

**ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA PRODUK *E-MONEY*
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY
DI BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

**Taufik Ismail
NPM 1516051044**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRAK
ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA PRODUK *E-MONEY*
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY
DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Taufik Ismail

Sebagai suatu upaya perwujudan tujuan dari gerakan nasional non-tunai Indonesia adalah dengan mendukung dan mengembangkan uang elektronik sebagai instrumen pembayaran non-tunai. Salah satu instrumen pembayaran non-tunai yaitu *e-Money* Go-Pay. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan pengguna produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung. Variabel yang dianalisis berdasarkan teori TAM (*Technology Acceptance Model*), meliputi persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan, serta variabel pendukung lainnya yaitu persepsi keamanan yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *e-Money* Go-Pay. Jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan insidental *sampling* dengan sampel 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menjelaskan bahwa, secara parsial persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

Kata kunci : *E-Money* Go-Pay, TAM (*Technology Acceptance Model*), Persepsi kemanfaatan, Persepsi kemudahan, Persepsi keamanan, Minat menggunakan

ABSTRACT
ANALYSIS OF USER ACCEPTANCE OF E-MONEY PRODUCTS ON
INTENTION TO USE GO-PAY IN BANDAR LAMPUNG

By

Taufik Ismail

As an effort to realize the goal of Indonesia's cashless national movement, it is to support and develop electronic money as a non-cash payment instrument. One of the non-cash payment instruments is e-Money Go-Pay. This study aims to analyze the user acceptance of e-Money products on the intention to use Go-Pay in Bandar Lampung. The variables analyzed are based on the TAM (Technology Acceptance Model) theory, including perceptions of usefulness and perceived ease of use, as well as other supporting variables, namely security perceptions that affect intention to use Go-Pay e-Money services. This type of research is explanatory with a quantitative approach. The sampling technique used incidental sampling with a sample of 100 respondents. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis. The results of the study explain that, partially, the perception of usefulness, the perception ease of use, and the perception of security have a significant effect on the intention to use Go-Pay in Bandar Lampung. Simultaneous test results show that perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived security have an effect on intention to use Go-Pay in Bandar Lampung.

Keywords : E-Money Go-Pay, TAM (Technology Acceptance Model), Perception of usefulness, Perception ease of use, Perception of security, Intention to use

**ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA PRODUK *E-MONEY*
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY
DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Taufik Ismail

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS

Pada

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA
PRODUK E-MONEY TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN GO-PAY DI BANDAR
LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Taufik Ismail**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1516051044**

Jurusan : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. **Komisi Pembimbing**

Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si
NIP 19800518 200112 1 001

Ghia Subagja, S.E., M.M
NIP 231808 921127 101

2. **Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis**

Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc.
NIP 19740918 200112 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si.**

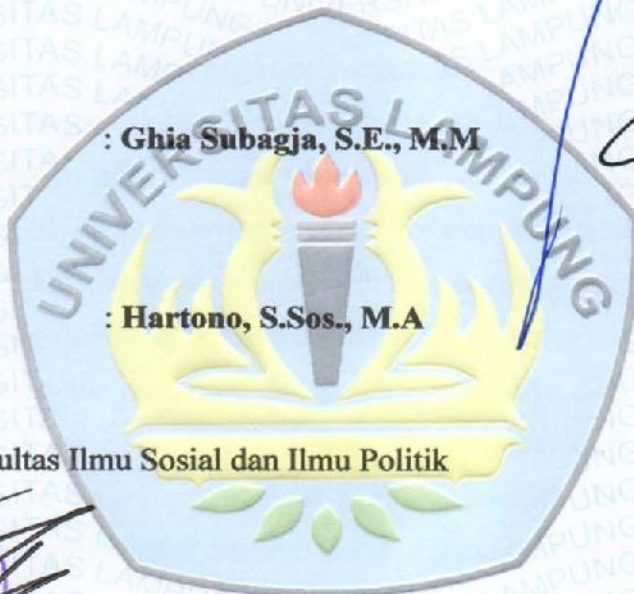
Sekretaris : **Ghia Subagja, S.E., M.M**

Penguji : **Hartono, S.Sos., M.A**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2 001



(Handwritten signatures in blue ink)

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 13 Juni 2022

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dari komisi pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, Juni 2022
Yang membuat pernyataan,



Taufik ismail
NPM. 1516051044

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Taufik Ismail, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 15 Januari 1997. Penulis merupakan anak kelima dari pasangan Alm. Bapak Juharto dan Alm. Ibu Halimah Tusakdiah. Penulis memiliki satu kakak laki-laki bernama Taufik Kamil serta tiga kakak perempuan bernama Yuhan Dia Sari, Yunita Suji Hapsari, dan Ayu Rahmita Sari. Latar belakang pendidikan yang ditempuh penulis adalah SDN 4 Sukajawa Bandar Lampung yang lulus pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 17 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2011, serta SMAN 7 Bandar Lampung yang lulus pada tahun 2014. Pada tahun 2015, penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN. Penulis menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis 2015/2016, menjadi anggota bidang KRETEK Himpunan Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis 2017/2018. Pada tahun 2018, penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Setia Bumi, kabupaten Tulang Bawang Barat selama 40 hari sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

MOTTO

Mengetahui saja tidak cukup, kita harus mengaplikasikannya. Kehendak saja tidak cukup, kita harus mewujudkannya dalam aksi

- Leonardo da vinci-

Jika kamu ingin bahagia, jangan tinggal di masa lalu, jangan khawatir tentang masa depan, fokuslah untuk hidup sepenuhnya di masa kini

-Roy T. Bennet-

Tidak ada yang bisa dicintai atau dibenci kecuali jika dipahami sejak pertama kali

- Leonardo da vinci-

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirahim

Alhamdulillahirabbilalamin segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan

Dengan penuh ketulusan dan rasa bahagia, penulis mempersembahkan karya tulis ini untuk orang yang selalu ada dalam lubuk hati, yang senantiasa medidik, membimbing, dan memberikan kasih sayang di kehidupan ku.

Ibuku Alm Halimah tusakdiah

dan

Ayahku Alm Juharto

Serta Almamater Tercinta

UNIVERSITAS LAMPUNG

SANWACANA

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala kenikmatan dan anugerah-Nya yang tidak terduga, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi dengan judul “**ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA PRODUK E-MONEY TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY DI BANDAR LAMPUNG**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini telah mendapatkan bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Dr, Arif Sugiono, S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

5. Bapak Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. K. Bagus wadianto, S.Sos., M.AB selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Bapak Hartono S.Sos., M.A, selaku Dosen Penguji Utama yang telah meluangkan waktu dan membimbing dengan penuh kesabaran, telah memberikan banyak masukan, arahan, dan pengetahuan yang berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Dr, Arif Sugiono, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu, membimbing penulis, memotivasi, memberi saran serta pengetahuan yang sangat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Bapak Ghia Subagja, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang telah meluangkan waktu membimbing dan selalu meotivasi serta memberikan arahan yang sangat berguna bagi kelangsungan penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Bapak Deddy Aprilani, S.A.N., M.A, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan pelajaran dan pengalaman yang berharga sewaktu mengajar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
11. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Ilmu Administrasi bisnis yang selama ini telah mengajar dan membantu peneliti dalam dunia perkuliahan.
12. Untuk yang paling tersayang dan berharga di hidupku yaitu kedua orang tua ku Alm Halimah tusakdiah dan Alm Juharto. Terima kasih atas segala jerih payah mendidik, membimbing, dan membesarkan ku. Kasih sayang orang tua

sepanjang masa kebbaikannya tidak akan pernah terbalas, Doa ku untuk ibu dan ayah akan selalu tersebut dalam tiap ibadah ku.

13. Untuk saudara-saudara ku AA, Ce Ai, Ce Ita, Ce Emi, terima kasih tetap ada di sisiku sampai saat ini, terima kasih sudah membantu dan memberi pemahaman tentang kehidupan. Semoga persaudaraan kita akan terus terjaga selamanya.
14. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan Jurusan Administrasi Bisnis 2015 yang memberikan banyak warna dalam kehidupan kampus ku, saling berbagi dan membantu, memberikan pelajaran dan pengalaman yang sungguh berharga selama ini.
15. Terima kasih untuk genk B13 : Egga, Genta, Zaki, Yogi, Bintang, Indra, Dilan, Ido, Aldo, Iyan, Tabroni, Hasan, Opin. Kalian tempat yang tepat untuk bergaul dan bercanda dengan penuh kelucuan selama ini. Semoga kalian menjadi apa yang dicita-citakan.
16. Terima kasih untuk genk Enzel, Eliatun, Della, Taliya, Hilyana yang menjadi tempat sharing sewaktu kuliah dan selalu menerima kepribadian ku dengan baik. Salam kangen untuk kalian.
17. Teman-teman KKN desa setia bumi : Mbar Rima, Ami, Sundari, Mba Brygi, Parid, Sama Kak Manez terima kasih atas kenangan dan pengalaman yang luar biasa selama 40 hari. Terima kasih juga kepada keluarga Bapak Carik Desa Setia Bumi yang telah menjadikan kami sebagai anak sendiri selama KKN 40 hari.
18. Terima kasih kepada Mba Popi dan Mba Elsa yang selalu baik dan usil selama di kampus. Semoga bisa *meet up* lagi ya.

19. Untuk Sidrotul Ulya yang selalu direpotkan dalam urusan kampus, satu-satunya teman kampus yang paling mengerti, paling *support*, paling menerima segala kekurangan. Terima kasih untuk segala saran dan motivasinya. Semoga dirimu selalu diberi keberkahan dan kesenangan.
20. Terima kasih kepada teman dekat ku yang selalu ada kapan pun, Biliand Iqbal Gustiano. Terima kasih atas bantuan yang selalu diberikan. Semoga selalu sukses dan bahagia.
21. Terima kasih kepada kawan se-perhobian, Ayu, Ajeng, Hadi, Depik, Putri, Mita, Rini yang selalu mengisi hari-hari ku dengan kegiatan yang menyenangkan..
22. Semangat buat teman-teman kloter akhir Navi, Bimo, Ibnu, Bintang, Salsa, Dika, Ami, dan Helen. Skripsi bukan akhir dari segalanya kawan.
23. Almamater tercinta Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi besar harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat untuk semuanya.

Bandar Lampung, 22 Mei 2022

Penulis



Taufik ismail

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN JUDUL	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR RUMUS	xx
1. PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	9
1.3.Tujuan Penelitian.....	9
1.4.Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2.1.1. Perceived Usefulness (Persepsi Kemanfaatan	14
2.1.1.1.Indikator Persepsi Kemanfaatan	15
2.1.2. <i>Perceived Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan).....	15
2.1.2.1.Indikator Persepsi Kemudahan	16
2.2. Persepsi Keamanan	16
2.2.1. Indikator Persepsi Keamanan	18
2.3. Persepsi Minat (<i>Intention of Use</i>).....	18
2.3.1. Indikator Persepsi Minat.....	19
2.4. <i>Electronic Money(E-Money)</i>	19
2.4.1. Jenis-Jenis <i>E-Money</i>	22

2.5. Penelitian Terdahulu	22
2.6. Kerangka Pemikiran	24
2.7. Hipotesis	27
3. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Variabel Penelitian	29
3.2.1. Variabel Dependen	30
3.2.2. Variabel Independen	30
3.3. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	30
3.3.1. Definisi Konseptual Variabel	30
3.3.2. Definisi Operasional Variabel	31
3.4. Populasi dan Sampel	33
3.4.1. Populasi	33
3.4.2. Sampel	33
3.5. Jenis dan Sumber Data	35
3.5.1. Data Primer	35
3.5.2. Data Sekunder	35
3.6. Lokus dan Fokus Penelitian	35
3.7. Teknik Pengumpulan Data	36
3.8. Instrumen Penelitian	36
3.9. Pengujian Instrumen	37
3.9.1. Uji Validitas	37
3.9.2. Uji Reliabilitas	39
3.10. Uji Asumsi Klasik	40
3.10.1. Uji Normalitas	40
3.10.2. Uji Linieritas	41
3.10.3. Uji Multikolinieritas	42
3.10.4. Uji Heterokedastisitas	42
3.11. Teknik Analisis Data	43
3.11.1. Analisis Deskriptif	43
3.11.2. Analisis Linier Berganda	44
3.12. Uji Hipotesis	44
3.12.1. Uji t	45
3.12.2. Uji f	46
3.12.3. Uji Koefisien Determinan r^2	47
4. HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum <i>E-MoneyGo-Pay</i>	49
4.2. Karakteristik Responden	51
4.2.1. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin	51
4.2.2. Distribusi responden berdasarkan usia	52
4.2.3. Distribusi responden berdasarkan pekerjaan	52
4.2.4. Distribusi responden berdasarkan penggunaan e-Money	53
4.2.5. Distribusi responden berdasarkan pengeluaran sebulan	54
4.2.6. Distribusi responden berdasarkan penggunaan e-Money	55
4.3. Analisis Jawaban Responden	56
4.3.1. Analisis terhadap variabel minat	56

4.3.2. Analisis terhadap variabel kemanfaatan	58
4.3.3. Analisis terhadap variabel kemudahan	59
4.3.4. Analisis terhadap variabel keamanan	60
4.4. Uji Asumsi Klasik	61
4.4.1. Uji Normalitas	61
4.4.2. Uji Linieritas	62
4.4.3. Uji Multikolinieritas	62
4.4.4. Uji Heterokedastisitas	64
4.5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.6. Hasil Uji Hipotesis	67
4.6.1. Uji t	67
4.6.2. Uji f	68
4.6.3. Uji Koefisien Determinasi	69
4.7. Pembahasan	69
5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	76
5.2. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1	Uang Elektronik yang Beredar dalam 5 Tahun Terakhir 2
1.2	<i>E-Money/E-Wallet</i> Terbesar di Indonesia 4
2.1	TAM <i>Conceptual Framework</i> 13
2.2	Kerangka Pemikiran 27
4.1	Logo Go-Pay 49
4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 51
4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Usia 52
4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 53
4.5	Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan <i>e-Money</i> 54
4.6	Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran..... 55
4.7	Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan <i>e-Money</i> dalam Sebulan 56

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Tabel Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2020.....	3
2.1. Tabel <i>E-Money Server Based & Chip Based</i>	22
2.2. Penelitian Terdahulu	23
3.1. Definisi Variabel dan Indikator	31
3.2. Skala <i>Likert</i>	37
3.3. Hasil Uji Validitas	38
3.4. Hasil Uji Reliabilitas	40
4.1. Pernyataan Pada Variabel Minat	56
4.2. Pernyataan Pada Variabel Kemanfaatan	58
4.3. Pernyataan Pada Variabel Kemudahan	59
4.4. Pernyataan Pada Variabel Keamanan.....	60
4.5. Uji Normalitas	62
4.6. Uji Linieritas Pada Variabel Minat Terhadap Kemanfaatan	62
4.7. Uji Linieritas Pada Variabel Minat Terhadap Kemudahan	63
4.8. Uji Linieritas Pada Variabel Minat Terhadap Keamanan	63
4.9. Uji Multikolinieritas	64
4.10. Uji Heterokedastisitas	65
4.11. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.12. Hasil Uji <i>t</i>	67
4.13. Hasil Uji <i>f</i>	68
4.14. Tabel Koefisien Determinasi	69

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
3.1. Rumus Pengambilan Sampel.....	34
3.2. Uji Validitas	38
3.3. Uji Reliabilitas.....	39
3.4. Analisis Deskriptif.....	44
3.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.6. Uji t.....	46
3.7. Uji f	47

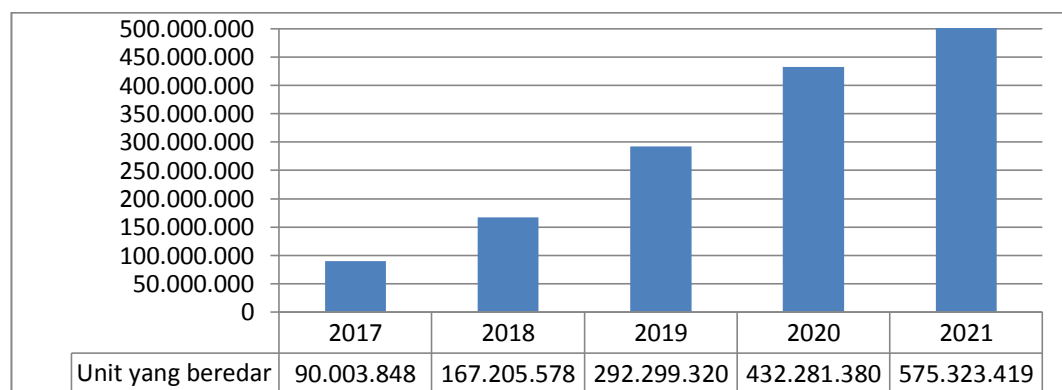
1.PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014 mencanangkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Salah satu upaya perwujudan tujuan dari gerakan nasional non-tunai adalah dengan mendukung dan mengembangkan uang elektronik sebagai instrumen pembayaran non-tunai (Widyastuti et al., 2017). Dalam perkembangannya, bergerak ke arah alat pembayaran dan kartu elektronik misalnya kartu kredit, ATM / debit, dan *e-Money*. *E-Money* diunggulkan menjadi alat pembayaran yang dimaksudkan untuk transaksi dengan nilai kecil. Sangat mudah untuk melakukannya membuat perhitungan di internet saat membeli produk tradisional, elektronik, dan lain-lain. (Miller et al., 2002).

E-Money atau *electronic money* sebagaimana disebut dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor: 18/17/PBI/2016, *e-Money* diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit dan nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*. *E-Money* bukan hanya sebagai pengganti uang tunai fisik dalam bentuk logam dan uang kertas dengan uang elektronik yang setara, namun juga sebagai sebuah sistem yang memungkinkan seseorang untuk membayar barang atau jasa dengan mengirimkan nomor dari satu komputer ke komputer lain.

Proses pembayaran *e-Money* dapat dilakukan dengan cepat dan tidak ada masalah umum seperti antrian. *E-Money* ditransfer dari pembayar ke penerima dalam hitungan detik. *E-Money* memiliki keuntungan yang signifikan dibandingkan dengan uang tunai (Hespeler, 2008). Woda (2006) menunjukkan bahwa *e-Money* berpotensi memberikan berbagai macam efek positif, seperti kenyamanan dan privasi, pengurangan biaya yang terkait, juga potensi bisnis baru sebagai transfer aktivitas keuangan antar komunitas di Internet. Melihat penggunaan uang elektronik yang mudah dan praktis juga perlahan mengalihkan perilaku masyarakat untuk ikut serta menggunakan uang elektronik yang sebelumnya menggunakan uang konvensional untuk bertransaksi.



Sumber : Bank Indonesia Data Diolah 2022

Gambar 1.1 Jumlah Uang Elektronik yang Beredar dalam 5 Tahun Terakhir

Pada gambar 1.1 menunjukkan pertumbuhan jumlah uang elektronik di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Pertumbuhan jumlah uang elektronik yang signifikan dari tahun ke tahun ini menjadi indikasi bahwa masyarakat Indonesia telah banyak mengadopsi uang elektronik atau *e-Money* sebagai salah satu sistem pembayaran yang digunakan untuk bertransaksi sehari-hari. Menurut data pada tahun 2021 jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia telah mencapai 575 juta unit.

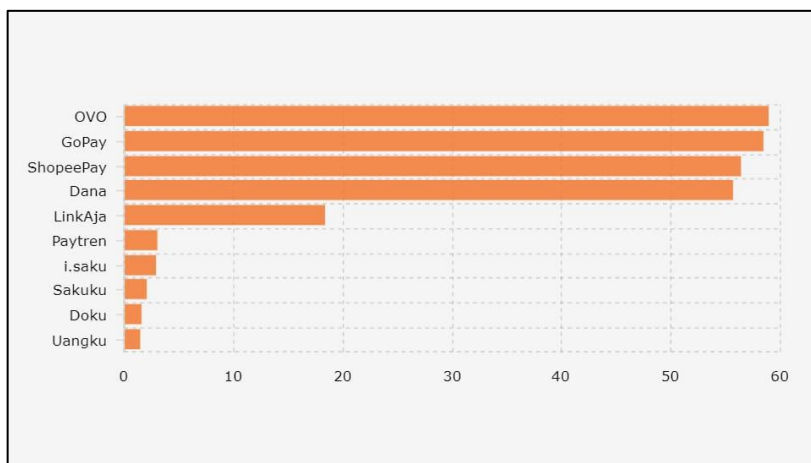
Tabel 1.1. Tabel Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2020

Tabel Transaksi Uang Elektronik			
Periode		Volume	Nominal
Tahun 2020	Januari	457.944.919	15.872.433,34
	Februari	431.467.690	15.178.625,21
	Maret	401.008.518	15.036.069,58
	April	324.878.568	17.552.119,31
	Mei	298.187.348	15.033.707,95
	Juni	339.894.945	14.955.261,01
	Juli	381.575.295	16.099.555,91
	Agustus	386.709.282	17.230.546,81
	September	366.785.803	17.681.855,76
	Oktober	392.881.322	18.793.006,08
	November	406.322.079	19.340.829,53
	Desember	438.047.792	22.135.159,53
Jumlah		4.625.703.561	204.909.170,02
Volume dalam satuan transaksi			
Nominal dalam juta rupiah			

Sumber : Bank Indonesia Data Diolah 2022

Berdasarkan survei Bank Indonesia tren penggunaan *e-Money* mengalami lonjakan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 nilai transaksi uang elektronik atau *e-Money* menyentuh nilai 204 triliun rupiah sedangkan pada tahun 2021 terjadi lonjakan nilai transaksi uang elektronik sebesar 305 triliun rupiah, (Bank Indonesia, 2021). Sistem pembayaran dan transaksi menggunakan *e-Money* memiliki prospek jangka panjang yang diinginkan agar terwujudnya masyarakat *less cash society* guna menekan penggunaan uang tunai dan beralih ke *e-Money* yang lebih menguntungkan.

Uang elektronik atau *e-Money* dalam operasinya dibagi menjadi dua macam yaitu *chip* dan serverbasis aplikasi. Pada penelitian ini, peneliti hanya meneliti *e-Money* berbasis server sebagai bagian dari *e-Money* yang bisa digunakan sebagai alat pembayaran dengan aplikasi ponsel. Di Indonesia produk *e-Money* basis server yang paling populer salah satunya adalah Go-Pay. Produk Go-Pay ini dikeluarkan oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau lebih populer dikenal dengan perusahaan Go-Jek.



Sumber :<https://Dailysocial.id/>, 2021

Gambar 1.2 E-Wallet Terbesar di Indonesia

Saat ini tercatat sebanyak 58,9% responden pengguna dompet digital mengaku menggunakan OVO. Di urutan kedua disusul oleh Go-Pay yang dipakai oleh 58,4% responden. Selanjutnya, ShopeePay berada di peringkat ketiga dengan persentase pemakaian oleh 56,4% responden. Selanjutnya uang elektronik yang tetap eksis bersaing disusul oleh DANA, Linkaja, Paytren, Isaku, Sakuku, DOKU, dan Uangku.

Go-Pay adalah uang elektronik yang unik karena Go-Pay menempel pada sebuah aplikasi induk yaitu aplikasi Gojek dan terintegrasi dengan berbagai fitur yang tersedia. Go-Pay adalah dompet digital serba bisa. Mulai dari transaksi cepat untuk semua layanan Gojek seperti Go-Ride, Go-Food, Go-Tix, Go-Shop, Go-Send, dengan ratusan Rekan Usaha, hingga mengirim atau menerima uang dengan mudah, semua bebas dilakukan bersama Go-Pay. Go-Pay masih menjadi uang elektronik yang mampu bersaing cukup ketat di era digital saat ini dengan beragam fitur dan layanan yang sangat bermanfaat dan memudahkan dalam bertransaksi, (Gojek.com).

Go-Pay saat ini telah terintegrasi dengan beberapa bank digital, seperti PT Bank Jago Tbk. (ARTO) memberikan kemudahan dalam pengaturan keuangan dan akses perbankan digital. Selain itu, Kerjasama antara Go-Pay dengan berbagai *mall* untuk fasilitas pembayaran *e-parking* memudahkan dalam melakukan pembayaran.

Metode pembayaran pada aplikasi Go-Pay dapat dipilih menggunakan *scan QR Code* atau pada mesin EDC di *outlet* yang kita kunjungi dapat mempercepat transaksi tanpa perlu mengeluarkan uang tunai. Dalam pembayaran tagihan, Go-Pay dapat digunakan di lebih dari 680 layanan tagihan di seluruh Indonesia. Dalam fitur *autopay* kita dapat membayar tagihan secara otomatis. *Top-up* saldo Go-Pay mudah melalui berbagai *channel* bank, mitra *driver* Go-Jek, minimarket, dan lainnya. Fitur bebas transfer dan tarik tunai memungkinkan transfer saldo antar teman menggunakan nomor *handphone*, transfer antar bank, dan tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM. Fitur-fitur Go-Pay yang dapat diakses dengan mudah dan panduan yang jelas tertera pada laman *website* Go-Jek membantu pengguna untuk lebih mudah memahami bagaimana bertransaksi menggunakan Go-Pay. Semua fitur yang tersedia memiliki manfaat tersendiri bagi pengguna serta keuntungan lainnya seperti potongan harga dan *cashback*, (Gojek.com).

Dalam hal keamanan bertransaksi, Go-Pay selalu berkomitmen untuk meningkatkan fitur keamanan layanannya agar pengguna semakin nyaman saat bertransaksi dengan Go-Pay. Salah satunya adalah dengan meluncurkan fitur sidik jari dan verifikasi wajah untuk memvalidasi setiap transaksi Go-Pay selain PIN. Selain aman, fitur yang memanfaatkan identitas biometrik atau karakteristik

fisiologis ini juga bikin proses pembayaran menjadi lebih praktis. Kini Go-Jek membatasi limitasi satu akun satu perangkat untuk melindungi keamanan pengguna. Layanan jaminan saldo kembali karena penyalahgunaan akun di luar kendali juga tersedia. Serta sertifikasi keamanan tingkat internasional yang sudah dimiliki oleh Go-Pay sebagai komitmen untuk terus menjaga keamanan dan kenyamanan para pengguna Go-Pay, (Gojek.com).

Dalam kaitannya dengan penerimaan teknologi produk yang inovatif seperti *e-Money* Go-Pay, persepsi dalam menggunakan dan manfaatnya bagi pengguna, sudah dilakukan oleh Davis sejak tahun 1989 dengan mempopulerkan temuannya yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. TAM (*Technology Acceptance Model*) mengembangkan kerangka pemikiran mengenai penerimaan pengguna untuk menggunakan teknologi informasi berdasarkan persepsi manfaat (*Perceived of usefulness*), dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*). Selain menggunakan faktor persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan teknologi, penelitian ini menambahkan faktor persepsi keamanan dalam kerangka model TAM guna mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap minat untuk menggunakan suatu teknologi.

Dalam konsep TAM, Davis et, al.(1989) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Hubungan variabel persepsi kemanfaatan terhadap objek penelitian

adalah sejauh mana *user* percaya bahwa menggunakan Go-Pay akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

Mengambil istilah Davis et., al. (1989) tentang persepsi kemudahan, Davis menggunakan istilah *percieved ease of use*. Istilah ini digunakan untuk menilai kemudahan seseorang tentang kemudahan penggunaan teknologi dan konsep atau pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Kemudahan dijadikan salah satu variabel yang diujikan dalam model TAM. Menurut Davis, *percieved ease of use* diartikan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Hubungan variabel persepsi kemudahan dengan objek penelitian yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa *e-Money* Go-Pay dapat digunakan dengan mudah dan terbebas dari masalah transaksi.

Selain faktor persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, faktor lainnya ialah persepsi keamanan. Definisi keamanan mengadopsi Raharjo (dalam Utami, 2017), keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan pada sistem yang berbasis informasi dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Menurut Casalo *et al.*, dalam Zahid *et al.*,(2010) dari sudut konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*. Dalam hal ini variabel persepsi keamanan berkaitan dengan *e-Money* Go-Pay adalah pengguna merasa dilindungi baik dari kesalahan penerbit yang mengakibatkan produk *e-Money*

tidak bisa digunakan, atau merasa dilindungi dari kerusakan dan peretasan akun *e-Money*.

Menurut Davis et al, (1989) minat perilaku atau menggunakan didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007). Menurut Taurusia (dalam Priambodo dan Prabawani, 2016) Komponen minat berisikan niat untuk melakukan perilaku tertentu. Pengukur minat untuk menggunakan ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut di masa yang akan datang (Jogiyanto, 2007). Pada variabel minat menggunakan hubungannya dengan *e-Money* Go-Pay adalah tingkat seberapa besar pengguna memiliki minat terhadap *e-Money* Go-Pay.

Perkembangan *e-Money* Go-Pay sangat signifikan beberapa tahun belakangan ini menjadi fenomena terkini di bidang *financial technology*. Teknologi yang sebagian telah masuk ke dalam kehidupan masyarakat sehari-hari mau tidak mau ikut mengadopsi teknologi tersebut dan akan membentuk beragam persepsi setelah menggunakan. Dengan demikian, maka akan terbentuk suatu kecenderungan untuk tetap menggunakan suatu teknologi.

Tingkat penggunaan dapat diprediksi dari sikap perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya menambah peripheral yang mendukung, memotivasi untuk tetap menggunakan, keinginan untuk memotivasi pengguna lainnya yang akan menimbulkan minat perilaku menggunakan teknologi. Peneliti maka dari itu tertarik untuk meneliti serta memahami fenomena keberadaan Go-Pay saat ini di masyarakat Bandar Lampung.

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka peneliti tertarik untuk membuat skripsi dengan judul “**Analisis Penerimaan Pengguna Produk *E-Money* Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh persepsi kemanfaatan menggunakan produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung?
2. Seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan menggunakan produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung?
3. Seberapa besar pengaruh persepsi keamanan menggunakan produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung?
4. Seberapa besar pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan menggunakan produk *e-Money* secara simultan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

1.3. Tujuan Penelitian

Berikut beberapa tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemanfaatan menggunakan produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan menggunakan produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi keamanan menggunakan produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan menggunakan produk *e-Money* secara bersamaan terhadap minat Go-Pay di Bandar Lampung.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pembelajaran untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan menggunakan produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi mengenai seberapa besar pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan menggunakan produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi instansi terkait, penelitian ini dapat digunakan sebagai pembelajaran tentang seberapa besar pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan menggunakan produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung sehingga dapat meningkatkan kualitas dan minat pengguna dari layanan *Go-Pay* itu sendiri.

- b. Bagi peneliti lain, dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan analisis penerimaan pengguna produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

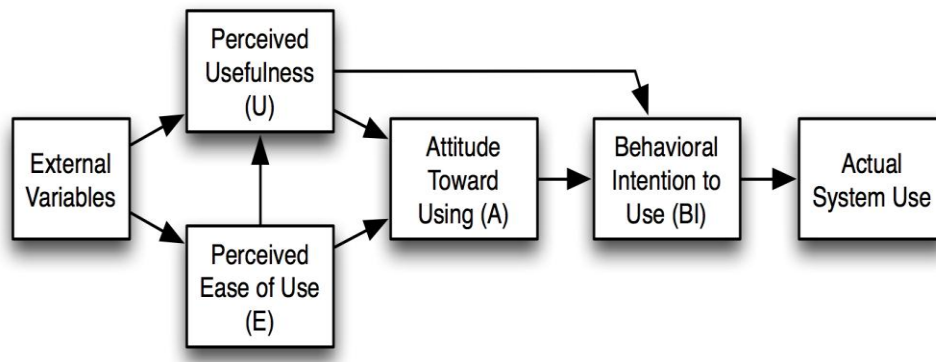
II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model penerimaan teknologi atau *technology acceptance model* (TAM) dikembangkan oleh Davis et al. (1989). Model penerimaan teknologi atau TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan adaptasi dari teori tindakan beralasan atau *theory reasoned action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM berkembang dari TRA (Fishbein & Ajzen, 1975) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat mereka (*Behavioral Intention*). Niat mereka pada gilirannya dibentuk oleh masing-masing sikap terhadap tingkah laku (*Attitude Toward Using*). Pada akhirnya sikap yang terbentuk tersebut bergantung pada kepercayaan individu. Dengan demikian, TRA menyarankan bahwa proses pengambilan keputusan bagi individu melibatkan kepercayaan, sikap, niat, dan perilaku.

TAM berasal dari *theory of reasoned action* (TRA) (Fishbein & Ajzen, 1975) dan mengasumsikan bahwa penerimaan teknologi oleh individu dipengaruhi oleh kepercayaan melalui dua variabel: *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Dengan mengacu pada TAM asli yang mengemukakan bahwa penerimaan seseorang atas suatu teknologi dipengaruhi oleh *behavioral intention* yang dipengaruhi oleh *attitude toward using*. Sementara *attitude toward using*

dipengaruhi oleh efek simultan oleh dua konstruk, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Konsep TAM dapat dilihat dalam gambar berikut:



Sumber : <https://www.researchgate.net/figure/TAM-Conceptual-Framework, 2019>

Gambar 2.1. TAM Conceptual Framework

Davis menyebutkan tingkat penerimaan pengguna teknologi informasi ditentukan oleh enam pembangun, yaitu: variabel dari luar (*external variable*), persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi pengguna terhadap manfaat (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), minat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), dan pemakaian nyata (*actual system usage*). TAM memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri (Davis et al., 1989).

Di antara banyak variabel yang dapat mempengaruhi penggunaan sistem, penelitian sebelumnya menunjukkan dua faktor penentu yang sangat penting. Pertama, orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi sejauh mereka percaya itu akan membantu mereka melakukan pekerjaan mereka dengan

lebih baik. (Davis, 1989) menyebut variabel pertama ini sebagai *Perceived Usefulness*.

Kedua, bahkan jika pengguna potensial percaya bahwa aplikasi yang diberikan berguna, mereka pada saat yang sama percaya bahwa sistem terlalu sulit untuk digunakan dan manfaat kinerja dari penggunaannya lebih besar daripada upaya menggunakan aplikasi tersebut. Artinya, di samping kemanfaatan, kemanfaatan berteori untuk dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Kegunaan atau kemanfaatan yang dirasakan didefinisikan disini sebagai "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya". Ini mengikuti dari definisi kata berguna: "mampu digunakan secara menguntungkan."

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), mengacu pada "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha." Ini mengikuti dari definisi kemudahan, "kebebasan dari kesulitan atau usaha besar." Usaha adalah sumber daya terbatas yang dapat dialokasikan seseorang untuk berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya (Radner & Rothschild, 1975). Menurut kami, aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan daripada yang lain lebih mungkin diterima oleh pengguna (Davis, 1989).

2.1.1. *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan)

Perceived Usefulness merupakan salah satu dari dua konstruk utama pada permodelan TAM, yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, 1989). Hal ini dapat dikatakan bahwa kecenderungan

seseorang menggunakan atau tidak menggunakan teknologi terkait dengan sejauh mereka yakin teknologi akan bermanfaat atau menguntungkan dalam hal membantu menjalankan pekerjaan mereka dengan lebih baik.

2.1.1.1. Indikator *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan)

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator. Indikator pada variabel ini menggunakan indikator oleh Davis (1989), Venkatesh & Davis (2000) yang selanjutnya dimodifikasi pada penggunaan *e-Money Go-Pay* yaitu:

1. Transaksi akan sulit dilakukan tanpa *e-Money Go-Pay*.
2. Layanan *e-Money Go-Pay* membantu kebutuhan terkait transaksi.
3. Layanan *e-Money Go-Pay* memungkinkan menyelesaikan transaksi lebih cepat dan lebih praktis.
4. Layanan *e-Money Go-Pay* meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi.
5. Layanan *e-Money Go-Pay* meningkatkan performa bertransaksi secara elektronik.
6. Layanan *e-Money Go-Pay* memberikan manfaat dalam bertransaksi.
7. Layanan *e-Money Go-Pay* mendukung aspek penting dalam pekerjaan.

2.1.2. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan)

Perceived ease of use merupakan prediktor lain pada pemodelan TAM, yang didefinisikan sebagai "tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha fisik dan mental" (Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, 1989). Karena seorang merasa sistem yang mudah digunakan akan cenderung mengembangkan kepercayaan yang baik terhadapnya.

Dengan demikian, *perceived ease of use* pada dasarnya adalah tentang *self-efficacy*, yang mengacu pada seberapa nyaman pengguna merasakan tentang penggunaan suatu teknologi. Karena sikap adalah evaluasi keseluruhan yang mencakup komponen utilitarian dan hedonik, diharapkan teknologi yang mudah digunakan akan mendorong adopsi dengan mengembangkan sikap yang baik terhadapnya.

2.1.2.1. Indikator *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan)

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator. Indikator pada variabel ini menggunakan indikator oleh Davis (1989), Venkatesh & Davis (2000) yang selanjutnya dimodifikasi pada penggunaan *e-Money* Go-Pay yaitu :

1. Berinteraksi dengan sistem *e-Money* Go-Pay jelas dan mudah dimengerti.
2. Berinteraksi dengan sistem *e-Money* Go-Pay tidak memerlukan banyak usaha fisik dan mental.
3. Sistem *e-Money* Go-Pay memberikan panduan dalam melakukan transaksi.
4. Sistem *e-Money* Go-Pay mudah digunakan.
5. Mudah membuat sistem *e-Money* Go-Pay melakukan apa yang diinginkan.
6. Berinteraksi dengan sistem *e-Money* Go-Pay tidak merepotkan.

2.2. Persepsi Keamanan

Flavia'n dan Guinali'u (2006) mengartikan persepsi keamanan sebagai kemungkinan kepercayaan subjektif yang dimiliki konsumen bahwa informasi pribadi mereka (dalam aspek perdata dan moneter) tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi oleh pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan, sehingga secara konsisten menimbulkan harapan kepercayaan diri mereka.

Persepsi keamanan juga didefinisikan sebagai ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber data atau jaringan yang mengalami kerusakan, pengumpulan dan modifikasi data, penolakan layanan, dan atau penipuan dan penyalahgunaan wewenang (Roca et al., 2009; Armesh et al., 2010).

Secara teknis persepsi keamanan akan menjamin integritas, kerahasiaan, otentifikasi dan tanpa pencatatan transaksi (Flavia'n dan Guinali'u, 2006). integritas suatu sistem informasi mengacu pada kemustahilan dari data yang ditransmisikan atau disimpan akan dapat dimodifikasi oleh pihak ketiga tanpa izin. Kerahasiaan melibatkan data yang hanya dapat dilihat oleh individu yang berwenang. Otentikasi memungkinkan suatu kegiatan tertentu hanya akan dilakukan setelah identifikasi, atau adanya jaminan bahwa identitas hanya digunakan untuk suatu urusan tertentu saja misalnya situs web atau penggunaan aplikasi.

Menurut Roca et al. (2009) keamanan juga melibatkan penggunaan kemajuan teknis yang dapat mempunyai pengaruh yang positif terhadap niat untuk membeli secara *online*, seperti kriptografi, tanda tangan dan sertifikat digital yang bertujuan untuk melindungi pengguna dari risiko penipuan, *hacking* atau "*phishing*". Persepsi keamanan diartikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri, karena informasi mereka sudah disimpan dan tidak dapat dimanipulasi oleh pihak lain. Sehingga mereka dapat memiliki kepercayaan untuk menggunakan teknologi yang sudah terjamin tingkat keamanannya.

2.2.1. Indikator Persepsi Keamanan (*Secure*)

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator. Indikator pada variabel ini menggunakan indikator oleh Bondan dan Albari (2012) yang selanjutnya dimodifikasi pada penggunaan *e-Money* Go-Pay yaitu :

1. Memiliki mekanisme pengiriman informasi

e-Money Go-Pay menyediakan mekanisme transmisi untuk memastikan informasi penggunanya aman.

2. Data tidak dapat dimodifikasi oleh *hacker*

e-Money Go-Pay menyediakan kapasitas teknik untuk menjamin bahwa data dari konsumen aman dari modifikasi oleh *hacker* atau diretas atau pencurian data pribadi.

3. Adanya jaminan keuangan akibat kesalahan teknis

Jaminan keuangan saat melakukan transaksi dalam *e-Money* Go-Pay akibat adanya kesalahan teknis yang menimbulkan masalah keuangan, misalnya kehilangan *limit cash* pada akun, dan kerugian lainnya.

4. Pembayaran elektronik aman

Keamanan dalam melakukan pembayaran secara elektronik/*e-payment* menggunakan *e-Money* Go-Pay.

2.3. Persepsi Minat (*Intention to Use*)

Jogiyanto (2008), menyebutkan bahwa minat perilaku (*behavioral intention*) merupakan suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Tingkat penggunaan teknologi seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap

teknologi tersebut, misal motivasinya untuk tetap menggunakan maupun memotivasi pengguna lain atau menambah peripheral pendukung lainnya (Davis, 1989). Pengukur minat untuk menggunakan ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut di masa yang akan datang (Jogiyanto, 2007).

2.3.1. Indikator Persepsi Minat (*Intention to Use*)

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator. Indikator pada variabel ini menggunakan indikator oleh Taylor dan Todd yang selanjutnya dimodifikasi pada penggunaan *e-Money* Go-Pay yaitu :

1. Selalu mencoba menggunakan layanan *e-Money* Go-Pay untuk membantu bertransaksi.
2. Menggunakan *e-Money* Go-Pay sesering mungkin.
3. Bermaksud menggunakan *e-Money* Go-Pay di kemudian hari.

2.4. *Electronic Money (E-Money)*

Uang sebagai alat pembayaran adalah evolusi dari tahap barter. Case and Fair (2007) mendefinisikan, "Uang adalah segala sesuatu yang secara umum diterima sebagai alat tukar". Mishkin (2004) mendefinisikan uang sebagai segala sesuatu yang diterima secara umum dalam pembayaran barang dan jasa atau dalam pembayaran utang. Pada awalnya, uang bisa dalam bentuk manik-manik, kerang, atau logam. Hingga saat ini, uang dapat mencakup uang kertas, koin, cek atau formulir transfer.

Mishkin (2004) menggambarkan beberapa fungsi uang, yaitu: Pertama, uang sebagai alat tukar. Uang sebagai alat tukar adalah spesialisasi dan distribusi mendasar dalam menghasilkan suatu produk, karena dengan uang itu orang tidak harus menukar barang yang diproduksi di pasar dan dengan uang yang diperolehnya dari penjualan dihabiskan atau dibeli barang inginkan. Kedua, uang sebagai satuan nilai. Dengan fungsi ini, nilai suatu barang dapat diukur dan dibandingkan. Ketiga, uang sebagai penyimpan nilai. Fungsi yang terkait dengan sifat manusia sebagai pengumpul kekayaan. Keempat, uang sebagai alat untuk pembayaran di masa depan.

Dalam perkembangannya, bergerak menuju instrumen pembayaran dan kartu elektronik, misalnya kartu kredit, ATM atau debit, dan *e-Money*. *E-Money* diunggulkan ke dalam alat pembayaran yang ditujukan untuk transaksi bernilai kecil. Berbagai penelitian telah menunjukkan manfaat menggunakan *e-Money* sebagai fleksibilitas maksimum dalam transaksi pembayaran dalam jumlah nominal kecil. Misalnya, dalam transportasi, di bioskop, klub, dan pembayaran denda, dan pajak.

E-Money atau *electronic money* sebagaimana disebut dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*electronic money*) yang kini sudah diperbarui menjadi PBI Nomor: 18/17/PBI/2016, *e-Money* diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit dan nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*. *E-Money* bukan hanya sebagai pengganti uang tunai fisik dalam bentuk logam dan uang kertas dengan uang elektronik yang

setara, namun juga sebagai sebuah sistem yang memungkinkan seseorang untuk membayar barang atau jasa dengan mengirimkan nomor dari satu komputer ke komputer lain.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/08/PBI/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 Angka 3, “Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur (a) diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit; (b) nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau *chip*; (c) digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; (d) nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan”.

Proses pembayaran *e-Money* dapat dilakukan dengan cepat dan tidak ada masalah umum seperti antrian. *E-Money* ditransfer dari pembayar ke penerima dalam hitungan detik. *E-Money* memiliki keunggulan signifikan dibandingkan dengan uang tunai, tetapi ia juga memiliki kelemahan. Bank-bank sentral di banyak negara khawatir tentang perkembangan *e-Money*, terutama pada penerbitan (emisi) *e-Money* yang tidak terkontrol dan risiko pelanggaran muncul (Hespeler, 2008). Woda (2006) menunjukkan bahwa *e-Money* memiliki potensi untuk memberikan berbagai efek positif, seperti kenyamanan dan privasi, pengurangan biaya yang terkait, potensi bisnis baru, serta transfer kegiatan keuangan antar komunitas di internet.

2.4.1 Jenis *Electronic Money (E-Money)*

Sekarang *e-Money* terbagi atas dua jenis yaitu *e-Money* berbasis server biasa disebut *e-Wallet* dan *e-Money* berbasis kartu atau *chip*. Berdasarkan *Paper Mobile Payments in Indonesia: Race to Big Data Domination* oleh Joshua Agusta yang merupakan kepala manajemen Portofolio untuk MDI Ventures dapat dilihat perbandingan *e-Money server based* dan *e-Money card based* sebagai berikut:

Tabel 2.1. Tabel E-Money Server Based & Chip Based

	<i>Server Based</i>	<i>Chip Based</i>
<i>Medium</i>	<i>Internet Connected Hardware (Smartphone, Desktop)</i>	<i>Chip-equipped Card</i>
<i>Top up Channels</i>	<i>EDC, ATM, BANK Transfers, Issuers Branch/Agents</i>	
<i>Top up Fees</i>	<i>Not Applicable</i>	<i>Rp. 200-.1500, per top-up depending on top-up channels</i>
<i>Payment Methods</i>	<i>Virtual</i>	<i>EDC Based</i>
<i>Balanced Storage</i>	<i>Banks electronic ,oney servers</i>	<i>Stored in chip-equipped cards</i>
<i>Balance Limit</i>	<i>Rp 1,000,000 for basic subscribers or Rp 10,000,000 for fully registered subscribers</i>	<i>Rp 1,000,000 for all subscribers</i>
<i>Service Limit</i>	<i>Remittance / Transfer</i>	
<i>Cash withdrawals</i>		

Sumber: Bank Indonesia, 2019

2.5. Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan dalam meneliti, peneliti telah menganalisis beberapa penelitian terdahulu yang dapat menjadi acuan dalam penelitian yang berjudul “Analisis Penerimaan Pengguna Produk *E-Money* Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung”. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi perkembangan edukasi dari penelitian-penelitian sebelumnya dan dapat menyajikan informasi aktual serta relevan pada masa sekarang mengenai apa yang diteliti. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini. antara lain :

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Singgih Priambodo & Bulan Prabawani (2016)	Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Studi kasus masyarakat kota Semarang)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi manfaat 2. Persepsi kemudahan penggunaan 3. Persepsi resiko 4. Minat menggunakan 	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat pengguna menggunakan layanan uang elektronik. Sedangkan persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna menggunakan layanan uang elektronik, dengan kata lain semakin rendah resiko maka makin tinggi minat pengguna menggunakan layanan <i>electronic money</i>.</p>
2	Sulistyo Seti Utami & Berlianingih Kusumawati (2017)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi manfaat 2. Persepsi kemudahan 3. Persepsi keamanan 4. Minat 	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap minat menggunakan <i>electronic money</i>.</p>
3	Ni made ari puspita dewi & I Gde kt. Warmika (2016)	Peran persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan <i>Mobile Commerce</i> di Kota Denpasar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi kemudahan penggunaan 2. Persepsi kemanfaatan 3. Persepsi resiko 4. Niat menggunakan 	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>Mobile commerce</i> di Kota</p>

				Denpasar
4	Bondan satrio kinasih & Albari (2012)	Pengaruh keamanan dan privasi terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan 2. Privasi 3. Kepuasan 4. Kepercayaan 	Hasil dari penelitian menunjukan bahwa persepsi keamanan dan privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen <i>online</i> .
5	Lei-da chen (2008)	<i>A model of consumer acceptance of mobile payment</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived transaction convience</i> 2. <i>Perceived transaction speed</i> 3. <i>Security concerns</i> 4. <i>Privacy concerns</i> 5. <i>Perceived usefulness</i> 6. <i>Perceived ease of use</i> 7. <i>Perceived risk</i> 8. <i>Compatibility</i> 9. <i>Intention to use</i> 	<i>TAM and IDT was proposed and empirically tested. The results from a survey of 299 potential m-payment users indicated that the model was able to explain the factors that determine consumers' acceptance of m-payment.</i>

Sumber: Data Diolah, 2021

Penelitian ini mengkaji tentang *e-Money Go-Pay* sebagai objek penelitian, dan berfokus pada responden yang berdomisili di kota Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian dengan data aktual sehingga relevan di masa sekarang. Penelitian terdahulu sebagai acuan peneliti dalam menyusun karya tulis sehingga dapat digarap dengan baik dan benar.

2.6. Kerangka Pemikiran

Dalam konsep penerimaan teknologi (TAM), para pengguna biasanya akan mengadopsi teknologi setelah mereka yakin bahwa teknologi itu bermanfaat, mudah digunakan, serta memiliki sistem keamanan yang menunjang sehingga para pengguna memiliki minat untuk menggunakan dan menggunakannya lagi di

masa depan (*Intention to Use*). *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* merupakan dua prediktor utama pada TAM, *perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, 1989). Hal ini dapat dikatakan bahwa kecenderungan seseorang menggunakan atau tidak menggunakan teknologi terkait sejauh mana mereka yakin bahwa teknologi akan bermanfaat atau menguntungkan dalam hal membantu menjalankan pekerjaan mereka dengan lebih baik dan efisien.

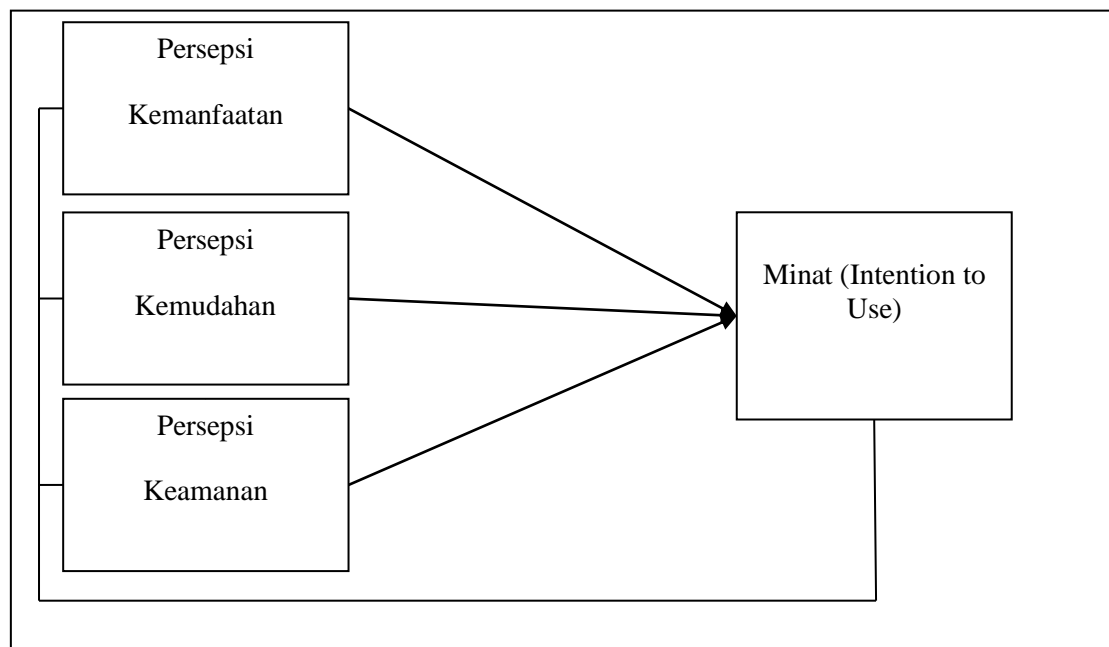
Davis (1989) menemukan efek *perceived usefulness* (kemanfaatan) pada niat adopsi teknologi. Hubungan ini telah banyak dikonfirmasi dalam literatur. Mengingat bahwa *perceived usefulness* dari produk inovasi berteknologi tinggi hampir selalu ditemukan sebagai salah satu prediktor yang paling penting dari niat mengadopsi teknologi. Hasil dari penelitian Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani (2016) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat pengguna menggunakan layanan uang elektronik.

Sedangkan *Perceived ease of use*, yang didefinisikan sebagai "tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha fisik dan mental" (Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, 1989). Karena seseorang yang merasa sistem tersebut mudah digunakan akan cenderung mengembangkan kepercayaan yang baik terhadap teknologi yang digunakan. Dari penelitian Puspita Dewi dan Warmika (2016), hasil pengujian hipotesis pada persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menggunakan, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap niat menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar. Hal ini mengandung arti bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki keterkaitan dengan niat seseorang dalam menggunakan *Mobile Commerce*. Seperti, tidak menyulitkan pengguna, tahap instalasi yang mudah, fleksibel, mudah dipelajari dan sebagainya

Selain itu konstruk keamanan menurut Flavia'n dan Guinali'u (2006), persepsi keamanan diartikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri, karena informasi mereka sudah disimpan dan tidak dapat dimanipulasi oleh pihak lain. Sehingga mereka dapat memiliki kepercayaan untuk menggunakan teknologi yang sudah terjamin tingkat keamanannya. Dari hasil penelitian Puspita dewi dan Warmika (2016) Pengujian hipotesis pada persepsi resiko keamanan terhadap niat menggunakan menunjukkan bahwa persepsi resiko keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *Mobile Commerce* di Kota Denpasar.

Berdasarkan teori maka dapat dilihat kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan dari variabel independen, persepsi kemanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi keamanan (X3), terhadap variabel dependen yaitu Minat menggunakan (*Intention to Use*) (Y). Variabel-variabel tersebut akan dianalisis dalam penelitian sehingga diketahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel dapat memengaruhi minat menggunakan bagi para pengguna layanan. Kerangka pemikiran dapat dilihat sebagai berikut :



Sumber : Data diolah, 2021

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.7. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_{a1} : Persepsi kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

H₀₁ : Persepsi kemanfaatan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

H_{a2} : Persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

H₀₂ : Persepsi kemanfaatan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

H_{a3} : Persepsi keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

H₀₃ : Persepsi keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

H_{a4} : Persepsi Kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat Go-Pay di Bandar Lampung.

H₀₄ : Persepsi Kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, dimana fokus dari penelitian ini adalah untuk mencari dan mengukur pola keterkaitan korelasi antar variabel. Jenis pendekatan yang digunakan adalah *explanatory research*. Penelitian *explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel X dan Y. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995) penelitian eksplanatori adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam hal ini penulis menggunakan beberapa variabel. Variabel yang menjadi objek dan digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan minat menggunakan (*intention to use*).

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Hatch dan Farhady, 1981). Variabel yang digunakan dalam

penelitian ini terdiri dari dua jenis variabel yaitu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen).

3.2.1. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah minat menggunakan produk.

Variabel dependen yaitu :

Y = Minat Menggunakan (*Intention to Use*)

3.2.2. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2018).

Variabel Independen yaitu :

X1 = Kemanfaatan (*Perceived usefulness*)

X2 = Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

X3 = Keamanan (*Security*)

3.3. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

3.3.1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual variabel merupakan penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep variabel secara singkat, jelas, dan tegas. Merupakan pengertian dari

para ahli mengenai variabel-variabel yang akan diteliti dan akan dilakukan analisis lebih lanjut yaitu, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan minat (*intention to use*).

3.3.2. Definisi Operasional

Sementara definisi operasional variabel merupakan definisi yang rumusnya menggunakan kata-kata yang operasional, sehingga variabel bisa diukur. Definisi operasional sebagai definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasi kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2001).

Tabel 3.1 Definisi Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Persepsi kemanfaatan	sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, 1989).	Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan <i>e-Money Go-Pay</i> akan meningkatkan kinerjanya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transaksi akan sulit dilakukan tanpa <i>e-Money Go-Pay</i>. 2. <i>e-Money Go-Pay</i> Membantu kebutuhan terkait transaksi. 3. <i>e-Money Go-Pay</i> Menyelesaikan transaksi lebih cepat dan lebih praktis. 4. <i>e-Money Go-Pay</i> Meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi. 5. <i>e-Money Go-Pay</i> Meningkatkan performa bertransaksi secara elektronik. 6. <i>e-Money Go-Pay</i> mendukung aspek penting dalam pekerjaan. 7. <i>e-Money Go-Pay</i> memberikan manfaat dalam bertransaksi. 	Likert

Persepsi kemudahan	tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha fisik dan mental (Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, 1989).	Tingkat dimana seseorang percaya bahwa mudah dalam menggunakan sistem <i>Go-Pay</i> berarti bebas dari usaha secara fisik dan mental.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>e-Money Go-Pay</i> jelas dan mudah dimengerti. 2. <i>e-Money Go-Pay</i> tidak memerlukan banyak usaha fisik dan mental. 3. <i>e-Money Go-Pay</i> memberikan panduan dalam melakukan transaksi. 4. <i>e-Money Go-Pay</i> mudah digunakan. 5. Mudah membuat sistem <i>e-Money Go-Pay</i> melakukan apa yang diinginkan. 6. <i>e-Money Go-Pay</i> tidak merepotkan. 	Likert
Persepsi keamanan	ancaman yang menciptakan keadaan, kondisi, atau peristiwa yang berpotensi menyebabkan kesulitan ekonomi melalui sumber data atau jaringan yang mengalami kerusakan, dan penyalahgunaan wewenang (Roca et al., 2009; Armesh et al., 2010).	Sejauh mana sistem <i>Go-Pay</i> mengantisipasi ancaman keamanan yang mungkin akan terjadi	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>e-Money Go-Pay</i> Memiliki mekanisme pengiriman informasi. 2. Data pengguna aman dari peretas. 3. Jaminan keuangan akibat kesalahan teknis. 4. Fitur keamanan saat pembayaran elektronik. 	Likert
Minat	minat menggunakan didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.	Seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dalam hal ini minat menggunakan layanan <i>Go-Pay</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu mencoba menggunakan layanan <i>e-Money Go-Pay</i> untuk membantu bertransaksi. 2. Menggunakan <i>e-Money Go-Pay</i> sesering mungkin. 3. Bermaksud menggunakan <i>e-Money Go-Pay</i> di kemudian hari. 	Likert

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018).

Dalam hal ini populasi yang dimaksud adalah semua orang yang pernah menggunakan dan sedang menggunakan layanan *e-Money Go-pay* di kota Bandar Lampung yang secara langsung dapat dipilih dan dijadikan sumber dari penelitian.

3.4.2. Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, 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, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, (Sugiyono, 2018).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel tidak dipilih secara acak. Unsur populasi yang terpilih menjadi sampel bisa disebabkan karena kebetulan atau karena faktor lain yang sebelumnya sudah direncanakan oleh peneliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling insidental*. *Sampling insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang ditemui tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2018).

Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel adalah pengguna berusia 17 tahun ke atas yang telah dianggap dewasa dan mengerti tentang *e-Money* dan merupakan seorang yang pernah menggunakan dan sedang menggunakan aplikasi Go-Jek dimana terdapat layanan Go-Pay. Dari banyaknya pengguna *e-Money* Go-Pay di Bandar Lampung yang populasinya tidak diketahui jumlahnya baik yang pernah menggunakan dan sedang menggunakan aplikasi Go-Pay, maka menurut Arikunto (2012) pengambilan sampel dapat digunakan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{z^2}{4(moe)^2} \\
 n &= \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2} \\
 n &= 96,04 \dots\dots\dots (3.1)
 \end{aligned}$$

Keterangan

n = Jumlah Sampel

z = 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

moe = *margin of error* atau tingkat kesalahan maksimum 10%

Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 96,04 dan dikenakan menjadi 97 orang pengguna *e-Money* Go-Pay. Agar penelitian ini menjadi fit, maka sampel diambil menjadi 100 responden dengan ketentuan jumlah sampel tidak kurang dari minimal sampel yang telah ditentukan. Arikunto (2012) menyebutkan bahwa apabila sampel yang digunakan kurang dari 100 responden, maka lebih baik diambil semua. Namun untuk mengantisipasi kerusakan data pada saat penyebaran kuesioner, maka jumlah sampel ditambah menjadi 100 orang pengguna *e-Money* Go-Pay.

3.5. Jenis dan Sumber Data

3.5.1. Data Primer

Data primer biasanya dikumpulkan melalui wawancara atau kuesioner (Ferdinand, 2006). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh melalui kuesioner tentang persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, terhadap minat menggunakan produk atau layanan Go-Pay.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal-jurnal, dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan, *annual report*, artikel *website* dan informasi-informasi lain yang dapat diambil melalui sistem *online* (Internet).

3.6. Lokus dan Fokus Penelitian

Lokus penelitian adalah lokasi dimana penelitian akan dilaksanakan. Lokasi penelitian ini dilakukan kepada semua pengguna layanan *e-Money Go-Pay* yang ada di kota Bandar Lampung. Fokus penelitian adalah objek atau suatu titik yang menjadi fokus penelitian. Fokus penelitian ini untuk mengukur seberapa berpengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan *electronic money* Go-Pay terhadap minat menggunakan Go-Pay. Dengan kata lain untuk melihat minat seseorang terhadap suatu layanan adalah berdasarkan motif-motif yang disajikan dari objek dan dapat menimbulkan ketertarikan, dorongan untuk menggunakan layanan tersebut tidak hanya sekali dan akan menggunakannya di masa yang akan datang.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2018). Tujuan kuesioner untuk menilai persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat. Selain itu, untuk mengumpulkan data dari responden, alternatif jawaban yang digunakan ialah menggunakan skala likert.

b. Studi kepustakaan

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data tambahan dari berbagai referensi buku, internet, penelitian-penelitian terdahulu serta jurnal yang berhubungan dengan penelitian.

3.8. Instrumen Penelitian

Data yang dianalisis dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Instrumen penelitian dibangun dari variabel-variabel penelitian diadaptasi dan digunakan sebagai rujukan yang memberikan gambaran kondisi empiris. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 5 point, mulai dari interval 1-5 atau mulaidari sangat tidak setuju sampai setuju (Mamang & Sopiah, 2010).

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Jawaban	Skor Penelitian
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu/Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sanagat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2013)

3.9. Pengujian Instrumen

Untuk mengetahui data yang diperoleh dengan kuesioner valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner terhadap butir-butir pertanyaan. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas dapat diketahui layak tidaknya data yang terkumpul. Oleh karena itu, benar tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian, sedangkan benar tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data (Arikunto : 2013).

Arikunto menyatakan sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Sedangkan reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

3.9.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat-tingkat kevalidan atau keahlian suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. (Arikunto, 2013: 211). Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan butir-butir pertanyaan kuesioner yang nantinya akan diberikan kepada responden. Validitas

di atas diuji dengan rumus korelasi *product moment*, uji ini dilakukan dengan melihat korelasi masing-masing pertanyaan.

Rumus Validitas :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2)(\sum Y^2)(NY^2)(\sum Y^2)}} \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi variabel x dan y, dua variabel korelasikan (x=X-X dan y=Y-Y)
 N = Jumlah subyek
 $\sum X$ = Jumlah item
 $\sum Y$ = Jumlah skor
 $\sum XY$ = Jumlah perkalian x dan y
 $\sum x^2$ = Kuadrat dari x
 $\sum y^2$ = Kuadrat dari y

Dengan bantuan SPSS 26, didapat hasil uji validitas yang menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang mewakili variabel X dan Y berada pada tingkat signifikansi 0,05%. Hasil perhitungan validitas untuk semua item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas

No. Item	R Hitung	r tabel	Keputusan
Minat (Y)			
Y.1	0,890	0,361	Valid
Y.2	0,898	0,361	Valid
Y.3	0,917	0,361	Valid
Kemanfaatan (X1)			
X1.1	0,718	0,361	Valid
X1.2	0,775	0,361	Valid
X1.3	0,713	0,361	Valid
X1.4	0,709	0,361	Valid
X1.5	0,700	0,361	Valid
X1.6	0,708	0,361	Valid
X1.7	0,771	0,361	Valid
Kemudahan (X2)			
X2.1	0,763	0,361	Valid
X2.2	0,759	0,361	Valid
X2.3	0,757	0,361	Valid
X2.4	0,783	0,361	Valid

X2.5	0,759	0,361	Valid
X2.6	0,787	0,361	Valid
Keamanan (X3)			
X3.1	0,768	0,361	Valid
X3.2	0,758	0,361	Valid
X3.3	0,763	0,361	Valid
X3.4	0,895	0,361	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, maka instrumen penelitian ini adalah valid karena nilai koefisien korelasi variabel minat, kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan lebih besar dari r tabel = 0,361. Oleh karena itu, berdasarkan uji coba instrumen seluruh pernyataan yang terdiri dari 20 item tersebut valid atau dapat dikatakan instrumen penelitian ini dapat diandalkan atau dipercaya untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.9.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil, tetap akan sama (Arikunto, 2013).

Rumus Reliabilitas :

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right] \dots \dots \dots (3.3)$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- n = Banyaknya butir pertanyaan
- a_t^2 = Varians Total
- $\sum a_b^2$ = Jumlah varians butir

Uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*. Dari hasil uji reliabilitas didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r hitung	Nilai Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
Y	0,870	0,801 s.d 1,000	Reliabel
X1	0,851	0,801 s.d 1,000	Reliabel
X2	0,859	0,801 s.d 1,000	Reliabel
X3	0,806	0,801 s.d 1,000	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, maka instrumen penelitian ini adalah reliabel. Nilai *Alpha Cronbach* pada masing-masing variabel bernilai tinggi dan sangat tinggi. Dengan demikian, maka instrumen tersebut reliabel atau dapat dikatakan instrumen penelitian ini dapat diandalkan atau dipercaya untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.10. Uji Asumsi Klasik

3.10.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yang dihitung menggunakan bantuan SPSS. Dengan menggunakan IBM SPSS untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak hanya dilihat pada baris *Asymp.Sig (2-tailed)*. Jika nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan misalnya 5% maka data tersebut tidak berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai *Asymp.Sig* lebih dari atau sama dengan 5% maka data berdistribusi normal (Muhson, 2011).

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu atau residual

memiliki distribusi normal. Sunyoto (2016) menjelaskan uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data 50 variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

3.10.2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier. Perhitungan uji linieritas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS. Dengan menggunakan SPSS untuk melihat apakah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat tersebut bersifat linear atau tidak, dapat dilihat pada harga signifikansi. Jika harga signifikansi kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan misalnya 5% maka hubungannya bersifat tidak linear, sebaliknya jika nilai signifikansi tersebut lebih dari atau sama dengan 5% maka hubungannya bersifat linear (Muhson, 2011:4).

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015:323) uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of*

linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *linearity* $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

3.10.3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari *collinearity statistics*, apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* tidak boleh lebih kecil dari 0,1 maka menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka gejala multikolinieritas tidak ada (Ghozali, 2011).

3.10.4. Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*. Dengan uji *Glejser*, nilai absolut residual diregresikan pada tiap-tiap variabel independen (Gujarati, 2011). Uji heteroskedastisitas dengan *Glejser* dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS Untuk menafsirkan hasil analisis yang perlu dilihat adalah angka koefisien korelasi antara variabel bebas dengan absolut residu dan signifikansinya. Jika nilai signifikansi tersebut lebih besar atau sama dengan 0,05 maka asumsi homosedastisitas terpenuhi, tetapi jika nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 maka asumsi homosedastisitas tidak terpenuhi (Muhson, 2011).

Menurut Sunyoto (2016) menjelaskan uji heteroskedastisitas sebagai berikut “Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variansinya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas”. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidak kesamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

3.11. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif, dan statistik inferensial (Sugiyono, 2018).

3.11.1. Analisis Deskriptif

Sugiyono (2015) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi:

- 1 Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan
- 2 Analisis mengenai nilai maksimal dan nilai minimal, nilai rata-rata (*Me*) dan nilai standar deviasi yang diperoleh dari hasil analisis deskripsi statistik.

3 Kategori data berdasarkan rumus Hadi (2004), yaitu:

$$i = \frac{r+1}{k} \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan:

- i = Interval
- r = Range antara nilai terendah dan tertinggi
- k = Jumlah kelas yang di analisis

3.11.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap minat pengguna layanan *e-Money* (Y). Menurut Hadi (2004), persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots(3.5)$$

Keterangan:

- Y =Subjek dalam variabel dependen yang diprediksi
- A = konstanta
- β_1 =Koefisien prediktor 1
- β_2 =Koefisien prediktor 2
- β_3 =Koefisien prediktor 3
- X1 =Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu (prediktor 1)
- X2 =Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu (prediktor 2)
- X3 =Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu (prediktor 3)
- K =Bilangan konstanta
- e =error

3.12. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan memutuskan menerima atau menolak hipotesis itu. Dalam pengujian hipotesis,

keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan resiko. Pengujian hipotesis merupakan bagian terpenting dari statistik inferensi (statistik induktif), karena berdasarkan pengujian tersebut, pembuatan keputusan atau pemecahan persoalan sebagai dasar penelitian lebih lanjut dapat terselesaikan.(Ifitah, 2012).

3.12.1. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan) mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat (minat pengguna layanan *e-Money*) secara parsial. Menurut Sugiyono (2018:233) uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

1. $H_0: b=0$, artinya tidak terdapat pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan baik secara individual (parsial) terhadap minat menggunakan *e-Money*.
2. $H_a: b \neq 0$, terdapat pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan baik secara individual (parsial) terhadap minat menggunakan *e-Money*.

Kriteria pengambilan keputusan:

1. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dan signifikansi t_{hitung} lebih besar dari 0,05
2. H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dan signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari 0,05.

Adapun rumus t sebagai berikut :

$$n = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots \dots \dots (3.6)$$

Keterangan :

t = statistik dengan derajat bebas n-1

n = banyaknya observasi atau pengamatan

r^2 = koefisien korelasi ganda

3.12.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan secara bersama-sama (simultan) terhadap minat pengguna layanan *e-Money*. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis. Menurut Ferdinan (2013) uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen (bebas) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat). Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. $H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$ artinya, tidak terdapat pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menggunakan *e-Money*
2. $H_a: b_1, b_2, b_3 \neq 0$ artinya, terdapat pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menggunakan *e-Money*

Kriteria pengambilan keputusan:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dan signifikan F_{hitung} lebih

besar dari 0,05

2. H_a diterima jika F hitung $< F_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$ dan signifikan F hitung lebih kecil dari 0,05

Adapun rumus f sebagai berikut :

$$\frac{r^2/k}{(1-r^2)-(n-k-1)} \dots \dots \dots (3.7)$$

Keterangan :

r^2 = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel

3.12.3. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2016). Untuk mengetahui besarnya variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh nilai *adjusted r square* (R^2). Nilai *adjusted r square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

Menurut Kuncoro (2013) uji koefisien digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisiensi determinasi/ R^2 berada pada rentang angka nol(0) dan satu(1). Jika nilai koefisiensi determinasi mendekati angka nol(0) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi variabel mendekati satu(1) berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat semakin kuat.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial, kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan layanan Go-Pay di Bandar Lampung sebesar 6,7%. Menggunakan *e-Money* Go-Pay memungkinkan konsumen untuk menyelesaikan transaksi dengan lebih praktis. *e-Money* Go-Pay sudah membuktikan bahwa konsumen berminat menggunakan *e-Money* Go-Pay karena merasakan manfaatnya.
2. Secara parsial, kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan layanan Go-Pay di Bandar Lampung sebesar 8,8%. Konsumen dapat dengan jelas dan mudah berinteraksi dengan sistem *e-Money* Go-Pay, dikarenakan informasi atau panduan yang disajikan cukup lengkap dan tidak membingungkan.
3. Secara parsial, keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan layanan Go-Pay di Bandar Lampung sebesar 39,8%. Saat ini layanan Go-Pay telah memiliki mekanisme pengiriman informasi yang baik dibandingkan *e-Money* lainnya. *Passcode* yang dimiliki oleh Go-Pay akan memberi notifikasi apabila ada pihak lain yang menggunakan akun tanpa

sepengetahuan pemilik akun. *E-Money Go-Pay* berusaha menginformasikan panduan terkait keselamatan dan menjaga keamanan akun pemilik, menginformasikan limitasi akun, informasi mengenai akun, dan layanan terpercaya untuk mengakses bantuan dan jaminan

4. Secara simultan, kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan layanan *Go-Pay* di Bandar Lampung sebesar 52%. Variabel tersebut dapat menjadi faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat konsumen untuk menggunakan layanan *e-Money Go-Pay*.

5.2. Saran

Setelah mengetahui besarnya pengaruh kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat konsumen, maka saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan memperkaya akses *e-Money Go-Pay* ke semua layanan yang dapat menunjang kebutuhan sehari-hari seperti memperkaya akses ke beragam *merchant* dan *store*, menyediakan beragam akses *top-up* saldo, tersedia di berbagai layanan *e-commerce*, serta menyediakan beragam akses pembayaran tagihan secara *online*.
2. Sebaiknya perusahaan secara berkala selalu menyajikan informasi dan panduan yang jelas bagaimana sistem *e-Money Go-Pay* dapat digunakan dengan baik. Sehingga dapat diakses semua orang dengan mudah.
3. Sebaiknya perusahaan dapat lebih memperjelas panduan keamanan dan kenyamanan pada saat bertransaksi. Memberikan tata cara dan panduan

mengenai klaim saldo kembali jika ada kesalahan teknis maupun ada pihak yang sengaja menggunakan akun tanpa sepengetahuan pemilik.

4. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kerjasama kepada berbagai mitra untuk memperluas integritas dalam mewujudkan kemudahan, kemanfaatan serta menyajikan layanan yang aman dan nyaman untuk pengguna.
5. Penelitian ini diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti kepuasan konsumen, sehingga hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan.
6. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan dalam menggarap karya tulis selanjutnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Muhson. (2011). *Pelatihan Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UNY.
- Arikunto, Suharsimi (2013). *Prosedur Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bank Indonesia. (2014). *Bank Indonesia Menganangkan Gerakan Nasional Non-tunai*. Retrieved from <http://gnnt.netcj.co.id/about>
- Chen, Lei-da. (2008). *A Model of Consumer Acceptance of Mobile Payment*. *International Journal Mobile Communications*, Vol. 6, No. 1.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology*. *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, pp.319-339 .
- Davis, F. D. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems : Theory and Results*. Doctoral Dissertation. Cambridge, MA : MIT Sloan of School Management.
- Dewi, N. M., & Warmika, I. G kt. (2016). *Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 4, 2610.
- Eka, R. (2018). *Fintech Report*. Daily Social id.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975a). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Flavia'n, C. and M. Guinali'u. 2006. *Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site*. *Industrial Management & Data Systems*. 106 (5). 601-620
- Ghozali, Imam. 2011. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8th)*". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haidari, M. B., & Tileng, K. G. (2018). *Analisa Faktor-faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay*. *JUISI Vol 04* , 10.
- Hespeler, F. (2008). *Electronic Money and the Monetary Transmission*.

- International Finance and Banking. (2016). *Analysis of the Use of Electronic Money in Efforts to Support the Less Cash Society*. Macrothink Institute Vol 3, No. 1
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Kinasih, B. S. (2012). *Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online*. Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 16, No. 1, 27-28.
- Krzysztof, W. (2006). Money Laundering Techniques with Electronic Payment Systems. *Information & Security. An International Journal*, 18, 27-47.
- Kurniasari, P., & Priambada, S. (2018). *Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya*. JAB Vol. 58.
- Miller, R., Wolfgang, M., & Barrie, S. (2002). *The Future of Money*. OECD PUBLICATIONS.
- Mishkin, F. (2004). *The Economics of Money, Banking, and Financial Market* (7th ed.). Pearson Addison Wesley.
- Mudrajad Kuncoro, (2013). "Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi" Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Pavlou, P. A. (2003). *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk With The Technology Acceptance Model*. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol.7, No. 3.Hlm. 69-103.
- Pfeffer, J. *Organizations and Organization Theory*, Pitman, Boston, MA, 1982.333333
- Pranoto. & Salsabila, S. S. (2018). *Eksistensi Kartu Kredit dengan Adanya Electronic Money (E-Money) sebagai Alat Pembayaran yang Sah*. *Privat Law* Vol. 6, No. 1.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro* , 2-3.
- Purwanto, S. (2018). *Memahami Niat Konsumen Menggunakan Go-Pay : Pengembangan dan Pengujian Model Penerimaan Teknologi Bagi Konsumen*. *Seminar Nasional dan Call for Papers (SENIMA 3) UNESA* , 118-121.
- Ramdani, D., D., Suryani, R., Gandana, Setyamarta, N., Aulina, L. 2015. *Triple C (Centralize And Comprehensive Concept) Sebagai Usaha Strategis Penerapan E-Money Indonesia*.
- Radner, R. and Rothschild, M. "On the Allocation of Effort," *Journal of Economic Theory* (1 0), 1975, pp. 358-376.

- Roca, J.C., J.J. Garcí'a and J.J. de la Vega. 2009. *The Importance of Perceived Trust, Security and Privacy in Online Trading Systems. Information Management & Computer Security*. 17 (2). 96-113.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian–Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta, ANDI
- Schein, E. H. *Organizational Psychology*, third edition, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1980.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research 2*, Andi Offset, Yogyakarta, 2004
- Thompson, R.L., Higgins, C.A., and Howell, J.W. 1991, “Personal Computing:Toward a Conceptual Model of Utilization,” *MIS Quarterly*, March, Vol.15, No.1, pp.124-143.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money. Balance, Vol. XIV No.2* , 30-32.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A Theoretical ekstention of The Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies. Management Science Informs. Vol. 46 No. 2*
- Widiatmika, & Sensesuse, D. I. *Pengembangan Model Penerimaan Teknologi Internet Oleh Pelajar Dengan Menggunakan Konsep Technology Acceptance Model (TAM). Jurnal Sistem Informasi MTI-UI, Volume 4, Nomor 2.*
- Widyastuti, et al. (2017). *Tantangan dan Hambatan Impelementasi Produk Uang Elektronik di Indonesia: Studi Kasus PT.XYZ. Jurnal Sistem Informasi.38-48.*
- Widyati, K. (2018). *Penggunaan Digital Payment E-Money (Electronic Money) sebagai Alat Pembayaran Modern, 2-4.*
- Wulandari, D., Soseco, T., & Narmaditya, B.S. (2016). *Analysis of the Use of Electronic Money in Efforts to Support the Less Cash Society. International Finance and Banking Vol. 3 No. 1, 3-4.*

Sumber Internet :

<https://www.bi.go.id/id/>(diakses 10 oktober 2019)

<https://dailysocial.id/report/post/fintech-report-2018>(diakses 10 oktober 2019)

<https://Dailysocial.id/fintech-report-2019>(diakses 8 Desember 2020)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/03/01/transaksi-gopay-mencapai-rp-89-triliun>(diakses 20 oktober 2019)

<https://iprice.co.id/> (diakses 1 Mei 2021)

<https://Gojek.com/> (diakses 1 Mei 2021)

<https://kuliahmarket.wordpress.com/2017/01/30/minat-untuk-menggunakan-intention-to-use/>(diakses 24 November 2019)

<https://lokadata.beritagar.id/storage/charts/img/nilai-transaksi-uang-elektronik-1559888886.jpg>(diakses 14 oktober 2019)

<https://tirto.id/candu-uang-elektronik-para-milenial-c5jY>(diakses 14 oktober 2019)