

# **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, RISIKO DAN PENGARUH LINGKUNGAN TERHADAP NIAT DALAM MELAKUKAN PEMBAYARAN MENGGUNAKAN GO-PAY PADA APLIKASI GO-JEK**

**Peneliti :**

**Muhammad Syelfitra Adha**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

[syel.fitra@gmail.com](mailto:syel.fitra@gmail.com)

**Dosen Pembimbing :**

**Dr. Nanang Suryadi, SE., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu untuk melakukan pembayaran menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek. Model yang diusulkan memiliki faktor-faktor dari *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan data dikumpulkan menggunakan metode survei yaitu kuesioner. Responden adalah 106 mahasiswa aktif Strata Satu dari Universitas Brawijaya. Data penelitian dan hipotesis dianalisis menggunakan model persamaan structural (SEM) berdasarkan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat individu untuk melakukan pembayaran menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh persepsi kepercayaan dan pengaruh lingkungan. Sebaliknya, persepsi kemudahan dan risiko tidak mempengaruhi minat individu untuk melakukan pembayaran menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi persepsi kepercayaan, persepsi risiko dan persepsi pengaruh lingkungan, maka akan semakin tinggi efek terhadap pembayaran menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek.

**Kata Kunci :** *Technology Accptance Model* (TAM), *Unified Theory of Accptance and Use of Technology* (UTAUT2), Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Pengaruh Lingkungan, dan Minat Individu.

## PENDAHULUAN

Arus globalisasi dan modernisasi merupakan fenomena global yang melanda seluruh negara di dunia. Dampak tersebut dirasakan Indonesia melalui perkembangan pada bidang pendidikan, sosial, dan ekonomi yang semakin erat kaitannya dengan penggunaan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi yang akhirnya dikenal sebagai revolusi industri 4.0 secara umum dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi dari rumah tangga produksi, rumah tangga distribusi sampai rumah tangga konsumsi dibuktikan dengan hadirnya berbagai *star-up* yang muncul diberbagai bidang dengan tujuan mempermudah kehidupan manusia. Pandangan Friedman tentang sejarah globalisasi menunjukkan bahwa setiap era globalisasi selalu berdampak pada perubahan sistem dan perilaku sosial masyarakat. Hal ini sebagaimana diungkap oleh Alvin Toffler, (Toffler, 1980) dalam *The Third Wave* yang menjelaskan bahwa progresivitas dunia berkembang pada tiga gelombang: era agrikultur, era industrial, dan menuju pada era

informasi. Dalam setiap era, sistem dan perilaku masyarakat pun berubah mengikuti zaman.

Pada era sekarang, salah satu teknologi yang merubah perilaku manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan lingkungannya adalah teknologi internet. Internet banyak digunakan masyarakat untuk mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan informasi. Data hasil survey Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa pengguna internet pada tahun 2017 mencapai 143 juta (54,6% dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264 juta orang) atau meningkat 10,56% dari tahun sebelumnya (Kominfo, 2018). Sejalan dengan meningkatnya pengguna internet setiap tahunnya di Indonesia, hal ini yang melatar belakangi perkembangan situs jual beli *online* di Indonesia.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat ditandai dengan penggunaan *e-payment* sebagai salah satu metode transaksi dalam berbelanja. Pemerintah Indonesia telah mencanangkan Gerakan

Nasional Non Tunai (GNNT) pada tanggal 14 Agustus 2014 secara resmi oleh gubernur Bank Indonesia Agus D.W Martowardojo di Jakarta. GNNT ini ditunjukkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrument non tunai, sehingga berangsur-angsur menciptakan komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai atau *less cash society* (LCS) (Mustikasari, 2017).

Secara garis besar sistem pembayaran dibagi menjadi dua, yaitu pembayaran tunai dan pembayaran non tunai. Perbedaan mendasar antara pembayaran tunai dan non tunai terletak pada instrument yang digunakan. Pembayaran tunai menggunakan uang kartal, sedangkan pembayaran non tunai melakukan pembayaran dengan instrument non tunai berupa kartu debit, cek, atau uang elektronik.

Uang elektronik (*electronic money*) adalah produk *store-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan secara elektronik dalam peralatan elektronik yang dimiliki (Bank for International

Settlements, 1996). Berdasarkan media penyimpanan nilai uang elektronik dapat dibagi menjadi dua, yaitu uang elektronik *chip based* biasa dikenal *e-money* dan uang elektronik *server based* atau biasa dikenal sebagai *e-wallet*. *E-wallet* menyimpan nilai uang elektronik didalam server sehingga ketika melakukan transaksi harus tersambung ke internet, misalnya OVO, Gopay, dan Dana.

*E-wallet* adalah uang elektronik berbasis server yang menjadikan *mobile phone*, ponsel atau *smartphone* sebagai sarana pembayarannya atau disebut *m-payment*, selain itu pembayaran dengan *e-wallet* juga harus terkoneksi dengan internet, menurut survey Indonesia millennials report 2019 *smartphone* adalah perangkat yang paling digemari untuk mengakses internet yaitu sekitar 98,2% (Eastspring Investment, 2019). Rata-rata orang Indonesia membawa ponsel atau *smartphone* kemana pun mereka pergi, hal ini merupakan suatu peluang yang dapat mempercepat LCS dapat diwujudkan.

Go-Pay merupakan *e-wallet* yang paling banyak digunakan pada tahun 2019. Berdasarkan riset yang dilakukan DailySocial (2019), dari total 651 responden yang berusia 18-25 tahun, 83,3% menggunakan Go-Pay dan 81,4% memakai OVO. Responden perempuan yang menggunakan Go-Pay 84,5%, sedangkan laki-laki 82,3%. Alasan responden menggunakan layanan dompet digital karena percaya produknya (81,6%). Lalu, mereka mau memakai produk *fintech* pembayaran karena butuh (72,2%) dan dianggap kaya manfaat (72,9%). Pengguna juga menilai dompet digital mudah digunakan (68,3%) dan menghemat waktu (66,2%). Sebagian lainnya ,gunakan *fintech* pembayaran ini karena layanannya lengkap (32,8%). Dalam rilis perusahaan tertanggal 1 Februari 2019, sepanjang tahun 2018, *gross transaction value* (GTV) atau transaksi pengguna di Go-Jek mencapai US\$ 9 miliar atau setara Rp 125 triliun. Ini adalah transaksi di seluruh pasar di mana Go-Jek beroperasi. Adapun transaksi penggunaan Go-Pay mencapai US\$

6,3 miliar atau setara Rp 87 triliun. Angka ini setara dengan 69,6% dari transaksi keseluruhan Go-Jek.

Walaupun Go-Pay memiliki pengguna *E-wallet* terbesar di Indonesia dan telah banyak memberikan manfaat dan kemudahan bagi masyarakat Indonesia, tetapi pada kenyataannya masih banyak dari masyarakat Indonesia yang belum mengetahui dan merasakan manfaat dari Go-Pay. (Davis, 1993) menyatakan bahwa penggunaan system (*actual system usage*) adalah kondisi nyata dari penggunaan suatu system teknologi yang dapat diukur berdasarkan intensitas penggunaan dari durasi waktu penggunaan. Sehingga apabila konsumen Go-Jek menggunakan Go-Pay secara intensif maka dapat dikatakan konsumen mengetahui system pembayaran Go-Pay dengan baik. Kemudahan dalam bertransaksi yang diberikan Go-Pay merupakan salah satu hal yang bisa menumbuhkan niat menggunakan Go-Pay.

Persepsi kemudahan didasarkan pada sejauh mana

pengguna yakin bahwa suatu system yang digunakan akan mudah digunakan dan bebas akan usaha (Davis, 1989). Persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor penentu dasar penerimaan teknologi. Dengan demikian, seorang pengguna akan menggunakan suatu system pembayaran apabila mudah dalam menggunakan system tersebut. *Chief Marketing Officer* Go-Jek Indonesia, Piotr Jakubowski mengatakan bahwa masyarakat akan semakin dimudahkan Ketika melakukan pembayaran dengan Go-Pay selama menggunakan layanan di GoJek (Tan, 2017). Sehingga pengguna berharap menggunakan Go-Pay dapat mengurangi usaha, waktu, dan tenaga mereka selama menggunakannya.

Selain kemudahan, kepercayaan juga merupakan salah satu faktor yang bisa menumbuhkan niat untuk melakukan transaksi menggunakan Go-Pay. Kepercayaan adalah salah satu fondasi dalam memulai bisnis apapun, Ketika dua belah pihak antara penjual dan pembeli saling percaya maka transaksi bisnis tersebut akan terjadi. Kepercayaan

harus dibangun oleh pihak bisnis dari awal melakukan bisnis tersebut dan harus dibuktikan (Mulyana, 2016).

Selain kemudahan dan kepercayaan yang diberikan perusahaan untuk menumbuhkan minat individu untuk menggunakan Go-Pay, risiko yang dirasakan juga menjadi pertimbangan konsumen dalam niat membeli sebuah produk atau jasa. Persepsi risiko merupakan ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen dalam memutuskan niat beli suatu barang atau jasa. Ketidakpastian dari proses pembelian yang dimaksud adalah persepsi sedikit jaminan kualitas dan layanan purna jual, kecemasan tentang masalah privasi, dan lain - lain. Konsumen mempertimbangkan persepsi risiko dalam membeli sebuah produk secara *online* karena barang yang ditawarkan oleh perusahaan tidak selalu sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen.

Selain kemudahan, kepercayaan, risiko, dan nilai harga yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian tiket secara *online*, persepsi pengaruh lingkungan

menjadi salah satu pengaruh yang sangat signifikan terhadap hal tersebut. Konsumen akan membeli barang atau jasa secara *online* apabila berada pada lingkungan yang menyibukkan. Konsumen yang tidak memiliki waktu untuk membeli barang atau jasa ke toko konvensional pasti akan memilih untuk membeli secara *online*.

Fokus penelitian yang dilakukan terletak pada permasalahan mengapa individu ingin menerima atau menolak penggunaan sistem *e-wallet* dalam sebuah aplikasi, yaitu Go-Jek. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat dalam melakukan transaksi menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek.

Penelitian ini berusaha mengisi *gap* dari penelitian terdahulu dengan melakukan penggabungan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Alvina (2019), Adnan (2019) dan Jihan (2018). Dalam penggabungan replikasi penelitian ini, perbedaan yang terjadi terletak pada penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menggunakan variable

kemudahan, digabungkan dengan model penelitian *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2* (UTAUT2) yang menggunakan variable pengaruh lingkungan. Pada penelitian ini TAM dan UTAUT 2 digabungkan dengan persepsi kepercayaan dan persepsi risiko, dan adanya perbedaan objek penelitian yang digunakan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas penelitian ini mengambil judul : ***“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Pengaruh Lingkungan Terhadap Niat dalam Melakukan Pembayaran Menggunakan Go-Pay pada Aplikasi Go-Jek.”***

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian yaitu : Apakah persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, dan persepsi lingkungan berpengaruh terhadap minat individu dalam melakukan pembayaran menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek?

Tujuan penelitian ini yaitu, untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, dan persepsi

lingkungan terhadap minat individu dalam melakukan pembayaran menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek.

## **METODE PENELITIAN**

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh para peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Sukmadinata (2011) mengemukakan bahwa populasi adalah “kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian kita”. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai populasi adalah mahasiswa Universitas Brawijaya. Dipilihnya mahasiswa sebagai populasi pada penelitian ini didasari oleh alasan utama karena mahasiswa memahami teknologi dan sering melakukan transaksi secara *online* menggunakan internet dan *smartphone*. Selain itu, jumlah mahasiswa yang cukup banyak diharapkan dapat memberikan data yang lebih akurat. Dengan demikian, pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur minat mahasiswa untuk

menggunakan GoPay sebagai metode transaksi *m-payment* dalam kehidupan sehari-hari mereka. Pemilihan lokasi di Universitas Brawijaya didasari oleh kedekatan jarak dan adanya keterbatasan waktu yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan populasi.

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah konsumen yang menggunakan Go-Pay tidak diketahui secara pasti, maka tidak memungkinkan untuk melakukan penelitian keseluruhan mahasiswa Universitas Brawijaya. Populasi yang besar membuat peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka dari itu peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Roscoe dalam (Sugiyono,2017) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Jika sampel di pecah ke dalam subsample atau kategori (pria-wanita, junior-senior, dan lain-

lain) maka sampel yang layak adalah 30 untuk tiap kategori.

3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independent+dependen), maka jumlah anggota sampel  $10 \times 5 = 50$ .

Perhitungan menggunakan rumus Roscoe yaitu 10 kali jumlah variabel independent dan variabel dependen ( $10 \times 5 = 50$ ) diperoleh minimal 50 responden. Setelah menyebarkan kuesioner selama kurang lebih 3 minggu, diperoleh jumlah kuesioner yang diisi sebanyak 106 kuesioner yang telah diisi oleh responden. Jumlah sampel yang diambil peneliti telah melebihi jumlah minimum yang ditentukan Roscoe,

yaitu 30 sampel dan kurang dari jumlah maksimum sampel sebesar 500.

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Jenis data primer yang didapat berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner sebagai alat bantu. Data yang dimaksud adalah jawaban - jawaban yang diberikan oleh responden atas pernyataan - pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang berhubungan dengan penelitian. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana kuesioner tertutup berbentuk pertanyaan yang telah disertai sejumlah pilihan jawaban. Responden hanya memilih jawaban yang paling sesuai.

Penelitian ini menggunakan metode survei atau penelitian lapangan (*field research*). Pada penelitian ini survei dilakukan secara langsung dengan mendatangi langsung responden dan memperoleh opininya di dalam sebuah kuesioner yang sudah disediakan.

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yakni variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Penelitian ini menggunakan konstruk reflektif karena indikator merupakan wujud atau refleksi dari suatu konstruk. Terdapat enam konstruk dalam penelitian ini, yaitu persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi risiko, persepsi nilai harga, persepsi lingkungan, dan minat individu.



Setiap konstruk dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala *likert* (tujuh) poin mulai dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), agak tidak setuju (ATS), netral (N), agak setuju (AS), setuju (S), sampai dengan sangat setuju (SS). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017:158).

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Squares* (PLS). *Partial Least Squares* (PLS) merupakan jenis *Structural Equation Model* (SEM) yang mendasar pada varian yang dirancang untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi kendala atau masalah pada data penelitian (Jogiyanto dan Abdillah, 2009, hal 11). Peneliti menggunakan SEM-PLS karena SEM-PLS mampu menguji model penelitian yang kompleks secara simultan, mampu menganalisis variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (*unobserved variables*), dan memperhitungkan kesalahan pengukurannya. PLS adalah teknik statistika multivariant yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan

variabel independen berganda. *Software* yang digunakan untuk menjalankan teknik SEM-PLS dalam penelitian ini adalah SmartPLS Versi 2.0.

Penelitian ini memiliki persamaan struktural sebagai berikut :

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Penelitian ini menggunakan pengujian model pengukuran pada konstruk *First Order Construct* (FOC). FOC adalah hubungan teorikal antara variabel laten dengan parameter yang diperkirakan atau indikatornya (Jogiyanto dan Abdillah, 2009, hal 65). Untuk evaluasi model pada penelitian ini digunakan beberapa pengujian hipotesis dengan menggunakan PLS, yaitu sebagai berikut :

a. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model )

Model pengukuran (Outer Model) digunakan untuk menilai uji validitas dan reliabilitas model.

1. Uji validitas menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan teori pengukuran yang tepat untuk mendefinisikan konstruk. - Validitas Konvergen

Validitas konvergen yaitu validitas yang terjadi ketika skor yang diperoleh dari dua instrumen berbeda yang mengukur variabel yang sama

memiliki korelasi yang tinggi dan kuat. Suatu instrumen dikatakan telah lolos uji validitas konvergen jika memiliki nilai *factor loadings* lebih 0,66 (Pirouz, 2006) serta *Average Variance Extracted* (AVE) dan *Communality* lebih dari 0,05 (> 0,50) (Abdillah dan Hartono, 2015, hal 195).

- Validitas

Diskriminan

Validitas diskriminan yaitu validitas yang terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua variabel yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Suatu instrumen dikatakan lolos uji validitas diskriminan jika memiliki nilai akar *Average Variance Extracted* (AVE) yang lebih besar dari nilai korelasi variabel laten (akar AVE > korelasi variabel laten) dan nilai *outer loadings* yang lebih besar dari nilai *cross loadings* dalam suatu variabel yang sama (*outer loadings* > *cross loadings*) (Abdillah dan Hartono, 2015, hal 195).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran

- *Cronbach's Alpha*

*Cronbach's alpha* yaitu metode untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas dari suatu variabel dan dikatakan reliabel

apabila nilainya diatas 0,60 (> 0,60) (Abdillah dan Hartono, 2015, hal 196).

- *Composite Reliability*

*Composite reliability* yaitu metode untuk mengukur nilai sesungguhnya dari reliabilitas suatu variabel dan metode ini diyakini lebih baik dalam melakukan pengestimasian konsistensi internal suatu variabel dan dikatakan reliabel apabila nilainya diatas 0,70 (> 0,70) (Abdillah dan Hartono, 2015, hal 196).

b. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Abdillah dan Hartono (2015:197) menyatakan bahwa model struktural menggambarkan hubungan sebab - akibat antara variabel laten. Model struktural dalam PLS dievaluasi menggunakan  $R^2$  dan jalur koefisien dengan membandingkan nilai t-statistik dengan nilai t-tabel pada output SmartPLS.

1. Menggunakan R-Squared ( $R^2$ )

Nilai *R-Squared* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen, semakin tinggi nilai *R-Squared* dapat diartikan bahwa semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Namun, model ini bukanlah parameter absolut dalam mengukur ketepatan model

prediksi (Abdillah dan Hartono, 2015, hal 197).

2. Menggunakan Nilai *Path Coefficients* atau *T-values*  
Model ini digunakan untuk menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan hipotesis satu ekor (*one-tailed*). Untuk pengujian hipotesis pada *alpha* 5% dan *power* 80%, jika nilai *path coefficients* yang ditunjukkan oleh nilai statistik T lebih dari 1,64 maka hipotesis dapat dinyatakan didukung (Abdillah dan Hartono, 2015, hal 197).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap niat dalam melakukan pembayaran menggunakan metode Go-Pay pada aplikasi Go-Jek dan hasil ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Loana dan Tileng (2016), Adnan

(2019), Alvina (2019), tetapi konsisten dengan hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Jihan (2018).

### **Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat dalam melakukan pembayaran menggunakan metode Go-Pay. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Loana dan Tileng (2016), Yusuf (2016), dan Alvina (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat atau sikap penggunaan teknologi, dalam penelitian ini teknologi diwakili oleh penggunaan Go-Pay.

### **Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko diperoleh nilai statistik T atau T-statistics dari variabel risiko sebesar 1,256 atau  $\leq 1,64$  (kurang atau sama dengan 1,64), menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan. Hasil ini

konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2016) Loana dan Tileng (2016), dan Adnan (2019), tetapi berbanding terbalik dengan hasil penelitian Yusuf (2016).

### **Persepsi Pengaruh Lingkungan Terhadap Niat Menggunakan**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan diperoleh nilai statistic T atau T-statistic dari variabel pengaruh lingkungan sebesar 3,886 atau  $\geq 1,64$  (lebih besar atau sama dengan 1,64), menunjukkan bahwa variabel pengaruh lingkungan berpengaruh positif terhadap niat dalam melakukan pembayaran menggunakan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian dari Ningrum (2016), Suwardana (2019), Jihan (2018).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan

dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Kemudahan dalam hal ini yaitu kemudahan dalam mempelajari sistem dari Go-Pay serta kesederhanaan tampilan dapat meningkatkan niat dalam menggunakan Go-Pay.
2. Persepsi Kepercayaan dalam hal ini adanya tujuan *e-service*, yang dimana didalamnya termasuk servis dalam bidang *e-wallet*, yaitu tujuannya untuk menciptakan hubungan jangka panjang (*long-term relationship*) dengan pelanggan, maka kepercayaan menjadi suatu bagian penting dalam meningkatkan niat dalam menggunakan Go-Pay.
3. Persepsi Risiko dalam hal ini yaitu kemungkinan kerugian atau risiko yang ada seperti penyalahgunaan data pribadi

pelanggan dan juga pengurangan saldo secara tiba-tiba dapat mengurangi niat dalam menggunakan Go-Pay.

4. Persepsi Pengaruh Lingkungan memiliki pengaruh kuat terhadap tingkat penggunaan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat atau pun saran dari kerabat dan keluarga akan meningkatkan niat dalam menggunakan Go-Pay.

## SARAN

Penelitian ini diharapkan untuk dapat digunakan sebagai salah satu masukan bagi manajemen dan analisis system Go-Jek agar memperhatikan persepsi kepercayaan, risiko, pengaruh lingkungan dalam menerapkan dan mengembangkan system informasi berbasis *e-wallet*. Hal ini bertujuan agar transaksi *online* dapat berjalan dengan maksimal dan agar bisa lebih

dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai alternatif konvensional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, F, S. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay (*Mobile Payment*) pada Pelanggan Go-Jek (studi pada mahasiswa universitas brawijaya).
- Alvina Rahmi (2019). Analisis Penerimaan Uang Elektronik Berbasis *Serever (ewallet)*.
- Anggar Septiadi. (2019). *No Title*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/fintechmerajai-uang-elektronik-berbasisserver-bank-hanya-02>
- Arikunto. (2010). Metodologi Penelitian. *Pendekatan Penelitian*.
- Bank for International Settlements. (1996). Implications for central banks of the development of electronic money. In *Bis*.
- Bank Indonesia. (2020). *Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran*. <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasiperizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Contents/Default.aspx>
- bi.go.id. (2018). Jumlah Transaksi Uang Elektronik Beredar. In *Bi.Go.Id* (Vol. 10, Issue 2, pp. 1–15).

- <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uangelektronik/contents/transaksi.aspx>
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*.  
<https://doi.org/10.1006/imms.1993.1022>
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (1996). A critical assessment of potential measurement biases in the technology acceptance model: Three experiments. *International Journal of Human Computer Studies*.  
<https://doi.org/10.1006/ijhc.1996.0040>
- Eastspring Investment. (2019). Spring of Life Slice of Life From Eastspring Investments. 1–9.
- Jihan, E, S. (2018) *The analysis of individual's behavioral intention in using mobile banking based on tam and utaut 2* (Skripsi tidak dipublikasikan). Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Indonesia, B. (2018). Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik. *NO 20/6/Pbi*, 35.
- Indonesia, B. (2019). Jumlah Uang Elektronik Beredar. In *Bank Indonesia* (Issue 11, p.2019).  
[https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uangelektronik/Contents/Jumlah Uang Elektronik.aspx](https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uangelektronik/Contents/Jumlah%20Uang%20Elektronik.aspx)
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Kominfo. (2018). *Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband*. Kementerian Komunikasi Dan Infotmatika.
- Mustikasari, I. (2017). [ANALISIS] Perkembangan Cashless Society di Indonesia.  
*Iprice.Co.Id*.
- Sekaran, U. (2011). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.  
*Annals of Tourism Research*.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.019>
- Sugiyono. (2008). Pengerian data sekunder. In *Metode Penelitian bisnis*.

Sugiyono. (2016). Skala pengukuran dan instrumen penelitian. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku. *Komunikasi Massa Dan Efek Media Terhadap Individu*.

Konsumen Pada Toko Online (studi pada toko olx.co.id).

Vivin Dian Devita. (2019). Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?

<https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>

Yusuf, F, M. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli