

# **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEAMANAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI *E-WALLET GOPAY***

<sup>1</sup>Vira Lili Apriyanti ([viralili904@gmail.com](mailto:viralili904@gmail.com))

<sup>2</sup>Reni Anggraini ([rere\\_d00@yahoo.com](mailto:rere_d00@yahoo.com))

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

## **ABSTRAK**

Seiring dengan berkembangnya zaman, dimana sistem pembayaran di Indonesia sudah mulai beralih ke uang elektronik. Hal ini dapat dilihat dari data penggunaan uang elektronik yang terus meningkat. Penggunaan yang mudah, manfaat yang dirasakan, faktor keamanan, kepercayaan dan banyaknya fitur layanan merupakan beberapa faktor yang menjadi alasan masyarakat untuk menggunakan uang elektronik. Gopay dipilih karena salah satu uang elektronik yang banyak diminati oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, dan Fitur Layanan terhadap Penggunaan Aplikasi E-Wallet Gopay

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna GoPay dan sampel yang digunakan berjumlah 100 orang yang ditentukan dengan teknik probability sampling. Uji kuesioner terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Asumsi Klasik, yaitu: Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, dan Uji Heterokedastisitas, serta juga menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, Uji hipotesis dengan Uji t dan Uji f, serta Koefisien Determinasi.

Berdasarkan hasil uji t variabel variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Menggunakan. Berdasarkan uji variabel variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, dan Fitur Layanan berpengaruh secara simultan terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet* Gopay

**Kata Kunci:** Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Fitur Layanan

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sudah berkembang dengan sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari berbagai bidang, salah satunya adalah dalam bidang pembayaran. Sistem pembayaran di Indonesia yang awal mulanya menggunakan uang tunai baik berupa uang kertas ataupun uang logam terus berkembang hingga sekarang terdapat metode pembayaran baru, yaitu menggunakan uang elektronik. Kemajuan teknologi dalam bidang pembayaran menggunakan dinilai lebih mudah dan

praktis dalam penggunaannya

Alat pembayaran berupa uang elektronik terbagi menjadi dua yaitu yang berbasis *Chip* dan *Server*. Uang elektronik yang berbasis *chip* biasanya disebut sebagai *E-Money* atau *Card Based Product* dan uang elektronik yang berbasis *server* disebut sebagai *E-Wallet* atau *Software Based Product*.

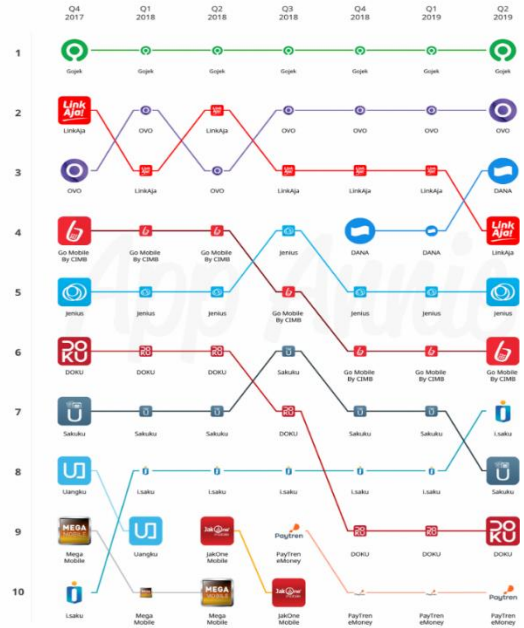
Tahun 2014 Bank Indonesia secara resmi mengumumkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Kegiatan ini dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat

terhadap penggunaan instrumen non tunai (*Less Cash Society / LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonomi (Bank Indonesia, 2014). Kegiatan ini menjadikan Bank Indonesia dapat mengurangi anggaran pembuatan uang kertas maupun uang logam. Penggunaan sistem pembayaran non tunai ini juga dapat mencegah terjadinya kerusakan pada uang.

Pada tahun 2015 menunjukkan *volume* transaksi pada uang elektronik sebesar 535,5 juta dengan transaksi sebesar 5,2 triliun rupiah. Volume transaksi terus bertambah setiap tahunnya hingga pada tahun 2019 menunjukkan peningkatan yang sangat besar dengan jumlah *volume* transaksi uang elektronik telah mencapai 5,2 miliar transaksi dan nilai transaksi sebesar 145,1 triliun rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik semakin diminati oleh masyarakat dan tentunya terdapat beberapa faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam minat menggunakan uang elektronik tersebut.

Seseorang akan berminat menggunakan uang elektronik dalam kegiatan ekonominya apabila mudah dalam menggunakan sistem teknologi tersebut dan juga mendapatkan manfaat dari uang elektronik seperti meningkatkan kinerja pada pekerjaannya. Keamanan dalam uang elektronik juga sangat penting demi kenyamanan penggunaannya. Apabila uang elektronik mempunyai keamanan yang baik maka menambah kepercayaan pengguna untuk menggunakan uang elektronik tersebut. Uang elektronik dapat berbagai macam fitur maka pengguna akan semakin tertarik untuk menggunakan uang elektronik karena dirasa lebih efisien.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, sudah ada 38 *E-Wallet* dengan lisensi resmi (iPrice, 2020). Berikut ini adalah hasil survei yang dilakukan pada *App Annie* mengenai *E-Wallet* yang populer di Indonesia:



Sumber: iPrice, 2020

**Gambar 1**

### Survey *E-Wallet* yang Populer di Indonesia

Berdasarkan Gambar 1, *GoPay* yang merupakan produk dari *Go-Jek* menempati posisi pertama sejak tahun 2017 hingga kuartal kedua 2019 dan disusul dengan *OVO* dan *Dana* yang menempati posisi tiga besar. Hal ini cukup membanggakan karena dari awal kemunculannya sudah diterima baik oleh masyarakat. *GoPay* atau yang sebelumnya disebut sebagai *Go-Wallet* adalah dompet *virtual* untuk menyimpan *GO-JEK Credit* pengguna yang bisa digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi *GO-JEK*, transaksi pada *minimarket* seperti *alfamart*, beberapa *Online Shop* seperti *Sociolla*, dan beberapa *merchant-merchant* yang terdapat di pusat perbelanjaan maupun *UKM* yang telah bekerja sama.

Saat ini *GoPay* sudah terintegrasi dengan bank-bank besar di Indonesia demi kemudahan pengguna untuk melakukan isi saldo ke dalam *GoPay*. Beberapa bank besar yang menjadi mitra *GO-JEK* dalam layanan *GoPay* adalah *BCA*, *Bank Mandiri*, *Bank BRI*, *BNI*, *Permata Bank*, *CIMB Niaga*

sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan pengisian saldo. Untuk menarik minat pengguna, *GO-JEK* sering mengadakan promosi berupa diskon pada hari-hari tertentu, seperti promo *PayDay* yang sering diadakan pada akhir bulan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini sebagai bahan penulisan ilmiah dengan judul **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEAMANAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI E-WALLET GOPAY.**

Hipotesis 1: Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet* Gopay

Hipotesis 2: Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet* Gopay

Hipotesis 3: Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet* Gopay

Hipotesis 4: Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet* Gopay

Hipotesis 5: Fitur Layanan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet* Gopay

Hipotesis 6: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Fitur Layanan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet* Gopay

## **METODE PENELITIAN**

Objek penelitian dalam penulisan ini adalah seluruh pengguna aplikasi *E-Wallet GoPay* sebagai alat pembayaran di Jabodetabek

Menurut Sugiyono (2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi *E-Wallet GoPay* sebagai alat pembayaran di Jabodetabek

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini untuk menentukan sampelnya dilakukan *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu salah satu teknik *sampling* dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat dari Rao Purba (2006) yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2} = 96,04$$

N = 96,04~ 97 sampel. Untuk mempermudah penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100. Dari perhitungan di atas di dapatkan hasil 100. Maka jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 100 pengguna aplikasi *E-Wallet GoPay*. Pengolahan data menggunakan alat bantu program komputer yaitu IMB SPSS 22 for Windows.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam penelitian ini data primer didapatkan dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada 100 responden pengguna *E-Wallet GoPay*. Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator variabel dependen dan variabel independen tersebut menggunakan Skala Likert.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Diketahui bahwa seluruh variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Keamanan (X3), Kepercayaan (X4), dan Fitur Layanan (X5) dan variabel dependen yaitu Penggunaan Aplikasi mempunyai nilai hitung yang lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam kuesioner dalam pernyataan ini adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil dari Uji Reliabilitas yang dilakukan dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Keamanan (X3), Persepsi Kepercayaan (X4), dan Fitur Layanan (X5) dan variabel dependen yaitu Penggunaan Aplikasi mempunyai nilai diatas 0,6 yang artinya bahwa setiap pernyataan yang digunakan dalam kuesioner bersifat reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

**Tabel 1**

**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1.74714696
Most Extreme	Absolute	.081
Differences	Positive	.050
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.103 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov yang terdapat didalam

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai Asymp Sig. sebesar 0,103 yang mana angka tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

**Tabel 2**

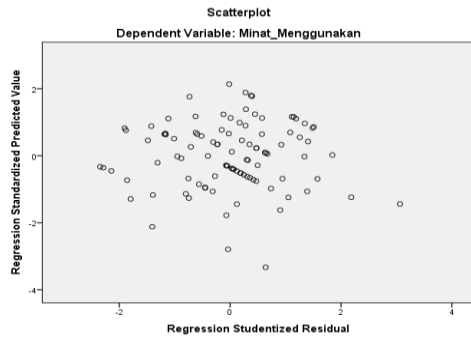
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Persepsi_Kemudahan	.943	1.060
Persepsi_Manfaat	.400	2.501
Persepsi_Keamanan	.779	1.283
Persepsi_Kepercayaan	.583	1.715
Fitur_Layanan	.382	2.616

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji multikolineritas yang terdapat pada tabel 2 dapat diketahui bahwa variabel Persepsi Kemudahan mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,943 dan juga nilai VIF sebesar 1,060, variabel Persepsi Manfaat mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,400 dan juga nilai VIF sebesar 2,501, variabel Persepsi Keamanan mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,779 dan juga nilai VIF sebesar 1,283, variabel Persepsi Kepercayaan mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,583 dan juga nilai VIF sebesar 1,715, dan variabel Fitur Layanan mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,382 dan juga nilai VIF sebesar 2,616. Hasil dari uji tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian tidak terdapat multikolinearitas atau tidak terdapat hubungan antara variabel independennya.

#### 3. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, 2020

**Gambar 2**

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang terdapat pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa titik-titik yang terdapat didalam scatter plot tidak mempunyai pola yang teratur dan titik-titik tersebut menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 3**

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardize d Coefficients		Standar dized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.020	1.907		.535	.594
Persepsi_Kemudahan	.117	.059	.139	1.994	.049
Persepsi_Manfaat	.227	.098	.246	2.308	.023
Persepsi_Keamanan	.152	.069	.168	2.202	.030
Persepsi_Kepercayaan	.197	.082	.213	2.408	.018
Fitur_Layanan	.273	.109	.274	2.508	.014

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang terdapat pada Tabel 4.11 di dapatkan persamaan regresi antara variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan,

dan Fitur Layanan terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet Gopay* sebagai berikut:

$$Y = 1,020 + 0,117X_1 + 0,227X_2 + 0,152X_3 + 0,197X_4 + 0,273 X_5$$

Dari persamaan regresi diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positif sebesar 1,020 yang berarti jika nilai variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan bernilai nol (0), maka variabel dependen yaitu Penggunaan Aplikasi *E-Wallet* senilai konstanta
2. Nilai koefisien regresi variabel Persepsi Kemudahan bernilai positif yaitu sebesar 0,117. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan memiliki hubungan yang searah dengan Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*. Jika variabel Persepsi Kemudahan mengalami kenaikan, maka Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay* akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel Persepsi Manfaat bernilai positif yaitu sebesar 0,227. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat memiliki hubungan yang searah dengan penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*. Jika variabel Persepsi Manfaat mengalami kenaikan maka Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay* akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel Persepsi Keamanan bernilai positif yaitu sebesar 0,152. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan memiliki hubungan yang searah dengan Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*. Jika variabel Persepsi Keamanan mengalami kenaikan maka Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay* akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap.

5. Nilai koefisien regresi variabel Persepsi Kepercayaan bernilai positif yaitu sebesar 0,197. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki hubungan yang searah dengan Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*. Jika variabel Kepercayaan mengalami kenaikan maka Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay* akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap.
6. Nilai koefisien regresi variabel Fitur Layanan bernilai positif yaitu sebesar 0,273. Hal ini menunjukkan bahwa Fitur Layanan memiliki hubungan yang searah dengan Penggunaan *E-Wallet GoPay*. Jika variabel Fitur Layanan mengalami kenaikan maka Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay* akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap.

### Uji Hipotesis

#### Uji Regresi secara Parsial (Uji T)

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.020	1.907		.535	.594
Persepsi_Kemudahan	.117	.059	.139	1.994	.049
Persepsi_Manfaat	.227	.098	.246	2.308	.023
Persepsi_Keamanan	.152	.069	.168	2.202	.030
Persepsi_Kepercayaan	.197	.082	.213	2.408	.018
Fitur_Layanan	.273	.109	.274	2.508	.014

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial yang terdapat pada Tabel 3 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial pada Tabel 3 dapat dilihat nilai

signifikan variabel Persepsi Kemudahan sebesar  $0,049 < 0,05$ . Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi. Hal ini dapat dilihat dari pengguna yang sangat setuju bahwa Penggunaan *E-Wallet GoPay* mudah dipahami, Penggunaan *E-Wallet GoPay* lebih fleksibel daripada uang tunai, *E-Wallet GoPay* mudah dalam pengisian saldo, *E-Wallet GoPay* mudah digunakan dalam bertransaksi, *E-Wallet GoPay* sebagai alternatif pengganti uang tunai mudah dibawa kemana-mana dapat mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi *E-Wallet GoPay*. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ida Mentayani, Rusmanto, dan Rahmiati (2016) dengan judul “Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking*”. Berdasarkan penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan.

2. Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial pada Tabel 3 dapat dilihat nilai signifikan variabel Persepsi Manfaat sebesar  $0,023 < 0,05$ . Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi. Hal ini dilihat dari pengguna akan merasa senang dengan manfaat yang akan mereka rasakan jika *GoPay* dapat meningkatkan produktivitas mereka dalam kegiatan sehari-hari, pengguna dapat melakukan pembayaran apapun dengan *GoPay* pada menu yang ada di *Go-Jek* atau rekan usaha *Go-Jek* lainnya tanpa harus menunggu kembalian. Hal ini jelas sekali

mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran sehingga mereka dapat melakukan aktivitas lainnya. Selain itu, dengan menggunakan *GoPay* pengguna dapat menemukan berbagai macam promo yang telah disediakan seperti promo *PayDay* yang terdapat pada akhir bulan maupun promo yang terdapat pada rekan-rekan usaha *Go-Jek*. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Giga Bawa Lasana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara (2015) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)”. Berdasarkan penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan.

3. Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial pada Tabel 3 dapat dilihat nilai signifikan variabel Persepsi Keamanan sebesar  $0,030 < 0,05$ . Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya bahwa Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi. Hal ini dapat dilihat dari pengguna tidak merasa khawatir memberikan informasi pribadi, karena informasi pribadi dilindungi oleh *E-Wallet GoPay*, pengguna merasa rendahnya terjadi penyalahgunaan informasi pribadi, *E-Wallet GoPay* aman digunakan untuk bertransaksi, pengguna merasa sangat rendah terjadi saldo berkurang tanpa sebab. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mia Andika Sari, Rodiana Listiawati, Novitasari, Rahmanita Vidyasari (2019) dengan judul “Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi

Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk *Go-pay* dan Link Aja pada Masyarakat Pengguna di Wilayah Jabodetabek)”. Berdasarkan penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel Persepsi Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan

4. Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial pada Tabel 3 dapat dilihat nilai signifikan variabel Persepsi Kepercayaan sebesar  $0,018 < 0,05$ . Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi. Hal ini yang dapat dilihat dari pengguna yang percaya dalam bertransaksi menggunakan *E-Wallet GoPay*, pengguna percaya bahwa *E-Wallet GoPay* memberikan layanan yang baik dan sesuai dengan yang mereka janjikan dalam bertransaksi sehingga memberikan kepuasan dalam melakukan transaksi, Informasi yang disediakan oleh *E-Wallet GoPay* dapat dipercaya. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Sharma Suputra (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik”. Berdasarkan penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan.
5. Berdasarkan hasil uji regresi secara parsial pada Tabel 3 dapat dilihat nilai signifikan variabel Fitur Layanan sebesar  $0,014 < 0,05$ . Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya bahwa Fitur Layanan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi. Fitur layanan

memiliki nilai Beta yang paling besar yaitu sebesar 0,274 hal ini menunjukkan bahwa fitur layanan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat menggunakan diantara variabel independen lainnya. Fitur Layanan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*, hal ini dapat dilihat dari fitur yang di tawarkan *E-Wallet GoPay* sesuai dengan harapan pengguna karena banyaknya fitur yang bisa digunakan, dapat digunakan di banyak tempat dan sangat mudah, sehingga lebih unggul dibandingkan penggunaan uang cash. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (2015) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card* (Studi Pada Pengguna Jasa *Commuterline* Di Jakarta)”. Berdasarkan penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan.

**Uji Regresi secara Simultan (Uji F)**  
**Tabel 4**  
**Uji Regresi secara Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	404.390	5	80.878	25.157	.000 <sup>b</sup>
Residual	302.200	94	3.215		
Total	706.590	99			

a. Dependent Variable: Minat\_Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Fitur\_Layanan,

Persepsi\_Kemudahan, Persepsi\_Keamanan, Kepercayaan, Persepsi\_Manfaat

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji regresi secara simultan yang terdapat pada Tabel 4 dapat dilihat nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan hasil tersebut maka dapat diambil keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Fitur Layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi

**Uji Koefisien Determinasi**  
**Tabel 5**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.757 <sup>a</sup>	.572	.550	1.793	1.801

a. Predictors: (Constant), Fitur\_Layanan, Persepsi\_Kemudahan, Persepsi\_Keamanan, Kepercayaan, Persepsi\_Manfaat

b. Dependent Variable: Minat\_Menggunakan  
Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang terdapat pada Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0,550. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Fitur Layanan dapat mempengaruhi atau menjelaskan variabel dependen yaitu penggunaan Aplikasi sebesar 55% sedangkan sisanya yaitu 45% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi



Keamanan, Persepsi Kepercayaan, dan Fitur Layanan terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan mempunyai pengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*.
2. Secara parsial menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*.
3. Secara parsial menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan mempunyai pengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*.
4. Secara parsial menunjukkan bahwa Persepsi Kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*.
5. Secara parsial menunjukkan bahwa Fitur Layanan mempunyai pengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*.
6. Secara simultan Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan mempunyai pengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay*.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, penulis memberikan saran yang dapat dimanfaatkan oleh:

1. Bagi perusahaan  
Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, dan Fitur Layanan mempunyai pengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi *E-Wallet GoPay* dan variabel yang paling berpengaruh yaitu Fitur Layanan. Oleh karena itu, lakukan berbagai macam inovasi untuk menambah fitur layanan agar konsumen semakin berminat untuk menggunakan

*GoPay*, keamanan juga semakin ditingkatkan agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian ini yang digunakan 5 variabel yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan. Sedangkan masih banyak variabel yang belum diteliti, diharapkan penulis berikutnya menggunakan variabel yang berbeda.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adi Firman Ramadhan, Andrian Budi Prasetyo, dan Lala Irviana. "Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan E-Money". *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis Vol. 13 No.2 Oktober 2016*
- Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno. "Pengaruh Persepsi Kemudahan penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money pada Bank BRI Lamongan.". *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi Volume III No. 2, Juni 2018*
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)". *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponogoro Semarang*.
- Ananda. 2009. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Sharma Suputra. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang

- Elektronik.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27.2 Mei (2019): 927 - 953*
- Ardy, Dian Ayu Puspita. 2013. Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300. *Fakultas Ekonomi, Universitas Surabaya*.
- Bank Indonesia. 2014. “Bank Indonesia Mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai”. <http://bi.go.id>. Diakses tanggal 27 Maret 2020 pada jam 09.47 WIB
- Bank Indonesia. 2020. “Statistik Sistem Pembayaran: Transaksi Uang Elektronik”. <http://bi.go.id>. Diakses tanggal 25 Maret 2020 pada jam 18.34 WIB
- Chauhan, Shumedha (2015) “Acceptance of mobile by poor citizens of india: integrating trust into the technology acceptance model.” *Emerald insight vol. 17 Iss 3 pp. 58-68: Institute Gugaon India*
- Cho, J., Lee, J. 2006. “An Integrated Model of Risk and Risk-reducing Strategies”. *Journal of Business Research, Vol.59 No. 1*
- Davis, F.D. 1989. “Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology.” *MIS Quarterly 13(3):319-340*.
- Ferdinand, Augusty. 2011. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Resis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 3. Semarang: AGF Books, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponogoro
- Giga Bawa Lasana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara. “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 26 No. 2 September 2015*
- Haditomo, Siti Rahayu. 1998. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hartono, Jogyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi
- Hartono, Jogyanto. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Ida Mentayani, Rusmanto, dan Rahmiati. “Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Meenggunakan Internet Banking”. *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.9 No.2 September 2016*
- Imam Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Inisiatif, Tim. 2006. *Working paper: Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non-tunai*. Jakarta: BI
- IPrice. 2019. *Survey E-Wallet yang Populer di Indonesia*. iPrice: <http://iprice.co.id>. Diakses tanggal 27 Maret 2020 pada jam 16.27 WIB
- Kevin Anarjia dan Jones Z. Rante. “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap

- Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik Sakuku PT. Bank Central Asia, Tbk KCU Cikarang” *Jurnal SISTEM INFORMASI Vol. 1 No. 2, September 2019. 1 – 8*
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. 1995. “An Integratif Model Of Organization Trust”. *Academy of Management Review* 30(3):709-734
- Mia Andika Sari, Rodiana Listiawati, Novitasari, Rahmanita Vidyasari. “Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Go-pay dan Link Aja pada Masyarakat Pengguna di Wilayah Jabodetabek)”. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Vol. 18 No.2 Hal: 126-134*
- Muhibbin, Syah. 2010. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nina Monica dan Annafi Indra Tama. “Pengaruh Persepsi Manfaat, persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce” *JRAK Vol.8 No.1 Februari 2017 Hal. 27 – 41*
- Park, E.J., Kim, E.Y., and Forney, J. C. 2006. “A Structural model of fashion-oriented impulse buying behavior”. *Journal of Fashion Marketing and Management. 10 (4)*
- Pavlou, Fred. 2001. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology”. *MIS Quarterly, September*.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014. 2014. *Tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*. Jakarta
- Poon, W. C. 2008. “User Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective”. *Journal of Business and Industrial Marketing Vol.23 No.1*
- Purnama, Cahya Agung dan Widiyanto, Ibnu. “Studi Tentang Minat Beli E-toll Cars di Kota Semarang”. *Diponogoro Journal of Management. Vol 1 (2)*
- Raharjo, Budi. 2005. *Kemampuan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Infonesia.
- Rahmatsyah, Deni. 2011. “Analisa Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan produk baru (Studi kasus: Uang Elektronik Flazz BCA)”. *Universitas Indonesia*.
- Rao, Purba. 2006. Measuring Consumer Perception Through Factor analysis. *The Asian Manager (February-March)*.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition. Pearson Education*
- Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 6, No. 1, 2015*
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi Ke 23. Bandung: Alfabeta

Sulistyo Seti Utami dan Berlianingsih Kusumawati. “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)”. *Balance Vol. XIV No. 2 / Juli 2017*

Thompson, Ronald, Christopher.A.H. dan Jane .M.H. 1991. “Personal Computing: Toward a conceptual model of utilization”. *Management Information System Quarterly*.

Venkatesh, v., Morris, M.G., Davis, G. B., dan Davis, F.D. 2003 “User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View”. *MIS Quarterly* 27(3): 425-478. *Management Information System research Center, University of Minnesota*.

Waspada, Ika Putera. 2012. “Persepsi Adopsi system Transaksi teknologi Informasi Untuk meningkatkan aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan”. *Jurnal keuangan dan Perbankan, Vol. 16, No. 1*.

Zahid, et al. 2010. “Consumer acceptance of Online Banking”. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Science*. 27(1).