumen diantaranya konsumen dapat mengoperasikan GoPay dengan baik saat melakukan pembayaran dengan uang elektronik.



Indikator mudah melakukan top-up membentuk kemudahan konsumen menggunakan GoPay. Mudah melakukan top-up merupakan atribut penting kedua pembentuk kemudahan konsumen menggunakan GoPay. Dilihat dari nilai rata-rata pada Tabel 3.8 indikator melakukan top-up memiliki nilai kategori cukup. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen menilai dalam proses pengisian saldo GoPay dapat dilakukan dengan proses tidak rumit serta tidak membutuhkan waktu yang lama.

Dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden, mudah dipelajari merupakan indikator terendah pembentuk kemudahan konsumen menggunakan GoPay. Mudah dipelajari membentuk keputusan positif konsumen terhadap menggunakan layanan GoPay.<sup>159</sup> Dilihat dari nilai rata-rata, indikator mudah dipelajari memiliki nilai kategori cukup, artinya hal ini maksudnya adalah tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras dalam mempelajari pada pengoprasian setiap menu merupakan suatu hal yang cukup penting.

Indikator kemudahan diukur dengan tiga pengukuran yaitu dengan mengukur: mudah dioperasikan, mudah melakukan top-up dan mudah dipelajari.

### **1. Mudah Dioperasikan**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen kemudahan, indikator mudah dioperasikan adalah yang paling tinggi atau dapat dikatakan mudah

---

<sup>159</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 15.

dioperasikan adalah pembentuk utama keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan kualitas system GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang ditawarkan, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

## **2. Mudah Melakukan Top-Up**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen kemudahan, indikator mudah melakukan top-up adalah indikator penting kedua atau dapat dikatakan mudah melakukan top-up adalah pembentuk kedua keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan kualitas mengisi saldo GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang pengisian saldonya mudah, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

## **3. Mudah Dipelajari**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen kemudahan, indikator mudah dipelajari adalah indikator penting ketiga atau dapat dikatakan mudah dipelajari adalah pembentuk terakhir keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan kualitas kemudahan dalam penggunaan GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap

produk yang penggunaannya mudah, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

#### **b. Manfaat**

Manfaat merupakan suatu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau system akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.<sup>160</sup> Informasi loading faktor pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa variabel manfaat sudah cukup baik ini ditunjukkan oleh skor yang cukup tinggi. Membuat pekerjaan mudah terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 merupakan atribut utama pembentuk variabel manfaat, ini diperlihatkan oleh nilai indikator membuat pekerjaan mudah yang mempunyai skor terbesar dibanding indikator lainnya (transaksi lebih efektif dan pembayaran cepat). Hasil ini mengindikasikan manfaat menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 sudah sangat baik, konsumen berpendapat bahwa GoPay sebagai sarana uang elektronik untuk berbelanja di masa pandemi Covid-19 menawarkan berbagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh uang kartal. GoPay menawarkan banyak kelebihan salah satu yang menarik adalah memungkinkannya pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain dengan aman dari paparan Covid-19 karena dapat menjaga jarak dibandingkan dengan menggunakan uang kartal yang masih beresiko terpapar Covid-19.

<sup>160</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 15.

Menurut mustofa abdul karim<sup>161</sup> atribut manfaat dimana konsumen percaya bahwa teknologi atau system tersebut sejauh mana seseorang meyakini bahwa system informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. hal ini sejalan dengan pendapat silva cita cania<sup>162</sup> yang menyatakan bahwa atribut membuat pekerjaan mudah membentuk manfaat positif konsumen GoPay. Dari jawaban rata-rata responden juga menunjukkan indikator variabel membuat pekerjaan mudah sudah cukup baik dalam membentuk variabel manfaat konsumen menggunakan GoPay.

Nilai loading faktor terendah yang menggambarkan variabel manfaat adalah pembayaran cepat dalam menggunakan GoPay. Dari informasi ini PT.GoJek perlu untuk lebih meningkatkan pelayanan terkait dengan Pembayaran cepat dalam menggunakan GoPay. Beberapa responden berpendapat bahwa dalam proses penyesuaian dalam menggunakan GoPay terkadang masih menjadi hal yang baru dan rumit jadi konsumen harus mengerti system dari GoPay. Karena alasan tersebut beberapa responden perlu memahmai dahulu proses pembayaran dengan menggunakan GoPay. Dari permasalahan tersebut maka penting bagi PT.GoJek memfasilitasi manfaat dalam pembayaran cepat pada GoPay yang dapat dilakukan lebih simpel.

---

<sup>161</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas*

<sup>162</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018),18.

Membuat pekerjaan mudah merupakan indikator yang memiliki skor terbesar pada jawaban rata-rata responden, hal ini menunjukkan kondisi aktual responden mengindikasikan membuat pekerjaan mudah terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 adalah hal yang paling dipertimbangkan dalam keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Hasil ini tidak lepas dari kondisi faktual yang ada bahwa ketika seorang konsumen merasa dalam proses penggunaannya GoPay dapat digunakan dapat menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif, lebih cepat, dan lebih baik.

Indikator transaksi lebih efektif membentuk manfaat konsumen menggunakan GoPay. transaksi lebih efektif merupakan atribut penting kedua pembentuk kemudahan konsumen menggunakan GoPay. Dilihat dari nilai rata-rata pada Tabel 3.8 indikator transaksi lebih efektif memiliki nilai kategori cukup. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen menilai dalam proses pembayaran menggunakan GoPay dapat dilakukan dengan proses yang tidak rumit serta tidak membutuhkan waktu yang lama.

Dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden, pembayaran cepat merupakan indikator terendah pembentuk manfaat konsumen menggunakan GoPay. Pembayaran cepat membentuk keputusan positif konsumen terhadap menggunakan layanan GoPay.<sup>163</sup> Dilihat dari nilai rata-rata, indikator mudah dipelajari memiliki nilai kategori cukup,

---

<sup>163</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 15.

artinya hal ini maksudnya adalah konsumen masih memerlukan waktu untuk menyesuaikan diri dengan uang elektronik.

Indikator manfaat diukur dengan tiga pengukuran yaitu dengan mengukur: membuat pekerjaan mudah, transaksi lebih efektif, dan pembayaran cepat.

#### **a. Membuat Pekerjaan Mudah**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen manfaat, indikator membuat pekerjaan mudah adalah yang paling tinggi atau dapat dikatakan membuat pekerjaan mudah adalah pembentuk utama keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan kualitas system GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang ditawarkan, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen

#### **b. Transaksi Lebih Efektif**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen manfaat indikator transaksi lebih efektif adalah indikator penting kedua atau dapat dikatakan transaksi lebih efektif adalah pembentuk kedua keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan kualitas transaksi pembayaran dengan GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang proses pembayaran menggunakan GoPay, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

### c. Pembayaran Cepat

Dilihat dari nilai rata-rata komponen manfaat, indikator pembayaran cepat adalah indikator penting ketiga atau dapat dikatakan pembayaran cepat adalah pembentuk terakhir keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan kualitas pembayaran dalam penggunaan GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang penggunaannya mudah, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

### 3. Keamanan

Keamanan merupakan tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau system akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.<sup>164</sup> Informasi loading faktor pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa variabel keamanan sudah cukup baik ini ditunjukkan oleh skor yang cukup tinggi. Data tidak akan mudah dicuri terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 merupakan atribut utama pembentuk variabel keamanan, ini diperlihatkan oleh nilai indikator data tidak akan mudah dicuri yang mempunyai skor terbesar dibanding indikator lainnya (identitas tidak digantikan oleh pihak lain dan keamanan melindungi informasi pribadi).

<sup>164</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay* (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 26.

Hasil ini mengindikasikan keamanan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 sudah sangat baik, konsumen berpendapat bahwa GoPay sebagai sarana uang elektronik untuk berbelanja di masa pandemi Covid-19 menawarkan berbagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh uang kartal. GoPay menawarkan banyak kelebihan salah satu yang menarik adalah memungkinkannya pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain dengan aman dari paparan Covid-19 karena dapat menjaga jarak dibandingkan dengan menggunakan uang kartal yang masih beresiko terpapar Covid-19.

Menurut magfira atribut keamanan seseorang yang menggunakan sistem informasi tersebut merasa aman, resiko kehilangan data atau informasi sangat kecil, dan resiko pencurian yang rendah. Untuk mengetahui tingkat keamanan dalam penggunaan sistem layanan GoPay.

<sup>165</sup> Hal ini sejalan dengan pendapat aulia wulandari<sup>166</sup> yang menyatakan bahwa atribut data tidak akan mudah dicuri membentuk keamanan positif konsumen GoPay. Dari jawaban rata-rata responden juga menunjukkan indikator variabel membuat pekerjaan mudah sudah cukup baik dalam membentuk variabel keamanan konsumen menggunakan GoPay .

Nilai loading faktor terendah yang menggambarkan variabel keamanan adalah keamanan melindungi informasi pribadi dalam menggunakan GoPay. Dari informasi ini PT.GoJek perlu untuk lebih meningkatkan

<sup>165</sup> Maghfira. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 21.

<sup>166</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay* (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 26.



pelayanan terkait dengan keamanan melindungi informasi pribadi dalam menggunakan GoPay. Beberapa responden berpendapat bahwa dalam masih ragu keamanan ketika menggunakan GoPay terkadang masih menjadi hal yang konsumen masih ragu dengan GoPay. Karena alasan tersebut beberapa responden perlu yakin terlebih dahulu dalam proses pembayaran dengan menggunakan GoPay. Dari permasalahan tersebut maka penting bagi PT.GoJek keamanan melindungi informasi pribadi pada GoPay yang dapat dilakukan lebih simpel.

Data tidak akan mudah dicuri merupakan indikator yang memiliki skor terbesar pada jawaban rata-rata responden, hal ini menunjukkan kondisi aktual responden mengindikasikan data tidak akan mudah dicuri terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 adalah hal yang paling dipertimbangkan dalam keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Hasil ini tidak lepas dari kondisi faktual yang ada bahwa ketika seorang konsumen merasa dalam proses penggunaannya GoPay dapat melindungi data tidak akan mudah dicuri.

Indikator Identitas tidak digantikan oleh pihak lain membentuk keamanan konsumen menggunakan GoPay. Identitas tidak digantikan oleh pihak lain merupakan atribut penting kedua pembentuk keamanan konsumen menggunakan GoPay. Dilihat dari nilai rata-rata pada Tabel 3.8 indikator Identitas tidak digantikan oleh pihak lain memiliki nilai kategori cukup. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen menilai dalam keamana proses pembayaran menggunakan GoPay.

Dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden, Keamanan melindungi informasi pribadi merupakan indikator terendah pembentuk keamanan konsumen menggunakan GoPay. Keamanan melindungi informasi pribadi membentuk keputusan positif konsumen terhadap menggunakan layanan GoPay.<sup>167</sup> Dilihat dari nilai rata-rata, indikator Keamanan melindungi informasi pribadi memiliki nilai kategori cukup, artinya hal ini maksudnya adalah konsumen masih memerlukan waktu mempercayai bahwa keamanan pada GoPay dapat melindungi informasi pribadi.

Indikator keamanan diukur dengan tiga pengukuran yaitu dengan mengukur: data tidak akan mudah dicuri, identitas tidak digantikan oleh pihak lain, dan keamanan melindungi informasi pribadi.

#### **a. Data Tidak Akan Mudah Dicuri**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen keamanan, indikator data tidak akan mudah dicuri adalah yang paling tinggi atau dapat dikatakan data tidak akan mudah dicuri adalah pembentuk utama keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan kualitas system GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang ditawarkan, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

<sup>167</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 15.

### **b. Identitas Tidak Digantikan Oleh Pihak Lain**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen keamanan indikator transaksi lebih efektif adalah indikator penting kedua atau dapat dikatakan identitas tidak digantikan oleh pihak lain adalah pembentuk kedua keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan keamanan identitas tidak digantikan oleh pihak lain dengan GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang proses pembayaran menggunakan GoPay, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

### **c. Keamanan Melindungi Informasi Pribadi**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen keamanan indikator keamanan melindungi informasi pribadi adalah indikator penting ketiga atau dapat dikatakan keamanan melindungi informasi pribadi adalah pembentuk terakhir keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan kualitas keamanan melindungi informasi pribadi. Dalam penggunaan GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang penggunaannya aman, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

## **4. Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau system akan meningkatkan performa mereka dalam

bekerja. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.<sup>168</sup> Informasi loading faktor pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan sudah cukup baik ini ditunjukkan oleh skor yang cukup tinggi. Data tidak akan mudah dicuri terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 merupakan atribut utama pembentuk variabel kepercayaan, ini diperlihatkan oleh nilai indikator Memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan yang mempunyai skor terbesar dibanding indikator lainnya (kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan dan dapat dipercaya).

Hasil ini mengindikasikan kepercayaan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 sudah sangat baik, konsumen berpendapat bahwa GoPay sebagai sarana uang elektronik untuk berbelanja di masa pandemi Covid-19 menawarkan berbagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh uang kartal. GoPay menawarkan banyak kelebihan salah satu yang menarik adalah memungkinkannya pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain dengan aman dari paparan Covid-19 karena dapat menjaga jarak dibandingkan dengan menggunakan uang kartal yang masih beresiko terpapar Covid-19. Menurut Pita Kumalasari atribut kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada

---

<sup>168</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay* (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 26.

akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan.<sup>169</sup>

Hal ini sejalan dengan pendapat aulia wulandari<sup>170</sup> yang menyatakan bahwa atribut Memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan. Dari jawaban rata-rata responden juga menunjukkan indikator variabel membuat pekerjaan mudah sudah cukup baik dalam membentuk variabel kepercayaan konsumen menggunakan GoPay .

Nilai loading faktor terendah yang menggambarkan variabel kepercayaan adalah aplikasi GoPay dapat dipercaya. Dari informasi ini PT.GoJek perlu untuk lebih meningkatkan pelayanan terkait apakah GoPay dapat dipercaya. Beberapa responden berpendapat bahwa dalam masih ragu ketika menggunakan GoPay terkadang masih menjadi hal yang konsumen masih ragu dengan GoPay. Karena alasan tersebut beberapa responden perlu percaya terlebih dahulu dalam proses pembayaran dengan menggunakan GoPay. Dari permasalahan tersebut maka penting bagi PT.GoJek menjaga kepercayaan konsumen pada GoPay.

Memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan merupakan indikator yang memiliki skor terbesar pada jawaban rata-rata responden, hal ini menunjukkan kondisi aktual responden

<sup>169</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 28.

<sup>170</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay* (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 26.

mengindikasikan Memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 adalah hal yang paling dipertimbangkan dalam keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Hasil ini tidak lepas dari kondisi faktual yang ada bahwa ketika seorang konsumen merasa dalam proses penggunaannya GoPay memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan.

Indikator Kompeten sebagai aplikasi teknologi membentuk kepercayaan konsumen menggunakan GoPay. Kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan merupakan atribut penting kedua pembentuk kepercayaan konsumen menggunakan GoPay. Dilihat dari nilai rata-rata pada Tabel 3.8 Kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan memiliki nilai kategori cukup. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen menilai dalam Kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan GoPay.

Dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden, Dapat dipercaya merupakan indikator terendah pembentuk kepercayaan konsumen menggunakan GoPay. Layanan GoPay dapat dipercaya membentuk keputusan positif konsumen terhadap menggunakan layanan GoPay.<sup>171</sup>

Dilihat dari nilai rata-rata, indikator Kepercayaan dapat dipercaya memiliki nilai kategori cukup, artinya hal ini maksudnya adalah konsumen harus mempercayai GoPay.

---

<sup>171</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 15.

Indikator kepercayaan diukur dengan tiga pengukuran yaitu dengan mengukur: memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan, kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan, dan dapat dipercaya.

**a. Memiliki Reputasi Yang Baik Sebagai Aplikasi Teknologi Keuangan**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen kepercayaan, indikator memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan adalah yang paling tinggi atau dapat dikatakan memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan adalah pembentuk utama keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu menjaga reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang ditawarkan, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

**b. Kompeten Sebagai Aplikasi Teknologi Keuangan**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen kepercayaan indikator transaksi lebih efektif adalah indikator penting kedua atau dapat dikatakan kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan adalah pembentuk kedua keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan kompetennya sebagai aplikasi teknologi keuangan yang dipasarkan

sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang proses pembyaran menggunakan GoPay, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

### c. Dapat Dipercaya

Dilihat dari nilai rata-rata komponen kepercayaan indikator dapat dipercaya penting ketiga atau dapat dikatakan dapat dipercaya adalah pembentuk terakhir keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan agar konsumen yakin bahwa layanan dapat dipercaya, dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang penggunaannya aman, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

## 5. Inovasi

Inovasi merupakan keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *e-money*.<sup>172</sup> informasi loading faktor pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa variabel inovasi sudah cukup baik ini ditunjukkan oleh skor yang cukup tinggi. Teknologi tersebut menarik terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 merupakan atribut utama pembentuk variabel inovasi, ini diperlihatkan oleh nilai indikator teknologi tersebut menarik sebagai aplikasi teknologi keuangan yang mempunyai skor

<sup>172</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.



terbesar dibanding indikator lainnya (teknologi tersebut disukai oleh pengguna dan teknologi tersebut cerdas). Hasil ini mengindikasikan inovasi menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 sudah sangat baik, konsumen berpendapat bahwa GoPay sebagai sarana uang elektronik untuk berbelanja di masa pandemi Covid-19 menawarkan berbagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh uang kartal. GoPay menawarkan banyak kelebihan salah satu yang menarik adalah memungkinkannya pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain dengan aman dari paparan Covid-19 karena dapat menjaga jarak dibandingkan dengan menggunakan uang kartal yang masih beresiko terpapar Covid-19. Menurut Mustofa Abdul Karim, Penerimaan sebuah teknologi berarti teknologi tersebut sukses memberikan nilai lebih kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan tujuan dikeluarkannya teknologi baru atau inovasi dalam teknologi guna mempermudah proses bisnis yang dijalankan.<sup>173</sup>

Hal ini sejalan dengan pendapat Maghfira<sup>174</sup> yang menyatakan bahwa atribut teknologi tersebut menarik sebagai aplikasi teknologi keuangan. Dari jawaban rata-rata responden juga menunjukkan indikator variabel indikator teknologi tersebut menarik sudah cukup baik dalam membentuk variabel inovasi konsumen menggunakan GoPay .

---

<sup>173</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 15.

<sup>174</sup> Maghfira. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 21.

Nilai loading faktor terendah yang menggambarkan variabel inovasi adalah teknologi tersebut cerdas. Dari informasi ini PT.GoJek perlu untuk mempertahankan kualitas teknologi GoPay. Beberapa responden berpendapat bahwa masih belum mengetahui teknologi GoPay terkadang masih menjadi hal yang konsumen masih ragu dengan GoPay. Karena alasan tersebut beberapa responden harus mengetahui dahulu teknologi GoPay. Dari permasalahan tersebut maka penting bagi PT.GoJek menjaga dan mengembangkan kecerdasan teknologi GoPay.

Teknologi GoPay menarik merupakan indikator yang memiliki skor terbesar pada jawaban rata-rata responden, hal ini menunjukkan kondisi aktual responden mengindikasikan teknologi tersebut menarik terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19 adalah hal yang paling dipertimbangkan dalam keputusan menggunakan layanan GoPay di masa Covid-19. Hasil ini tidak lepas dari kondisi faktual yang ada bahwa ketika seorang konsumen merasa dalam proses penggunaannya GoPay merupakan teknologi tersebut menarik sebagai aplikasi teknologi keuangan.

Indikator teknologi GoPay disukai oleh pengguna membentuk inovasi konsumen menggunakan GoPay. teknologi GoPay disukai oleh pengguna merupakan atribut penting kedua pembentuk inovasi konsumen menggunakan GoPay. Dilihat dari nilai rata-rata pada Tabel 3.8 teknologi GoPay disukai oleh pengguna memiliki nilai kategori cukup. Hal tersebut

dapat diartikan bahwa konsumen menilai dalam teknologi GoPay disukai oleh pengguna sebagai aplikasi teknologi keuangan GoPay.

Dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden, Teknologi tersebut cerdas merupakan indikator terendah pembentuk kepercayaan konsumen menggunakan GoPay. Layanan GoPay dapat dipercaya membentuk keputusan positif konsumen terhadap menggunakan layanan GoPay.<sup>175</sup>

Dilihat dari nilai rata-rata, indikator inovasi dapat dipercaya memiliki nilai kategori cukup, artinya hal ini maksudnya adalah konsumen harus mengetahui kecerdasan GoPay.

Indikator inovasi diukur dengan tiga pengukuran yaitu dengan mengukur: teknologi tersebut menarik, teknologi tersebut disukai oleh pengguna, dan teknologi tersebut cerdas.

#### **a. Teknologi Tersebut Menarik**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen inovasi, indikator teknologi tersebut menarik adalah yang paling tinggi atau dapat dikatakan teknologi tersebut menarik pembentuk utama keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu menjaga teknologi GoPay agar menarik sebagai aplikasi teknologi keuangan GoPay yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang ditawarkan, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

<sup>175</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 15.

### **b. Teknologi Tersebut Disukai Oleh Pengguna**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen inovasi indikator teknologi tersebut disukai oleh pengguna adalah indikator penting kedua atau dapat dikatakan teknologi tersebut disukai oleh pengguna adalah pembentuk kedua keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu menjaga agar teknologi tersebut disukai oleh pengguna yang dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang proses pembayaran menggunakan GoPay, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

### **c. Teknologi Tersebut Cerdas**

Dilihat dari nilai rata-rata komponen inovasi indikator teknologi tersebut cerdas penting ketiga atau dapat dikatakan teknologi tersebut cerdas adalah pembentuk terakhir keputusan konsumen untuk menggunakan GoPay di masa Covid-19. Dari hasil ini PT.GoJek perlu meningkatkan agar konsumen yakin bahwa layanan GoPay adalah teknologi yang cerdas, dipasarkan sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik terhadap produk yang penggunaannya aman, sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

## **2. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis**

Pembahasan ini difokuskan pada hasil pengujian hipotesis yang dikemukakan dalam model empirik seperti yang dikemukakan dalam

tujuan penelitian. Hasil analisis dari pegujian hipotesis dijabarkan sebagai berikut.

**a. Hubungan Kemudahan Dengan Keputusan Menggunakan GoPay Di Masa Covid-19.**

Kemudahan yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan. Kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna teknologi aplikasi online berpandangan bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit.<sup>176</sup>

Berdasarkan hasil analisis uji pengaruh yang telah dilakukan, terbukti bahwa ada pengaruh yang bermakna (signifikan) antara variabel kemudahan terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 (Tabel 3.5), semakin kuat kemudahan menggunakan GoPay, semakin kuat keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. Pemahaman bahwa kemudahan dapat memengaruhi keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 karena indikator: mudah dipelajari terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, mudah dioperasikan terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, dan mudah melakukan top-up terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19.

---

<sup>176</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018),18.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul ketika mudah dipelajari terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai mudah dipelajari dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek cukup baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa mudah dipelajari yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras dalam mempelajari pada pengoprasian setiap menu. Karena mudah dipelajari ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul ketika mudah dioperasikan terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai mudah dioperasikan dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek sangat baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa mudah dioperasikan yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti dimana user percaya bahwa teknologi atau system tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Karena mudah dipelajari ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul ketika mudah melakukan top-up terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai mudah melakukan top-up dalam keputusan

menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek sangat baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa mudah melakukan top-up yang diberikan oleh PT.GoJek baik seperti dalam proses pengisian saldo GoPay dapat dilakukan dengan proses yang tidak rumit serta tidak membutuhkan waktu yang lama.. Karena mudah melakukan top-up ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rurie Wiedya Rahayu tahun 2018<sup>177</sup> yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi GoPay. Hasil penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Silva Cita Cania tahun 2018<sup>178</sup> yang menyatakan kemudahan berpengaruh positif signifikan moderat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan. Hasil penelitian ini juga seperti dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustofa Abdul Karim tahun 2018<sup>179</sup> yang menyatakan kemudahan (*Ease of Use*) berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pita

---

<sup>177</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. Gojek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 89.

<sup>178</sup> Silva Cita Cania, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018),90.

<sup>179</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 115.

Kumala Sari tahun 2018<sup>180</sup> yang menyatakan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay. Hasil penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Maghfira tahun 2018<sup>181</sup> yang menyatakan kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay. Hasil penelitian ini juga seperti dengan penelitian yang dilakukan oleh Pamadeta Hatta tahun 2019 yang menyatakan Variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan GoPay oleh pengguna generasi milenial dan generasi Z.

Hal ini sesuai dengan pernyataan teori dari jogiyanto tahun 2007 bahwa jika seseorang merasa atau meyakini bahwa sistem teknologi informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. sebaliknya, apabila seseorang merasa atau percaya bahwa sistem teknologi informasi tidak mudah digunakan, ia tidak bisa menggunakannya.<sup>182</sup>

Dengan adanya *e-money* ini dimaksudkan agar nasabah atau konsumen dapat menggunakan layanan *e-money* dengan mudah dipahami serta mudah dalam pengaplikasiannya tanpa menggunakan usaha yang rumit serta membutuhkan waktu dan biaya besar. sehingga

<sup>180</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopa.* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta:2019), 133.

<sup>181</sup> Maghfira, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 123.

<sup>182</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopa.* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta:2019), 40.



konsumen dapat dengan baik dan senang melakukan transaksi dalam layanan *e-money* tentunya dengan cara yang mudah dalam menggunakannya.

Fakta dilapangan juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor yang dipertimbangkan pelanggan untuk menggunakan *e-money*. kemudahan saat melakukan proses pembelajaran GoPay dapat dengan mudah dipelajari, serta dalam proses penggunaan aplikasi GoPay dapat digunakan dengan mudah dioperasikan, dan saat proses pengisian saldo GoPay dapat dilakukan dengan mudah. Sehingga menyebabkan konsumen memutuskan untuk menggunakan GoPay.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis hubungan kemudahan dengan keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. di dalam penelitian ini terbukti bahwa kemudahan pembayaran melalui GoPay berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19.

#### **b. Hubungan Manfaat Dengan Keputusan Menggunakan GoPay Di Masa Covid-19**

Manfaat adalah sebuah keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan memberikan peningkatan terhadap performanya. Maka seberapa besar GoPay memberikan peningkatan terhadap performan konsumen dalam menggunakan GoJek

maka sebesar itu pula manfaat yang dimiliki oleh sistem pembayaran GoPay.<sup>183</sup>

Berdasarkan hasil analisis uji pengaruh yang telah dilakukan, terbukti bahwa ada pengaruh yang bermakna (signifikan) antara variabel manfaat terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 (Tabel 3.5), semakin kuat manfaat menggunakan GoPay, semakin kuat keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. Pemahaman bahwa manfaat dapat memengaruhi keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 karena indikator: pembayaran cepat terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, membuat pekerjaan mudah terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, dan transaksi lebih efektif terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul pembayaran cepat terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai pembayaran cepat dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek cukup baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa pembayaran cepat yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti manfaat yang didapat dalam menggunakan GoPay dalam proses pembayaran hanya memerlukan

---

<sup>183</sup> Maghfira, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 13.

waktu yang singkat. Karena pembayaran cepat ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul ketika membuat pekerjaan mudah terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai membuat pekerjaan mudah dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek sangat baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa membuat pekerjaan mudah yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti dalam proses penggunaannya GoPay dapat digunakan dapat menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif, lebih cepat, dan lebih baik. Karena membuat pekerjaan mudah ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul ketika transaksi lebih efektif terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai transaksi lebih efektif dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek sangat baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa transaksi lebih efektif yang diberikan oleh PT.GoJek baik seperti akan mendatangkan manfaat yang dapat meningkatkan kinerjanya lebih tinggi dibandingkan dengan metode lain seperti pembayaran tunai dan kartu. Karena transaksi lebih efektif ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh mustofa abdul karim tahun 2018<sup>184</sup> yang menyatakan kemanfaatan (*Usefulness*) berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay. Hasil penelitian ini juga seperti dengan penelitian yang dilakukan oleh Maghfira tahun 2018<sup>185</sup> yang menyatakan manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay.

Hal ini sesuai dengan Pernyataan teori dari Habsari Candraditya tahun 2018 bahwa Manfaat memegang peranan penting bagi keinginan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa.<sup>186</sup>

Manfaat dalam bertransaksi menggunakan *e-money*, ketika *e-money* tersebut sangat bermanfaat dalam penggunaannya, maka akan banyak pengguna yang semakin minat dan tertarik dalam menggunakan *e-money*, baik yang dikeluarkan oleh perbankan maupun non-bank. manfaat menjadi faktor yang dipertimbangkan pada pelanggan untuk menggunakan *e-money*. bahwa dengan menggunakan *e-money* akan mendatangkan manfaat yang dapat meningkatkan kinerjanya. Seorang pengguna akan percaya terhadap penggunaan suatu produk teknologi terbaru apabila teknologi tersebut dapat menyelesaikan pekerjaannya secara lebih produktif, lebih cepat, dan lebih baik.

<sup>184</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 144.

<sup>185</sup> Maghfira. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 121.

<sup>186</sup> Habsari Candraditya, *Analisis Penggunaan Uang Elektronik*, Volume 2, Nomor 3,(Semarang: Diponegoro Journal Of Management ,2013,14 4.

Sesuai dengan hasil penelitian di lapangan yang menunjukkan bahwa manfaat dari proses pembayaran dengan GoPay dapat digunakan dengan cepat serta lebih membuat pekerjaan mudah hal ini maksudnya adalah dalam proses penggunaannya GoPay membuat pekerjaan lebih mudah dan dalam proses pembayaran dengan GoPay membuat transaksi lebih baik. Sehingga menyebabkan konsumen memutuskan untuk menggunakan GoPay.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis hubungan manfaat dengan keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. di dalam penelitian ini terbukti bahwa manfaat pembayaran melalui GoPay berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19.

### **c. Hubungan Keamanan Dengan Keputusan Menggunakan GoPay Di Masa Covid-19**

Keamanan yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau system akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.<sup>187</sup>

Berdasarkan hasil analisis uji pengaruh yang telah dilakukan, terbukti bahwa ada pengaruh yang bermakna (signifikan) antara variabel keamanan terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 (Tabel 3.5), semakin kuat keamanan menggunakan GoPay, semakin kuat

<sup>187</sup> Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay* (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018), 26.

keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. Pemahaman bahwa keamanan dapat memengaruhi keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 karena indikator: keamanan yang cukup untuk melindungi informasi pribadi terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, data identitas tidak akan digantikan oleh pihak lain terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, dan transaksi lebih efektif terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul keamanan yang cukup untuk melindungi informasi pribadi terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai keamanan yang cukup untuk melindungi informasi pribadi dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek cukup baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa keamanan yang cukup untuk melindungi informasi pribadi yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti PT.GoJek dapat melindungi dari resiko kehilangan data atau informasi. Karena keamanan yang cukup untuk melindungi informasi pribadi ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul data identitas tidak akan digantikan oleh pihak lain terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai data identitas tidak akan digantikan oleh pihak lain dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek sangat baik. Berdasarkan

informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa data identitas tidak akan digantikan oleh pihak lain yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti PT.GoJek dapat memastikan keamanan data-data yang ada akan aman dari pencurian. Karena data identitas tidak akan digantikan oleh pihak lain ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul ketika transaksi lebih efektif terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai transaksi lebih efektif dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek sangat baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa transaksi lebih efektif yang diberikan oleh PT.GoJek baik seperti PT.GoJek dapat melindungi segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya dari terhadap pihak luar (*hacker*). Karena transaksi lebih efektif ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Hasil penelitian ini seperti dengan penelitian yang dilakukan oleh Pita Kumala Sari tahun 2018<sup>188</sup> yang menyatakan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan GoPay.

Hal ini sesuai dengan Pernyataan teori dari aulia wulan dari tahun 2018<sup>189</sup> bahwa keamanan dan kerahasiaan meliputi 3 hal yaitu resiko

---

<sup>188</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 128.

pengguna berkaitan dengan resiko terhadap pihak luar (*hacker*), penyimpanan data berkaitan dengan resiko terhadap pihak dalam (pegawai pajak) dan kemampuan *e-filing* berkaitan dengan kemampuan sistem dalam mengantisipasi masalah-masalah terkait data.

Keamanan sistem informasi pada *e-money* saat ini telah banyak dibangun oleh para kelompok analis dan programmer membuat para pengguna *e-money* menyukainya. Hal tersebut terjadi karena sistem yang dibangun lebih berorientasi pada pembuatnya sehingga berakibat sistem yang dipakai mudah untuk digunakan atau *user friendly* bagi pemakai, sehingga sistem interaktif dan memberi rasa nyaman bagi pemakai.

Sesuai dengan hasil penelitian di lapangan yang menunjukkan bahwa keamanan pada PT.GoJek dapat melindungi informasi pribadi yang ada serta dapat memastikan data akan aman dari pencurian dan PT.GoJek dapat melindungi informasi dari pihak yang ingin menggati data pribadi pada GoPay. Sehingga menyebabkan konsumen memutuskan untuk menggunakan GoPay.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Hubungan keamanan dengan keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. di dalam penelitian ini terbukti bahwa keamanan pembayaran melalui GoPay berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19.

---

<sup>189</sup> Aulia Wulan Dari, 2018. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 127.



#### **d. Hubungan Kepercayaan Dengan Keputusan Menggunakan GoPay Di Masa Covid-19**

Kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan.<sup>190</sup>

Berdasarkan hasil analisis uji pengaruh yang telah dilakukan, terbukti bahwa ada pengaruh yang bermakna (signifikan) antara variabel kepercayaan terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 (Tabel 3.5), semakin kuat kepercayaan menggunakan GoPay, semakin kuat keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. Pemahaman bahwa kepercayaan dapat memengaruhi keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 karena indikator: dapat dipercaya terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, dan kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 dapat dipercaya terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai dapat dipercaya dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek cukup baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa dapat dipercaya

<sup>190</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 28.

yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti dapat diyakini kemampuannya sebagai aplikasi teknologi keuangan berdasarkan pada rasa tanggung jawab dalam menjaga kepercayaan dari konsumen. Karena dapat dipercaya ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek sangat baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti sudah diakui sebagai aplikasi teknologi keuangan yang memiliki citra baik sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Karena memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek sangat baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa kompeten

sebagai aplikasi teknologi keuangan yang diberikan oleh PT.GoJek baik seperti cakap dan memiliki kemampuan yang baik dalam menjalankan perannya sebagai aplikasi teknologi keuangan. Karena kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Hasil penelitian ini seperti dengan penelitian yang dilakukan oleh Rurie Aulia Wulan Dari tahun 2018<sup>191</sup> yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan khususnya pada layanan GoPay. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Pita Kumala Sari tahun 2018 yang menyatakan variabel persepsi kepercayaan bertanda positif, hal ini berarti persepsi kepercayaan berbanding lurus atau searah terhadap minat ulang menggunakan GoPay.

Hal ini sesuai dengan Pernyataan teori dari Pita Kumala Sari tahun 2019 bahwa Kepercayaan mengandung dua aspek yang berbeda yaitu kredibilitas yang merujuk kepada keyakinan bahwa pihak lain mempunyai keahlian dalam menjalankan tugasnya dan benevolence yang merujuk kepada kesungguhan pihak lain bahwa dia mempunyai kesungguhan untuk melaksanakan yang sudah disepakati.<sup>192</sup>

---

<sup>191</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. Gojek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 118.

<sup>192</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019), 28.

kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Jika risiko tinggi maka terjadi distrust atau ketidakpercayaan dan kemungkinan untuk meninggalkan *e-money*, dan jika persepsi terhadap risiko rendah maka akan terjadi kepercayaan yang selanjutnya berefek pada komitmen serta kesetiaan pelanggan

Sesuai dengan hasil penelitian di lapangan yang menunjukkan bahwa kepercayaan pada PT.GoJek dapat diyakini kemampuannya sebagai aplikasi teknologi keuangan serta nama baik dari PT.GoJek sudah diakui sebagai aplikasi teknologi keuangan dan cakap dalam menjalankan perannya sebagai aplikasi teknologi keuangan. Sehingga menyebabkan konsumen memutuskan untuk menggunakan GoPay.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Hubungan kepercayaan dengan keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. di dalam penelitian ini terbukti bahwa kepercayaan pembayaran melalui GoPay berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19

#### **e. Hubungan Inovasi Dengan Keputusan Menggunakan GoPay Di Masa Covid-19**

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi

penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *e-money*.<sup>193</sup>

Berdasarkan hasil analisis uji pengaruh yang telah dilakukan, terbukti bahwa ada pengaruh yang bermakna (signifikan) antara variabel inovasi terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 (Tabel 3.5), semakin kuat inovasi menggunakan GoPay, semakin kuat keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. Pemahaman bahwa inovasi dapat memengaruhi keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 karena indikator: teknologi GoPay cerdas terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, teknologi GoPay menarik terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19, dan teknologi GoPay disukai oleh pengguna terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 teknologi GoPay cerdas terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai teknologi GoPay cerdas dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek cukup baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa teknologi GoPay cerdas yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti PT.GoJek merupakan teknologi keuangan yang sempurna dalam perkembangannya sehingga dapat memberikan hal baru dan memudahkan proses pembayaran konsumen.

---

<sup>193</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

Karena teknologi GoPay cerdas ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 muncul teknologi GoPay menarik terhadap atribut yang ditawarkan positif. Pada Tabel 3.8 konsumen menilai teknologi GoPay menarik yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan dalam keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19 yang ditawarkan oleh PT.GoJek sangat baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa teknologi GoPay menarik yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan yang diberikan oleh PT.GoJek cukup baik seperti PT.GoJek membangkitkan keinginan konsumen untuk mencoba menggunakan teknologinya dengan inovasi yang selalu dikembangkan. Karena teknologi GoPay menarik sebagai aplikasi teknologi keuangan ini menjadikan konsumen menggunakan GoPay di masa Covid-19.

Hasil penelitian ini seperti dengan penelitian yang dilakukan oleh aulia wulan dari tahun 2018 yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kegunaan maupun kemudahan khususnya pada layanan GoPay. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh pita kumala sari tahun 2018 yang menyatakan variabel persepsi kepercayaan bertanda positif, hal ini berarti persepsi kepercayaan berbanding lurus atau searah terhadap minat ulang menggunakan GoPay.

Hasil penelitian ini seperti dengan penelitian yang dilakukan oleh mustofa abdul karim tahun 2018<sup>194</sup> yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi GoPay. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh rurie wiedya rahayu tahun 2018<sup>195</sup> yang menyatakan bahwa inovasi teknologi berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay.

Hal ini sesuai dengan Pernyataan teori dari pita kumala sari tahun 2019<sup>196</sup> bahwa Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. Indikator dari inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *e-money*. Seseorang yang cenderung inovatif selalu mencari sesuatu yang baru. Berhubungan dengan *e-money*, pelanggan akan mencoba sesuatu yang baru apabila teknologi yang dimiliki akan mendukung kelancaran kerja.

Inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru. Dengan adanya keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. Hal ini sejalan dengan tujuan dikeluarkannya teknologi baru atau inovasi dalam teknologi guna mempermudah proses kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh konsumen.

---

<sup>194</sup> Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 129.

<sup>195</sup> Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. Gojek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 118.

<sup>196</sup> Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopa.* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta:2019), 33.

Sesuai dengan hasil penelitian di lapangan yang menunjukkan bahwa inovasi pada PT.GoJek sempurna dalam perkembangan teknologinya serta membangkitkan keinginan dalam menggunakannya dan membuat konsumen senang dalam menggunakan teknologinya. Sehingga menyebabkan konsumen memutuskan untuk menggunakan GoPay.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Hubungan inovasi dengan keputusan menggunakan GoPay di masa Covid-19. di dalam penelitian ini terbukti bahwa inovasi pembayaran melalui GoPay berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan GoPay di masa pandemi Covid-19





## **BAB V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **A. Kesimpulan :**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis telah dapat menemukan jawaban dari setiap pokok permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penelitian menggunakan metode regresi pasti akan mendapatkan persamaan yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar nilai atau pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil penelitian dalam menjawab masalah-masalah yang telah dirumuskan di awal.

1. Kemudahan terhadap keputusan menggunakan GoPay dibentuk oleh mudah dipelajari, mudah dioperasikan, dan mudah melakukan top-up dalam keputusan menggunakan GoPay. Kemudahan menentukan keputusan konsumen untuk keputusan menggunakan GoPay yang berarti, pengukuran kemudahan terhadap keputusan menggunakan GoPay telah memenuhi keselarasan dan pengukuran kemudahan terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini berarti semakin mudah pelayanan yang diberikan oleh GoJek, maka semakin kuat keputusan konsumen untuk menggunakan layanan GoPay.
2. Manfaat terhadap keputusan menggunakan GoPay dibentuk oleh pembayaran cepat, membuat pekerjaan mudah, dan transaksi lebih efektif dalam keputusan menggunakan GoPay. Manfaat menentukan keputusan konsumen untuk keputusan menggunakan GoPay yang berarti, pengukuran manfaat terhadap keputusan menggunakan GoPay telah

memenuhi keselarasan dan pengukuran manfaat terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini berarti semakin bermanfaat pelayanan yang diberikan oleh GoJek, maka semakin kuat keputusan konsumen untuk menggunakan layanan GoPay.

3. Keamanan terhadap keputusan menggunakan GoPay dibentuk oleh keamanan yang cukup untuk melindungi informasi pribadi, data tidak akan mudah dicuri, dan identitas saya tidak akan digantikan oleh pihak lain dalam keputusan menggunakan GoPay. Keamanan menentukan keputusan konsumen untuk keputusan menggunakan GoPay yang berarti, pengukuran keamanan terhadap keputusan menggunakan GoPay telah memenuhi keselarasan dan pengukuran keamanan terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini berarti semakin aman pelayanan yang diberikan oleh GoJek, maka semakin kuat keputusan konsumen untuk menggunakan layanan GoPay.
4. Kepercayaan merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan menggunakan GoPay. Besarnya PT.GoJek dapat dipercaya, memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan dan kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan, memperkuat keputusan untuk menggunakan GoPay. Konsumen akan merasa lebih yakin bahwa menggunakan GoPay adalah keputusan yang tepat dalam menggunakan GoPay, karenanya kepercayaan untuk menggunakan GoPay sangat kuat dipengaruhi oleh kepercayaan. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa untuk meningkatkan keputusan

menggunakan GoPay, PT.GoJek harus memperhatikan variabel-variabel yang ada terutama variabel kepercayaan konsumen yang berpengaruh dominan terhadap memperkuat keputusan untuk menggunakan GoPay.

5. Inovasi terhadap keputusan menggunakan GoPay dibentuk oleh teknologi tersebut cerdas, teknologi tersebut menarik, dan Teknologi tersebut disukai oleh pengguna dalam keputusan menggunakan GoPay. Inovasi menentukan keputusan konsumen untuk keputusan menggunakan GoPay yang berarti, pengukuran inovasi terhadap keputusan menggunakan GoPay telah memenuhi keselarasan dan pengukuran inovasi terhadap keputusan menggunakan GoPay. Hal ini berarti semakin berinovasi pelayanan yang diberikan oleh GoJek, maka semakin kuat keputusan konsumen untuk menggunakan layanan GoPay.

#### **B. Saran:**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang perlu dicermati pihak yang terkait dengan penelitian ini yang antara lain:

1. Penting bagi PT.GoJek memfasilitasi kemudahan dalam mempelajari system pada GoPay agar konsumen dapat mempelajari proses pembayaran dengan lebih mudah.
2. PT.GoJek perlu untuk lebih meningkatkan pelayanan terkait dengan Pembayaran cepat agar dalam pembayaran non tunai dapat dilakukan dengan cepat dan dapat dilakukan lebih simpel.

3. PT.GoJek perlu untuk lebih meningkatkan pelayanan terkait dengan keamanan informasi pribadi dalam menggunakan GoPay. Agar konsumen tidak ragu ketika menggunakan GoPay.
4. PT.GoJek untuk selalu menjaga menjaga kepercayaan konsumen pada GoPay.
5. GoJek perlu untuk mempertahankan kualitas teknologi dan terus melakukan inovasi untuk layanan GoPay.
6. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan meneleti produk *e-money* atau *e-wallet* selain GoPay dikarenakan inovasi teknologi di bidang keuangan di Indonesia terus berkembang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, Arsita Ika. 2015. “Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya).” *Jurnal Ilmiah* 2 (1):4–6.
- Al-Qur’an dan Terjemahannya. Jakarta: Departemen Agama.
- Al-Zuhaili, Wahab. 2004. *Al-Fiqh Al-Islamy wa Adillatuhu*, Juz V. Damsyiq: dar al-Fikri al-Ma’ashirah, Cet- IV.Penerjemah. Abdul Hayyie Al-Kaffani, dkk, Cet X. Jakarta: Gema Insani.
- Anam, Choiril, M.EI. 2018. *E-money (uang elektronik) dalam perspektif hukum Syari’ah* issn: 2598-3156 vol.2 (Kediri:Institut Agama Islam Negeri (Iain) Kediri , 97.
- Baihaqi, Ahmad. 2016. *Analisis Penerimaan Pengguna terhadap Sistem Pembayaran Elektronik Menggunakan Teknologi Acceptance Model (TAM)*. Universitas Gunadarma: Jurnal Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi.
- Bahri, Asep Saiful. 2016. *Konsep Uang Elektronik dan Peluan Implementasinya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Peraturan bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik)*. Jakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 15.
- Bank Indonesia. (2006). Dampak pembayaran non tunai terhadap perekonomian dan kebijakan moneter. Jakarta: Bank Indonesia
- Bank Indonesia. 2009a. Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 – Uang Elektronik (Electronic money). Bank Indonesia. Retrieved from [http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Pages/pbi\\_111209.aspx](http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Pages/pbi_111209.aspx)
- Bank Indonesia. (2009b). Uang Elektrtonik (Elektronik Money), (11), 1–55.
- Buyung Nova Tri Anggono dkk, 2020. *persepsi kemudahan, resiko dan kepercayaan Terhadap keputusan penggunaan GoPay* Vol. 15 No.1 (Jurnal Ilmiah Ekonomi:) 146.
- Cania, Silva Cita. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan GoPay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

- Chew, Aa. 2006. "The Adoption of M-Commerce in the United States." *Unpublished Honors Thesis, California State* no. August. [https://chemistry.csulb.edu/colleges/cba/honors/thesis/documents/Anthony\\_A.\\_Chew\\_Thesis.pdf](https://chemistry.csulb.edu/colleges/cba/honors/thesis/documents/Anthony_A._Chew_Thesis.pdf).
- Dari, Aulia Wulan, 2018. "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan GoPay", Yogyakarta: skripsi fakultas ekonomi universitas islam indonesia yogyakarta.
- Dindin Solahudin, dkk. 2020. "Analisis Kepemimpinan Di Indonesia Dalam Kerangka Tanggap-Darurat Covid-19". Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung. 2
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 54/DSNMUI/ X/2006. Tentang Syariah Card. Ditetapkan di Jakarta tertanggal 11 Oktober 2006.
- Habsari Candraditya. 2013. *analisis penggunaan uang elektronik*, Volume 2, Nomor 3. Semarang: Diponegoro journal of management ,2013. 4.
- Hidayanti, Siti, dkk. (2006). *Operasional E-money*. Jakarta: Bank Indonesia, 23.
- Huwaydi, T., Hakim, M, S., & Persada, S. F. (2018). Analisis Deskriptif Pengguna GoPay di Surabaya. *Jurnal Teknik*. Vol 7. No. 1
- <https://m.bisnis.com/bali/read/20190519/538/924451/kontribusi-GoJek-ke-denpasar-rp19-triliun-diakses-29-desember-2020>
- <https://www.GoJek.com/blog/GoJek/bali/>. Diakses tanggal 27 januari 2021
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI, Edisi Revisi.
- Karim, Mustofa Abdul. 2018. *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran GoPay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek* Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- KBBI. (2014). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online - definisi kata. Potensi*. Retrieved from <http://kbbi.web.id/>
- Maghfira. 2018. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran GoPay*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 1.

- Misno BP, Abdurrahman, dkk. 2020. *Covid-19: Wabah, Fitnah dan Hikmah*. Bogor: Pustaka Amma Alamia.
- Mubarok, Muhammad Iqbal. 2017. *Minat Untuk Menggunakan GoPay Pada Layanan Go-Ride*. Semarang, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Piero, Malvin. 2018. *Promosi Penjualan, Pembayaran Non Tunai, Lingkungan Sosial, Dan Kondisi Keuangan Terhadap Compulsive Buying: Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Priyono, A. 2017. "Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik GoPay." *Jurnal Siasat Bisnis* 21(1): 88–106.
- Priambodo, Singgih, and Bulan Prabawani. 2016. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 5 (2).
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009. Tentang Uang Elektronik (*Electronic money*). Ditetapkan di Jakarta tertanggal 13 April 2009.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014. Tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009. Tentang uang Elektronik (*Emoney*). Ditetapkan di Jakarta oleh Bank Indonesia pada tahun 2014.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016. Tentang Elektronik Money.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/46/PBI/2005. Tentang Akad penghimpunan dan Penyaluran Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah. Ditetapkan di Jakarta tertanggal 14 November 2015.
- Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran. Ditetapkan di Jakarta oleh Bank Indonesia tertanggal 9 November 2016.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018. Tentang Uang Elektronik Peraturan Terbaru
- Priyono, Anjar. 2017. *Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik GoPay* Volume 1. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Rahadi, Dedi Rianto. 2020. *financial technology*. PT. Filda Fikrindo.



- Rahayu, Rurie Wiedya. 2018. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GoPay Dari PT.GoJek Indonesia*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Rahma, Tri inda F. 2018. *Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech)..Jurnal At-Tawwasuth Vol.3. No. 1, 641-642.*
- Remy , Sutan. 2005. *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka utama Grafiti. 87.
- Shomad, Andrie Cesario, and Bambang Purnomosidhi. 2012. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce*. Malang: *Jurnal Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 1 (2):1–20.
- Sari, Pita Kumala. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang GoPay*. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta. 33.
- Usman, Rachmadi. 2017. *karakteristik uang elektronik Dalam sistem pembayara* Volume 32 No. 1. Surabaya: Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Januari. 134.
- Tazkiyaturohmah, Rifqy. 2016. *Transaksi Uang Elektronik di Tinjau dari Hukum Syariah*. Tesis Hukum Bisnis Syariah. Yogyakarta: Pasca Sarjana Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga.

IAIN JEMBER




## LAMPIRAN-LAMPIRAN

**Lampiran 1:** Surat permohonan izin penelitian Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap keputusan Menggunakan Aplikasi Berbasis *Financial Technology* Pada Layanan GoPay Di Masa Pandemi Covid-19 yang digunakan untuk memohon izin kepada fakultas untuk melakukan penelitaian.

	<p><b>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA</b>  <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER</b>  <b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</b>  <small>Jl. Mataram No.1 Mangli, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005,          Website : <a href="http://www.iain-jember.ac.id">www.iain-jember.ac.id</a> e-mail : <a href="mailto:info@iain-jember.ac.id">info@iain-jember.ac.id</a></small></p>
Nomor	: B.383/In.20/7.a/PP.00.9/1/2021
Perihal	: Permohonan Ijin Penelitian
<p>Yth. DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM          di-          Tempat</p>	
<p>Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:</p>	
Nama	: Lutfia Farhatul Mahmuda
NIM	: E20172090
Semester	: VIII
Program Studi	: Ekonomi Syariah
No Telpon	: 08775580989
Dosen pembimbing	: Dr. Moh. Haris Balady., S.E.M.M
NUP	: 201603142
Judul penelitian	: Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Berbasis <i>Financial Technology</i> Pada Layanan Go-Pay Saat Masa Pandemi Covid-19 (Studi di masyarakat kota Denpasar kabupaten Bali)
<p>Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.</p>	
<p>Jember, 10 Juni 2021          a.n. Dekan          Wakil Dekan 1 Bidang Akademik,</p>	
	

**Lampiran 2:** Surat keterangan bahwa telah disetujui untuk melakukan penelitian Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap keputusan Menggunakan Aplikasi Berbasis *Financial Technology* Pada Layanan GoPay Di Masa Pandemi Covid-19 sebagai syarat penyusunan skripsi .

 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Mataram No.1 Mangli, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005,  
Website : [www.iain-jember.ac.id](http://www.iain-jember.ac.id) e-mail : [info@iain-jember.ac.id](mailto:info@iain-jember.ac.id)

---

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor: B-~~384~~In.20/7.a/KP.02.3/06/2021



Sehubungan dengan surat izin penelitian dengan nomor B- /In.20/7.a/PP.00.9/1/2021 tertanggal 10 Juni 2021, maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Jember dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini:

Nama : Lutfia Farhatul Mahmuda  
NIM : E20172090  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Jenjang : S1 (Sarjana)


Telah kami setujui untuk melaksanakan penelitian sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Berbasis *Financial Technology* Pada Layanan Go-Pay Saat Masa Pandemi Covid-19 (Studi di masyarakat kota Denpasar kabupaten Bali)”**.

Demikian Surat Keterangan dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 10 Juni 2021  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan 1 Bidang Akademik,

  
  
Abdul Rahim

**Lampiran 3:** Surat keterangan telah selesai melakukan penelitian Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap keputusan Menggunakan Aplikasi Berbasis *Financial Technology* Pada Layanan GoPay Di Masa Pandemi Covid-19 dalam rangka penyelesaian skripsi.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jl. Mataram No.1 Mangli, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005,  
 Website : [www.iain-jember.ac.id](http://www.iain-jember.ac.id) e-mail : [info@iain-jember.ac.id](mailto:info@iain-jember.ac.id)

---

**SURAT KETERANGAN**  
**Nomor: B- /in.20/7.a/KP.02.3/06/2021**  
 383

Yang bertanda tangan dibawah ini :


Nama : Dr. Abdul Rokhim,M.Ei.  
 NIP : 197308301999031002  
 Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Unit : Institusi Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Lutfia Farhatul Mahmuda  
 NIM : E20172090  
 Prodi : Ekonomi Syariah  
 Jenjang : S1(Sarjana)

Telah selesai melakukan penelitian dalam rangka penyelesaian Skripsi dengan judul  
**“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Berbasis *Financial Technology* Pada Layanan Go-Pay Saat Masa Pandemi Covid-19 (Studi di masyarakat kota Denpasar kabupaten Bali)”**.

Jember,10 Juni 2021  
 a.n. Dekan  
 Wakil Dekan I Bidang Akademik,



**Lampiran 4** : daftar kuisisioner sebagai alat penelitian yang dikirim kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung, yang dapat dijawab sesuai pertanyaan yang ada.

### Bagian 1 **Identitas Responden**

Pada bagian ini responden diminta untuk mengisi data dirinya.

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

- f. Go-Bills
- g. Go-Shops
- h. Go-Mart
- i. Go-Med
- j. Go-Deals
- k. Go-Box

## Bagian 2

Dalam studi ini, GoPay didefinisikan sebagai penyediaan fasilitas GoJek yang dapat digunakan oleh konsumen untuk pembayaran transaksi secara online via Internet. Tujuan utama dari kuesioner ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan GoPay oleh para konsumen pada GoJek. Kuesioner ini terdiri dari 5 (lima) bagian. bagian pertama berisi aspek-aspek kemudahan yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan GoPay, bagian kedua berisi aspek-aspek kepercayaan yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan GoPay, bagian ketiga berisi aspek-aspek keamanan yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan GoPay, bagian keempat berisi aspek-aspek kepercayaan yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan GoPay, sedangkan bagian bagian kelima berisi aspek-aspek inovasi yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan GoPay,

Silakan jawab pernyataan-pernyataan di bawah dengan memberi tanda cek (  $\surd$  ) pada tempat yang tersedia ( ) untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda. Untuk menjawab bagian 1-8 silakan menggunakan skala sebagai berikut:

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

***Sejauh mana anda setuju atas pernyataan-pernyataan di bawah ini. Silakan menggunakan skala di atas***

Bagian 1 kemudahan (Kode: X1)		1	2	3	4	5
1.	Sistem Pembayaran GoPay mudah untuk dipelajari					
2.	Sistem Pembayaran GoPay mudah untuk dioperasikan.					
3.	Pembayaran GoPay mudah untuk melakukan <i>top – up</i>					

Bagian 2 manfaat (Kode: X2)		1	2	3	4	5
1.	Dengan menggunakan GoPay membuat pembayaran saya lebih cepat					
2.	Dengan menggunakan <i>GoPay</i> membuat pekerjaan saya lebih mudah					
3.	saya dapat melakukan transaksi lebih efektif dengan menggunakan <i>GoPay</i>					

Bagian 3 keamanan (Kode: X3)		1	2	3	4	5
1.	Sistem layanan GoPay memiliki keamanan yang cukup untuk melindungi informasi pribadi saya					
2.	Saya yakin data di system layanan GoPay tidak mudah dicuri oleh pihak ketiga yang tidak sah					
3.	Identitas saya pada layanan GoPay tidak akan digantikan oleh pihak lain					

Bagian 4 kepercayaan (Kode: X4)		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa Sistem layanan GoPay dapat dipercaya.					
2.	Saya merasa Sistem layanan GoPay memiliki					

	reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan.					
3.	Saya merasa Sistem layanan GoPay kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan.					

Bagian 5 inovasi (Kode: X5)		1	2	3	4	5
1.	Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang pintar .					
2.	Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang menarik .					
3.	Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang disukai oleh pengguna.					

Bagian 6 Penggunaan layanan GoPay saat masa pandemi Covid-19 (Y)		1	2	3	4	5
1.	saya memilih GoPay karena dapat digunakan di banyak tempat					
2.	Dengan menggunakan GoPay saya dapat bertransaksi dengan cepat					
3.	Dengan menggunakan GoPay saya dapat menjaga jarak saat melakukan pembayaran					

# IAIN JEMBER



**Lampiran 5:** Data yang dihasilkan dari penyebaran kuisisioner yang telah diisi melalui google form dan diisi secara langsung oleh responden penelitian Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap keputusan Menggunakan Aplikasi Berbasis *Financial Technology* Pada Layanan GoPay Di Masa Pandemi Covid-19

Bagian 1								
No.	1	2	3	4	5	6	7	8
	Nama	Jenis Kelamin	Alamat	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan	Fitur Yang Digunakan
1	Ni Putu Diah Aprilia Damayanti	B	Br. Tojan Tegal, Pering Blahbatuh	B	C	B	A	Abc
2	Putu Cindy Anitya	B	Desa Katung, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli (80652)	B	C	B	A	Abcg
3	Ni Luh Putu Yudina Andreani	B	Banjar Pangkung Tanah Kauh	B	C	B	A	Abc
4	Ni Putu Manik Yuniari	B	Jalan Cokroaminoto No 344	B	C	B	A	Abc
5	I Gusti Ayu Desi Prabayanti	B	Banjar Dinas Desa Tengah Bebandem, Kec. Bebandem, Kab. Karangasem	B	C	B	A	Abc
6	Komang Arselin Kesariana	B	Br. Dinas Dalem, Duda, Selat, Karangasem	B	C	B	A	Abc
7	I Dewa Agung Ayu Intan Krisnadevi	B	Perumahan Griya Tansa Trisna, Jalan Kelapa Gading No 31, Dalung, Kuta Utara, Badung, Bali	B	C	B	A	Abc
8	Ni Putu Niti Swari Dewi	B	Banjar Tegallalang	B	C	B	A	Abc
9	Kadik Dwi Mustika Ayuningsih	B	Jl. Raya Bukit Pemukuran, Sibetan, Bebandem, Karangasem	B	C	B	A	Abcg
10	I.A.Km. Saraswati Dewi Bintang Kuramas	B	Jalan Mawar No. 9 Bangli	B	C	B	A	Abc
11	Ni Kadek Ratna Dewi	B	Jl Tukad Cangkir, Samplangan, Gianyar	B	C	B	A	Abc
12	Putu Rika Yolanda Paramitha Dewi	B	Jalan Zamburd II/7 Denpasar Utara	B	C	B	A	Abc
13	Ni Putu Devi Artamevia Febriana	B	Jalan Panji Sakti No 5 Bd Brongbong, Desa Celukanbawang Kec. Gerokgak, Kab Buleleng, Bali	B	C	B	A	Abc
14	Putu Nita Kristawanti	B	Banjar Belatung, Desa Pesinggahan	B	C	B	A	Abc
15	Ni Putu Intan Wiadnyani	B	Jln. Pasih Kelod Bugbug	B	C	B	A	Abc
16	Ni Luh Sinta Pumamayanti	B		B	C	B	A	Abcg

IAIN JEMBER



Karangasem								
17	Ni Kadek Tiwi Dwi Juniantari	B	Br. Karanganyar, Ds. Sibetan, Kec. Bebandem, Kab. Karangasem, Bali	B	C	B	A	Abcg
18	Hijriyah Wahyu Safitri	B	Jl Hayam Wuruk Gang 16 Remaja No 16b	B	C	B	A	Abc
19	Ni Luh Ari Safitri	B	Br Tukad Hitem, Desa Seraya Timur	B	C	B	A	Abc
20	Pande Kadek Prina Yuwinda	B	Jl.Yudistira No.2, Candi Baru, Gianyar	B	C	B	A	Abc
21	Ni Luh Putu Nia Wiliani	B	Jl Drupadi Xiv Gang Ia No 5	B	C	B	A	Abc
22	Ni Ketut Sri Wahyuni	B	Jalan Nakula Gang 1 Semarapura	B	C	B	A	Abc
23	Ni Kadek Sri Apsari Dewi	B	Br. Celuk, Sukawati	B	C	B	A	Abcg
24	Ni Made Ayu Dwi Pertiwi	B	Jln. Kahyangan	B	C	B	A	Abc
25	Ni Putu Candra Wira Astuti	B	Jalan Plawa No 14	B	C	B	A	Abc
26	Ni Putu Indah Swandewi	B	Jalan Kenyeri No. Xiii Klungkung	B	C	B	A	Abc
27	Ni Komang Esawitri Aprilia	B	Jalan Pura Dalem Penataran Anyar Gang Dewi Sri 14b	B	C	B	A	Abc
28	Ni Luh Putu Gita Ristanti Anjani	B	Banjar Tubuh Desa Manduang, Klungkung, Bali	B	C	B	A	Abc
29	Ni Made Dwi Ari Murtini	B	Jl. Ahmad Yani Galiran, Karangasem	B	C	B	A	Abc
30	Ni Putu Gede	B	Diponegoro	C	C	F	E	Cgf
31	Ni Luh Anik	B	Perangsari Kelod	B	C	B	A	Abc
32	Ni Kadek Dwi Cahyani	B	Br Kiadan, Pelaga, Petang, Badung Bali	B	C	B	A	Abc
33	Ni Putu Chandra Meryanti	B	Br. Samuan Kangin	B	C	B	A	Abc
34	Ni Luh Putu Widyantari	B	Jl. Antasura No. 26	B	C	B	A	Abc
35	Ni Made Indah Sinta Dewi	B	Jalan Pulau Bungin Gang Delima No.1	B	C	B	A	Abc
36	Ni Putu Nila Wulandari	B	Br. Berawantangi, Ds. Tukadaya, Kec. Melaya, Kab. Jembrana, Prov. Bali	B	C	B	A	Abc
37	Ni Luh Mega Sintya Dewi	B	Asrama Tentara Kompi Senapan C Raider 900 Singaraja	B	C	B	A	Abcg
38	Ni Kadek Trisnawati	B	Br Dinas Ketug Desa Antiga Manggis Karangasem	B	C	B	A	Abc

39	Ida Ayu Putu Manik Sulistyawati	B	Jalan Patih Nambi Perumahan Nuansa Taman Sari Blok C	B	C	B	A	Abc
40	Nyoman Neny Oka Rastini	B	Banjar Dinas Desa	B	C	B	A	Abc
41	Ni Putu Eka Gerda Yanthi	B	Banjar Gena, Meinggh, Payangan, Gianyar	B	C	B	A	Abc
42	Luh Pandetia Sari Pertiwi	B	Desa Sudaji, Banjar Dukuh, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng	B	C	B	A	Abc
43	Komang Devi Yanti	B	Br. Sawan	B	C	B	A	Abcf
44	Putu Meidiana Karmilasari	B	Jalan Raya Takmung	B	C	B	A	Abc
45	Ni Nyoman Ayu Trisna Sari	B	Jalan Wisnu, Marga, Tabanan	B	C	B	A	Abc
46	Vania	B	P. Misa	C	B	E	D	Cg
47	Suryanti	B	Bukit Tunggal	C	B	E	D	Cde
48	Ngj Suniarkari	B	Bukit Tunggal	C	B	E	D	Cde
49	Kd Suratmi	B	Gn.Walirang	C	B	E	D	Cde
50	Esidarwanti	B	B.T	C	D	C	C	Cdef
51	Rubianti	B	Imbo	C	D	C	C	Cde
52	I Vaika Suryani	B	N.K	C	D	C	C	Cde
53	Handayani	B	Gn.Batur	C	D	C	C	Cde
54	Kamila	B	Gn. Satelit	C	D	C	C	Cde
55	Sumiyati	B	Gn. Karang Nusa	C	B	F	C	Cde
56	Qurrotu A'yun	B	Jl. B. Tunggal	D	B	F	E	C
57	Kd.Tia	B	Salawati	D	B	F	E	C
58	Sri Bata Wahyu	B	N.G	D	B	F	D	C
59	Abdul Mutholib	A	Imbo	D	B	F	D	C
60	Preti Eri	B	Sutoyo	D	B	F	D	C
61	Sri Lestari	B	G. Batu Karu	D	B	D	D	C
62	Abdul Rohman	A	Imbo	D	B	D	D	C
63	Malinin	B	G.Krakatau	D	B	D	D	C
64	Sukrati	B	Kalimantan	D	B	E	D	C
65	Kt. Rusmiati	B	Imbo	D	B	E	D	C
66	Pt. Susanti	B	Busung Yeh	B	B	E	D	C
67	Kompyang Sutarni	B	Mandalawangi	B	B	E	D	C
68	Femanda Zahrotul	B	Jln. Gang Karang	B	B	E	D	C



4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
6	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	3
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	3
4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5
3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	3
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3
4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	3
5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5
4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5

4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5
5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	3	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
3	4	3	4	3	5	4	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
4	5	4	5	5	3	4	4	5	3	4	4	5	3	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3
3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5
3	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	5	3
3	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	5	4	3	4	3	3
5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	3
4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5

4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	3
3	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
3	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	3
5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	3
4	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5

**Lampiran 6:** Hasil pengolahan dari data penelitian Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap keputusan Menggunakan Aplikasi Berbasis *Financial Technology* Pada Layanan GoPay Di Masa Pandemi Covid-19 dengan menggunakan aplikasi SPSS 24:

### 1. Hasil uji validitas

X1:

		Correlations			
		x1.1	x1.2	x1.3	X1
x1.1	Pearson Correlation	1	-.019	.099	.710**
	Sig. (2-tailed)		.850	.325	.000
	N	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	-.019	1	-.117	.399**
	Sig. (2-tailed)	.850		.248	.000
	N	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.099	-.117	1	.587**
	Sig. (2-tailed)	.325	.248		.000
	N	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.710**	.399**	.587**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X2:

		Correlations			
		x2.1	x2.2	x2.3	x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.138	-.278**	.530**
	Sig. (2-tailed)		.170	.005	.000
	N	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.138	1	-.041	.683**
	Sig. (2-tailed)	.170		.684	.000
	N	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	-.278**	-.041	1	.411**
	Sig. (2-tailed)	.005	.684		.000
	N	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	.530**	.683**	.411**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X3:

		Correlations			
		x3.1	x3.2	x3.3	x3
x3.1	Pearson Correlation	1	-.153	-.268**	.510**
	Sig. (2-tailed)		.129	.007	.000
	N	100	100	100	100
x3.2	Pearson Correlation	-.153	1	.061	.531**
	Sig. (2-tailed)	.129		.547	.000
	N	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	-.268**	.061	1	.454**
	Sig. (2-tailed)	.007	.547		.000
	N	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	.510**	.531**	.454**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X4:

		x4.1	x4.2	x4.3	x4
x4.1	Pearson Correlation	1	.076	.240 <sup>*</sup>	.705 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.455	.016	.000
	N	100	100	100	100
x4.2	Pearson Correlation	.076	1	.087	.530 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.455		.388	.000
	N	100	100	100	100
x4.3	Pearson Correlation	.240 <sup>*</sup>	.087	1	.709 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.016	.388		.000
	N	100	100	100	100
x4	Pearson Correlation	.705 <sup>**</sup>	.530 <sup>**</sup>	.709 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X5:

		x5.1	x5.2	x5.3	x5
x5.1	Pearson Correlation	1	-.048	-.071	.605 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.635	.483	.000
	N	100	100	100	100
x5.2	Pearson Correlation	-.048	1	-.125	.436 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.635		.216	.000
	N	100	100	100	100
x5.3	Pearson Correlation	-.071	-.125	1	.536 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.483	.216		.000
	N	100	100	100	100
x5	Pearson Correlation	.605 <sup>**</sup>	.436 <sup>**</sup>	.536 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji reabilitas:

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha <sup>a</sup>	N of Items
.222	15

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

## Uji analisis faktor

## 1. Uji KMO and Bartlett's Test

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.495
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	11.809
	Df	10
	Sig.	.003

## 2. Uji Anti-image Matrices

**Anti-image Matrices**

		X1	x2	x3	x4	x5
Anti-image Covariance	X1	.993	-.033	-.035	.044	-.024
	x2	-.033	.965	-.124	-.123	.053
	x3	-.035	-.124	.940	.198	.003
	x4	.044	-.123	.198	.905	.168
	x5	-.024	.053	.003	.168	.959
Anti-image Correlation	X1	.603 <sup>a</sup>	-.034	-.036	.046	-.025
	x2	-.034	.450 <sup>a</sup>	-.131	-.131	.055
	x3	-.036	-.131	.467 <sup>a</sup>	.215	.003
	x4	.046	-.131	.215	.495 <sup>a</sup>	.181
	x5	-.025	.055	.003	.181	.554 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

## 3. Uji Communalities

**Communalities**

	Initial	Extraction
X1	1.000	.165
x2	1.000	.637
x3	1.000	.614
x4	1.000	.616
x5	1.000	.428

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

#### 4. Uji Total Variance Explainedmen

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.330	26.602	26.602	1.330	26.602	26.602	1.277	25.549	25.549
2	1.131	22.616	49.217	1.131	22.616	49.217	1.183	23.668	49.217
3	.971	19.419	68.636						
4	.878	17.569	86.205						
5	.690	13.795	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

#### 5. Uji Component Matrix

##### Component Matrix<sup>a</sup>

	Component	
	1	2
X1	.251	.320
x2	.230	.764
x3	.508	.596
x4	.784	.446
x5	.585	.294

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

#### 6. Uji Rotated Component

##### Rotated Component Matrix<sup>a</sup>

	Component	
	1	2
X1	.051	.403
x2	.150	.538
x3	.130	.773
x4	.696	.364
x5	.653	.348

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Uji asumsi klasik :

1. Uji normalitas :

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08903791
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.053
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji hetroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

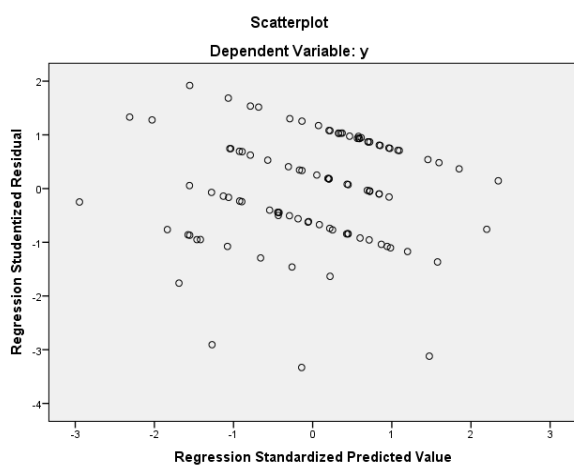
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.895	2.121		1.365	.176
	X1	-.052	.062	-.085	-.842	.402
	x2	.095	.067	.146	1.429	.156
	x3	-.151	.081	-.194	-1.875	.064
	x4	-.028	.056	-.052	-.496	.621
	x5	-.012	.070	-.018	-.175	.862

a. Dependent Variable: RES2

IAIN JEMBER



### Uji heteroskedastisitas scatter plot



### 3. Uji multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.425	3.652		2.854	.005	
	X1	.241	.107	.214	2.266	.026	.993
	x2	-.243	.115	-.203	-2.119	.037	.965
	x3	-.007	.139	-.005	-.050	.960	.940
	x4	.309	.097	.315	3.180	.002	.905
	x5	-.059	.121	-.047	-.492	.624	.959

a. Dependent Variable: y

### 4. Analisis deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
x1.1	100	2.0	3.0	5.0	4.430	.7000	.490
x1.2	100	2.0	3.0	5.0	4.690	.5064	.256
x1.3	100	2.0	3.0	5.0	4.530	.6106	.373
X1	100	5.0	10.0	15.0	13.650	1.0577	1.119
x2.1	100	2.0	3.0	5.0	4.460	.6100	.372
x2.2	100	2.0	3.0	5.0	4.670	.6204	.385
x2.3	100	2.0	3.0	5.0	4.590	.6046	.366
x2	100	5.0	10.0	15.0	13.720	.9957	.992
x3.1	100	2.0	3.0	5.0	4.470	.6428	.413
x3.2	100	2.0	3.0	5.0	4.680	.5101	.260

x3.3	100	2.0	3.0	5.0	4.550	.5198	.270
x3	100	3.0	12.0	15.0	13.700	.8348	.697
x4.1	100	2.0	3.0	5.0	4.460	.6578	.433
x4.2	100	2.0	3.0	5.0	4.660	.5360	.287
x4.3	100	2.0	3.0	5.0	4.560	.6563	.431
x4	100	5.0	10.0	15.0	13.680	1.2134	1.472
x5.1	100	2.0	3.0	5.0	4.480	.6432	.414
x5.2	100	2.0	3.0	5.0	4.700	.5222	.273
x5.3	100	2.0	3.0	5.0	4.600	.6195	.384
x5	100	3.0	12.0	15.0	13.780	.9490	.901
Valid N (listwise)	100						

### Statistics

		x1.1	x1.2	x1.3	X1
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.430	4.690	4.530	13.650
Std. Error of Mean		.0700	.0506	.0611	.1058
Median		5.000	5.000	5.000	14.000
Mode		5.0	5.0	5.0	14.0
Std. Deviation		.7000	.5064	.6106	1.0577
Variance		.490	.256	.373	1.119
Range		2.0	2.0	2.0	5.0
Minimum		3.0	3.0	3.0	10.0
Maximum		5.0	5.0	5.0	15.0
Sum		443.0	469.0	453.0	1365.0

### x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	12	12.0	12.0	12.0
	4.0	33	33.0	33.0	45.0
	5.0	55	55.0	55.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**x1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	2	2.0	2.0	2.0
	4.0	27	27.0	27.0	29.0
	5.0	71	71.0	71.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**x1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	6	6.0	6.0	6.0
	4.0	35	35.0	35.0	41.0
	5.0	59	59.0	59.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Statistics**

		x2.1	x2.2	x2.3	x2
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.460	4.670	4.590	13.720
Std. Error of Mean		.0610	.0620	.0605	.0996
Median		5.000	5.000	5.000	14.000
Mode		5.0	5.0	5.0	14.0
Std. Deviation		.6100	.6204	.6046	.9957
Variance		.372	.385	.366	.992
Range		2.0	2.0	2.0	5.0
Minimum		3.0	3.0	3.0	10.0
Maximum		5.0	5.0	5.0	15.0
Sum		446.0	467.0	459.0	1372.0

**x2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	6	6.0	6.0	6.0
	4.0	42	42.0	42.0	48.0
	5.0	52	52.0	52.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**x2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	8	8.0	8.0	8.0
	4.0	17	17.0	17.0	25.0
	5.0	75	75.0	75.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**x2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	6	6.0	6.0	6.0
	4.0	29	29.0	29.0	35.0
	5.0	65	65.0	65.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**x2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10.0	1	1.0	1.0	1.0
	11.0	1	1.0	1.0	2.0
	12.0	9	9.0	9.0	11.0
	13.0	24	24.0	24.0	35.0
	14.0	44	44.0	44.0	79.0
	15.0	21	21.0	21.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Statistics**

		x3.1	x3.2	x3.3	x3
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.470	4.680	4.550	13.700
Std. Error of Mean		.0643	.0510	.0520	.0835
Median		5.000	5.000	5.000	14.000
Mode		5.0	5.0	5.0	14.0
Std. Deviation		.6428	.5101	.5198	.8348

Variance	.413	.260	.270	.697
Range	2.0	2.0	2.0	3.0
Minimum	3.0	3.0	3.0	12.0
Maximum	5.0	5.0	5.0	15.0
Sum	447.0	468.0	455.0	1370.0

**x3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	8	8.0	8.0	8.0
	4.0	37	37.0	37.0	45.0
	5.0	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**x3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	2	2.0	2.0	2.0
	4.0	28	28.0	28.0	30.0
	5.0	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**x3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	1	1.0	1.0	1.0
	4.0	43	43.0	43.0	44.0
	5.0	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**x3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12.0	7	7.0	7.0	7.0
	13.0	33	33.0	33.0	40.0
	14.0	43	43.0	43.0	83.0
	15.0	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Statistics

		x4.1	x4.2	x4.3	x4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.480	4.700	4.600	13.780
Std. Error of Mean		.0658	.0536	.0656	.1213
Median		5.000	5.000	5.000	14.000
Mode		5.0	5.0	5.0	14.0
Std. Deviation		.6578	.5360	.6563	1.2134
Variance		.433	.287	.431	1.472
Range		2.0	2.0	2.0	5.0
Minimum		3.0	3.0	3.0	10.0
Maximum		5.0	5.0	5.0	15.0
Sum		446.0	466.0	456.0	1368.0

#### x4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	9	9.0	9.0	9.0
	4.0	36	36.0	36.0	45.0
	5.0	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### x4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	3	3.0	3.0	3.0
	4.0	28	28.0	28.0	31.0
	5.0	69	69.0	69.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### x4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	9	9.0	9.0	9.0
	4.0	26	26.0	26.0	35.0
	5.0	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**x4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10.0	2	2.0	2.0	2.0
	11.0	4	4.0	4.0	6.0
	12.0	10	10.0	10.0	16.0
	13.0	20	20.0	20.0	36.0
	14.0	36	36.0	36.0	72.0
	15.0	28	28.0	28.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Statistics**

		x5.1	x5.2	x5.3	x5
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.460	4.660	4.560	13.680
Std. Error of Mean		.0643	.0522	.0620	.0949
Median		5.000	5.000	5.000	14.000
Mode		5.0	5.0	5.0	14.0
Std. Deviation		.6432	.5222	.6195	.9490
Variance		.414	.273	.384	.901
Range		2.0	2.0	2.0	3.0
Minimum		3.0	3.0	3.0	12.0
Maximum		5.0	5.0	5.0	15.0
Sum		448.0	470.0	460.0	1378.0

**x5.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	8	8.0	8.0	8.0
	4.0	36	36.0	36.0	44.0
	5.0	56	56.0	56.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**x5.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	3	3.0	3.0	3.0
	4.0	24	24.0	24.0	27.0
	5.0	73	73.0	73.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**x5.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.0	7	7.0	7.0	7.0
	4.0	26	26.0	26.0	33.0
	5.0	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**x5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12.0	13	13.0	13.0	13.0
	13.0	19	19.0	19.0	32.0
	14.0	45	45.0	45.0	77.0
	15.0	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## 5. Uji f

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.696	5	4.739	3.798	.004 <sup>b</sup>
	Residual	117.304	94	1.248		
	Total	141.000	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x5, X1, x2, x3, x4



## 6. Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.425	3.652		2.854	.005
	X1	.241	.107	.214	2.266	.026
	x2	.243	.115	.203	2.119	.037
	x3	.262	.099	.267	2.653	.009
	x4	.309	.097	.315	3.180	.002
	x5	.272	.099	.278	2.744	.007

a. Dependent Variable: y



**Lampiran 7:** Dokumentasi saat peneliti melakukan penelitian Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap keputusan Menggunakan Aplikasi Berbasis *Financial Technology* Pada Layanan GoPay dengan masyarakat Denpasar-Bali:



IAIN JEMBER

**Lampiran 8: Pernyataan Keaslian Penulisam****PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN**

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Lutfia Farhatul Mahmuda

NIM : E20172090

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam

Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

TTL : Jember, 16 April 1999

Alamat : Dusun Pondok Waluh, Desa Kencong, Kabupaten Jember

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Skripsi Dengan Judul **“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoJek Pada Layanan GoPay Di Masa Pandemi Covid-19”** Adalah Benar-Benar Hasil Penelitian/Karya Saya Sendiri, Kecuali Pada Bagian-Bagian Yang Dirujuk Sumbernya.

Demikian Surat ini Saya Buat Dengan Sebenarnya Untuk Digunakan Sebagaimana Mestinya

Jember, 28 Juni 2021



Lutfia Farhatul Mahmuda  
NIM.E20172090

### Lampiran 9: Biodata Penulis

Menjelaskan tentang riwayat hidup dari penulis skripsi dengan judul pengaruh kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, dan inovasi terhadap keputusan menggunakan aplikasi GoJek pada layanan GoPay.



#### A. Biodata Pribadi

Nama : Lutfia Fathatul Mahmuda  
 Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 16 April 1999  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Alamat : Dusun Pondok Waluh Rt.004 Rw.005 Desa  
 Kencong Kecamatan  
 Kencong Kabupaten Jember  
 Agama : Islam  
 Status : Belum Menikah  
 Pekerjaan : Mahasiswa  
 Kewarganegaraan : WNI  
 No.Hp : 085-234-455-352  
 Email : [lutfiafarhatu739@gmail.com](mailto:lutfiafarhatu739@gmail.com)

#### B. Riwayat Pendidikan

2004 – 2005 : Tk Dewi Masitoh 73  
 2005– 2011 : Sdn Kencong 5  
 2011 – 2014 : Smpn 1 Kencong  
 2014 – 2017 : Man 3 Jember

2017 – 2021 : Iain Jember

A. Pengalaman Organisasi

2011 – 2013 : Pengurus Sanggar Tari Devisi Tari Daerah Smpn 1 Kencong

2011 – 2013 : Anggota Pramuka Smpn 1 Kencong

2011 – 2013: Anggota Dan Pengurus Pmr Merpati Putih Smpn 1 Kencong

2014 – 2017: Anggota Dan Pengurus Pmr Wira Kusuma Man 3 Jember

2014 – 2016: Pengurus Osis Man 3 Jember

2015 – 2016: Ketua Uks Man 3 Jember

2014 – 2016: Pengurus Desain Grafis Prodistik Man 3 Jember

2016 – 2017: Bendahara Prodistik Man 3 Jember

2016 – 2017 : Sekretaris Pengrus Pondok Mabda'ul Ma'arif

2017 – 2018 : Anggota Paduan Suara Pmiikomisariat Iain Jember

2018 – 2019 : Pengurus Hmps Es Rm Febi Iain Jember

2018 – 2019 : Sekretaris Asrama Bitul Ilmi

2018 – 2019 : Sekretaris Kspm Febi Iain Jember

2019 – 2020 : Ketua Blok 4 Asrama Putri Baitul Ilmi

