

## **PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY**

Leoni Joan  
Tony Sitinjak\*

Program Studi Manajemen, Kwik Kian Gie School of Business  
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter, Jakarta 14350

### ***Abstract***

*One of the phenomena that occur in Indonesia in today's digital economy era is that people began to implement a payment system that use electronic money. Therefore, the researcher sets out the formulation of the problem as follows: "The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the Interest in Using Digital Payment Services Go-Pay." The purpose of this research is to examine the factors that influence the interest in using electronic money. The model used in this study is the Technology Acceptance Model (TAM). This research was conducted of GO-PAY digital payment service users who are domiciled in Jakarta. The sampling technique used in this study is a convenience sampling technique. While the obtained data is in the form of primary data because the data collection was done by distributing online questionnaires. A total of 125 questionnaire results were received and can be processed by the researcher. The data analysis was carried out by using structural equation modeling (SEM), also known as Partial Least Squares (PLS). The results of the research obtained by researcher show that the perceived usefulness and perceived ease of use has a positive influence on interest in use, and the perceived ease of use has a positive influence on perceived usefulness.*

***Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Behavioral Intention, Electronic Money***

### **Abstrak**

Salah satu fenomena yang terjadi di Indonesia pada era ekonomi digital ini adalah masyarakat Indonesia yang sudah mulai menerapkan sistem pembayaran yang menggunakan uang elektronik. Oleh karena itu, peneliti menetapkan rumusan masalah sebagai berikut: "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital GO-PAY." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik. Adapun model pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Technology Acceptance Model (TAM). Penelitian ini dilakukan pada para pengguna layanan pembayaran digital GO-PAY yang berdomisili di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel kemudahan. Sedangkan data yang diperoleh berupa data primer karena pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner online. Sebanyak 125 hasil kuesioner diterima dan seluruhnya dapat diolah oleh peneliti. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian atau Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian yang diperoleh adalah persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan, serta persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi kebermanfaatan.

---

\*Alamat kini: Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350  
Penulis untuk Korespondensi: Telp. (021) 65307062 Ext. 708, Email: tony.sitinjak@kwikkiangie.ac.id

**Kata kunci: TAM, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, Minat Penggunaan, Uang Elektronik****Pendahuluan**

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi kehidupan manusia, kehidupan manusia saat ini sangat dimudahkan oleh teknologi sehingga teknologi sudah menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Salah satu hal yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi adalah sistem pembayaran dimana sistem pembayaran sudah dapat dilakukan secara digital. Saat ini negara Indonesia sudah memasuki era ekonomi digital. Hal ini ditunjukkan oleh semakin banyak masyarakat Indonesia yang memanfaatkan internet dalam berbagai bidang kehidupannya, mulai dari edukasi, kesehatan, dan ekonomi. Dalam bidang ekonomi, kegiatan perdagangan di Indonesia sudah memanfaatkan internet sehingga komunikasi antara penjual dan pembeli serta transaksi jual-beli dapat dilakukan secara *online*. Masyarakat Indonesia juga sudah mulai menerapkan sistem pembayaran yang menggunakan uang elektronik atau e-money sehingga pembayaran tidak hanya dilakukan dengan menggunakan uang tunai atau uang kartal (uang kertas dan logam) saja.

Masyarakat Indonesia kini sudah mulai menggunakan uang elektronik untuk membayar tol, ojek *online*, parkir, belanja *minimarket*, dan membeli pulsa. Namun, sebagian dari penerapan penggunaan uang elektronik di Indonesia ternyata masih bersifat paksaan. Masyarakat masih harus dipaksa oleh pemerintah agar terbiasa untuk menggunakan uang elektronik. Contohnya seperti pembayaran tiket Kereta Rangkaian Listrik (KRL) yang wajib menggunakan uang elektronik atau pembayaran secara tunai yang tidak diterima lagi di semua pintu tol yang ada di Indonesia. Bahkan perusahaan-perusahaan penerbit uang elektronik juga setengah memaksa masyarakat untuk menggunakan uang elektronik dalam strategi pemasaran produknya, seperti perusahaan Lippo Group yang mewajibkan pengunjung pusat perbelanjaan anggota Lippo Malls untuk menggunakan layanan pembayaran digital OVO ketika membayar parkir mal atau

perusahaan GO-JEK yang mengadakan festival makanan GO-FOOD festival dimana pengunjung festival diwajibkan untuk membayar dengan layanan pembayaran digital GO-PAY.

Selain itu, apabila dibandingkan dengan kartu debit, jumlah uang elektronik yang beredar masih jauh di bawah jumlah kartu debit yang beredar di Indonesia. Uang elektronik dan kartu debit menawarkan manfaat utama yang sama, yaitu efisiensi pembayaran. Namun masih banyak masyarakat yang lebih memilih untuk menggunakan kartu debit daripada uang elektronik ketika melakukan pembayaran non-tunai.

Dikutip dari *Journal of Information System and Technology Management* Vol. 14, No. 1 (2017), Fred Davis menjelaskan bahwa terdapat dua variabel yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi, yaitu: persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Masyarakat tidak perlu setengah dipaksa menggunakan uang elektronik jika pengguna uang elektronik merasakan kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) penggunaan uang elektronik, jika masyarakat mempersepsi kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan uang elektronik dengan positif dan merasakan manfaat dan mudahnya menggunakan uang elektronik maka akan timbul minat penggunaan (*Behavioral Intention*) uang elektronik dan kedepan mungkin penggunaan uang elektronik akan mengalahkan penggunaan kartu debit. Seberapa besar pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan mempengaruhi minat penggunaan menjadi dasar alasan penelitian ini.

GO-JEK merupakan sebuah perusahaan teknologi yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Selain menyediakan layanan transportasi, GO-JEK juga menyediakan layanan pembayaran digital, yaitu GO-PAY. Dikutip dari blog resmi milik GO-JEK, pada Oktober 2017 tercatat bahwa

total transaksi melalui GO-PAY telah berhasil berkontribusi sebesar 30% pada keseluruhan transaksi non-tunai yang terjadi di Indonesia. Oleh karena kesuksesan GO-JEK dalam memasarkan uang elektroniknya di Indonesia, maka penulis memutuskan untuk menjadikan GO-PAY sebagai objek pada penelitian ini.

## Landasan Teori dan Hipotesis

### *Theory of Reasoned Action (TRA)*

Dikutip dari *Journal of Information System and Technology Management* Vol. 14, No. 1 (2017), *Theory of Reasoned Action (TRA)* merupakan teori yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Teori ini bertujuan untuk memprediksi bagaimana seseorang akan berperilaku berdasarkan niat individu tersebut untuk melakukan perilaku.

Niat untuk melakukan suatu perilaku (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu: (1) sikap seseorang terhadap perilaku (*attitude*) dan (2) norma subjektif (*subjective norms*). Sikap seseorang terhadap perilaku (*behavioral intention*) merupakan perasaan positif atau negatif seseorang tentang membeli atau menggunakan produk tertentu (Solomon, 2018: 299-300). Sedangkan norma subjektif (*subjective norms*) adalah perasaan positif atau negatif seseorang terhadap pemikiran orang lain mengenai apa yang harus ia lakukan dimana pemikiran tersebut datang dari orang yang dianggap penting oleh individu tersebut, seperti: keluarga, teman, dan rekan kerja (Schiffman dan Wisenblit, 2015: 184).

Terdapat dua faktor yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang terhadap perilaku (*attitude*), yaitu: (1) keyakinan akan kemungkinan hasil yang terjadi dari sebuah perilaku (*behavioral beliefs*) dan (2) evaluasi hasil tersebut (*outcome evaluation*) (Ajzen, 2006). Sedangkan faktor yang digunakan untuk mengukur norma subjektif (*subjective norms*) adalah: (1) intensitas keyakinan normatif yang merupakan keyakinan terhadap ekspektasi normatif orang lain mengenai apakah kita harus atau tidak harus melakukan suatu perilaku (*normative beliefs*) dan (2) motivasi untuk menuruti ekspektasi tersebut (*motivation to comply*) (Solomon, 2018: 299).

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan memutuskan untuk melakukan suatu perilaku tertentu apabila ia memiliki pengalaman positif melakukan perilaku tersebut di masa lalu dan perilaku tersebut didukung oleh orang-orang yang ada di lingkungannya.

### *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Dikutip dari *Journal of Information System and Technology Management* Vol. 14, No. 1 (2017), *Theory of Planned Behavior (TPB)* merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991. TPB merupakan perkembangan dari TRA dimana TPB menambahkan faktor ketiga yang mempengaruhi niat untuk melakukan suatu perilaku, yaitu keyakinan tentang adanya faktor-faktor yang mungkin dapat memfasilitasi atau menghalangi kinerja dari sebuah perilaku (Ajzen, 2006).

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan memutuskan untuk melakukan suatu perilaku tertentu apabila ia memiliki pengalaman positif melakukan perilaku tersebut di masa lalu, perilaku tersebut didukung oleh orang-orang yang ada di lingkungannya, dan hanya terdapat sedikit kendala ketika ia ingin melakukan perilaku tersebut.

### *Technology Acceptance Model (TAM)*

Dilansir dari *Journal of Information System and Technology Management* Vol. 14, No. 1 (2017), Fred Davis mengembangkan sebuah alat untuk menilai dan memprediksi kemungkinan diterimanya sebuah sistem informasi atau teknologi oleh masyarakat bernama *Technology Acceptance Model (TAM)* pada tahun 1986. Model ini kemudian direvisi oleh Davis, Bogozzi, dan Warshaw pada tahun 1989 dan oleh Venkatesh dan Davis pada tahun 1996.

Davis menggunakan TAM untuk menjelaskan perilaku penggunaan (*usage behavior*) pada sebuah teknologi. Tujuan dari TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor penentu diterimanya sebuah teknologi yang kemudian akan menjelaskan perilaku pengguna pada berbagai teknologi komputasi pengguna akhir (*end-user computing*). Pada dasarnya TAM menguji dua variabel, yaitu

persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua variabel tersebut yang akan menentukan minat penggunaan (*behavioral intention*) seseorang terhadap sebuah teknologi. Persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) seseorang terhadap sebuah teknologi dipengaruhi oleh faktor-faktor yang disebut sebagai variabel eksternal (*external variables*).

Dilansir dari Jurnal *Information System Research* Vol. 11, No. 4 (2000), dijelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dapat dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) karena semakin mudah sebuah teknologi untuk digunakan, maka akan semakin bermanfaat pula teknologi tersebut.

Pada TAM versi terakhir, variabel sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude towards using a technology*) dihilangkan karena adanya pengaruh yang kuat dari persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap minat penggunaan (*intention to use*), sedangkan pengaruh persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap variabel sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude towards using a technology*) tergolong lemah. Hal ini disebabkan karena ketika sebuah teknologi memberikan manfaat, masyarakat akan tetap berminat untuk menggunakan teknologi tersebut walaupun mereka tidak memiliki sikap yang positif terhadap teknologi tersebut.

### **Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*)**

Menurut Davis (dalam Lai, 2017), persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem (contoh: sistem pembayaran elektronik) dapat meningkatkan kinerjanya. Adapun indikator-indikator dari persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) menurut Davis (dalam Fatmawati, 2015) adalah sebagai berikut: mempercepat pekerjaan (*work more quickly*), meningkatkan kinerja (*improve job performance*), meningkatkan produktivitas (*increase*

*productivity*), efektifitas (*effectiveness*), mempermudah pekerjaan (*make job easier*), dan bermanfaat (*useful*).

Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerjanya, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat.

H1: Terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY.

### **Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)**

Menurut Davis (dalam Lai, 2017), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Adapun indikator-indikator dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menurut Davis (dalam Fatmawati, 2015) adalah sebagai berikut: mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*) dan mudah digunakan (*easy to use*).

Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat. Selain minat penggunaan, persepsi orang tersebut mengenai kebermanfaatan teknologi juga akan menjadi semakin baik.

H2: Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY.

H3: Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kebermanfaatan layanan pembayaran digital GO-PAY.

### Minat Penggunaan (*Behavioral Intention*)

Menurut Fatmawati (2015), minat penggunaan (*behavioral intention*) sistem informasi adalah “niat perilaku pengguna untuk menggunakan sistem informasi, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan sistem informasi perpustakaan tersebut”.

Sedangkan Jati (2012) mendefinisikan minat penggunaan (*behavioral intention*) teknologi informasi sebagai tingkat keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi.

Berdasarkan teori TAM, minat penggunaan (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan berminat untuk menggunakan sebuah teknologi apabila ia meyakini bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan teknologi tersebut juga dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim.

Adapun menurut Pratiwi, Indriani, & Sugiarto (2017), indikator-indikator minat penggunaan (*behavioral intention*) adalah sebagai berikut: akan bertransaksi, akan merekomendasikan, dan akan terus menggunakan.

### Metodologi Penelitian

Teknik sampling yang digunakan adalah convenience sampling dengan sampel 125 responden dan obyek penelitian layanan pembayaran digital GO-PAY. Sedangkan subjek pada penelitian ini adalah para pengguna layanan pembayaran digital GO-PAY yang berdomisili di Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik komunikasi dengan instrument

kuesioner secara on line. Pengolahan data menggunakan *software* SPSS Statistics 22 dan SmartPLS 3.0.

Variabel penelitian yang digunakan adalah 1) persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai variabel bebas dan minat penggunaan (*behavioral intention*) sebagai variabel tergantung.

Pengukuran dilakukan melalui butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dengan skala likert dan indikator pengukuran pengukuran untuk variabel 1) Persepsi bermanfaat (mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah untuk menjadi terampil/mahir, dan mudah digunakan). 2) Kemudahan penggunaan (mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, efektifitas, mempermudah pekerjaan, dan bermanfaat. 3) Minat penggunaan (akan bertransaksi, akan merekomendasikan, dan akan terus menggunakan).

### Hasil dan Pembahasan

#### Analisis Deskriptif

Dari 125 responden yang mengisi kuesioner, diketahui bahwa mayoritas responden berdomisili di Jakarta Utara, berusia 19 tahun, berjenis kelamin wanita, dan merupakan seorang pelajar.

Responden yang berdomisili di Jakarta Utara sebanyak 49 responden atau 39,2%. Responden yang berada dalam kelompok usia 15-22 tahun sebanyak 65 responden atau 52%. Setelah dilakukan perhitungan statistika, diketahui bahwa modus usia responden dalam penelitian ini adalah 19 tahun yang artinya responden yang berusia 19 tahun merupakan responden terbanyak dalam penelitian ini.

Responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 70 responden atau 56% dan responden yang merupakan seorang pelajar sebanyak 66 responden atau 52,8%.

**Tabel 1**  
**Skor Rata-Rata Indikator dan variabel**

No	Indikator/Variabel	Skor Indikator	Skor Variabel
1	<b>Persepsi Kebermanfaatan</b> - mudah dipelajari - dapat dikontrol - jelas dan dapat dipahami - fleksibel - mudah untuk menjadi terampil/mahir - mudah digunakan Rata-rata	4,36 3,97 4,25 4,02 4,22 4,42	4,21
2	<b>Persepsi Kemudahan Penggunaan</b> - mempercepat pekerjaan - meningkatkan kinerja - meningkatkan produktivitas - efektifitas - mempermudah pekerjaan - bermanfaat Rata-rata	4,46 4,42 4,32 4,25 4,54 4,50	4,42
3	<b>Minat Penggunaan</b> - akan bertransaksi - akan merekomendasikan - akan terus menggunakan Rata-rata	4,45 4,02 4,10	4,19

Peneliti melakukan analisis skor rata-rata yang diperoleh pada setiap variabel untuk memperoleh hasil posisi jawaban mayoritas responden. Hasil yang diperoleh adalah nilai rata-rata per variabel, untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan berada pada rentang skala 4,20-5,00, yaitu sebesar 4,21 yang artinya mayoritas responden menilai bahwa layanan pembayaran digital GO-PAY sangat mudah untuk digunakan dengan skor tertinggi pada mudah digunakan dan mudah dipelajari.

Nilai rata-rata per variabel persepsi kebermanfaatan berada pada rentang skala 4,20-5,00, yaitu sebesar 4,42 yang artinya mayoritas responden menilai bahwa layanan pembayaran digital GO-PAY sangat bermanfaat dengan skor tertinggi pada mempermudah pekerjaan dan bermanfaat.

Nilai rata-rata per variabel minat penggunaan berada pada rentang skala 3,40-4,19, yaitu sebesar 4,19 yang artinya mayoritas responden memiliki minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY yang tinggi dengan skor tertinggi pada akan bertransaksi dengan menggunakan GO-PAY.

#### **Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) Uji Validitas Konvergen**

Uji validitas konvergen dapat diukur dengan parameter nilai *Outer Loading* dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai *outer loading* yang diperoleh peneliti setelah melakukan iterasi algoritma PLS adalah sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Nilai *Outer Loading* Konstruk Reflektif**

Indikator	<i>Outer Loading</i>	Kriteria	Validitas
X1	0,833	> 0,7	Valid
X2	0,753	> 0,7	Valid
X3	0,876	> 0,7	Valid
X4	0,754	> 0,7	Valid
X5	0,845	> 0,7	Valid
X6	0,872	> 0,7	Valid

**Tabel 2 (lanjutan)**

**Nilai *Outer Loading* Konstruk Reflektif**

Y1	0,777	> 0,7	Valid
Y2	0,854	> 0,7	Valid
Y3	0,838	> 0,7	Valid
Y4	0,765	> 0,7	Valid
Y5	0,885	> 0,7	Valid
Y6	0,831	> 0,7	Valid
Y7	0,822	> 0,7	Valid
Y8	0,851	> 0,7	Valid
Y9	0,862	> 0,7	Valid

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa nilai *outer loading* dari setiap indikator memiliki nilai di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang mengukur variabel minat penggunaan berkorelasi tinggi dengan konsep teoritis.

Sedangkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk variabel minat penggunaan yang diperoleh dari hasil output iterasi algoritma PLS adalah 0,715. Nilai ini telah memenuhi kriteria uji validitas

konvergen yaitu nilai AVE harus lebih besar dari 0,5.

**Uji Validitas Diskriminan**

Uji validitas konvergen dapat diukur dengan parameter nilai *Cross Loading*, nilai *cross loading* dalam suatu variabel harus di atas 0,7 agar dapat dianggap valid. Berikut ini hasil *cross loading* yang diperoleh:

**Tabel 3**  
**Nilai *Cross Loading* Konstruk Reflektif**

Indikator	Persepsi Kebermanfaatan	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Minat Penggunaan
X1	0,638	0,833	0,606
X2	0,541	0,753	0,598
X3	0,650	0,876	0,643
X4	0,564	0,754	0,565
X5	0,618	0,845	0,560
X6	0,693	0,872	0,662
Y1	0,777	0,493	0,469
Y2	0,854	0,560	0,481
Y3	0,838	0,567	0,488
Y4	0,765	0,612	0,501
Y5	0,885	0,697	0,619
Y6	0,831	0,740	0,613
Y7	0,643	0,627	0,822
Y8	0,469	0,631	0,851
Y9	0,522	0,609	0,862

Pada tabel 3, dapat dilihat bahwa masing-masing indikator di suatu konstruk berbeda dengan indikator pada konstruk lain. Nilai dari indikator-indikator dengan konstruk yang sama mengumpul pada konstruk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk dapat dikatakan valid.

**Uji Reliabilitas Konstruk Reflektif**

Dalam uji reliabilitas pada konstruk reflektif, dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* dan nilai *Composite Reliability*. Berikut ini hasil *cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang diperoleh:

**Tabel 4**  
**Nilai Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability**  
**Variabel Persepsi Kebermanfaatan**

Indikator	Output	Kriteria	Reliabilitas
<i>Cronbach's Alpha</i>	0,907	> 0,7	Reliabel
<i>Composite Reliability</i>	0,928	> 0,7	Reliabel

**Tabel 5**  
**Nilai Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability**  
**Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Indikator	Output	Kriteria	Reliabilitas
<i>Cronbach's Alpha</i>	0,904	> 0,7	Reliabel
<i>Composite Reliability</i>	0,927	> 0,7	Reliabel

**Tabel 6**  
**Nilai Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability**  
**Variabel Minat Penggunaan**

Indikator	Output	Kriteria	Reliabilitas
<i>Cronbach's Alpha</i>	0,800	> 0,7	Reliabel
<i>Composite Reliability</i>	0,882	> 0,7	Reliabel

Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* telah memenuhi kriteria

yang ada sehingga dapat dikatakan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik.

**Evaluasi Model Struktural (Inner Model)**

**R-Square (Uji Goodness of Fit)**

**Tabel 7**  
**Nilai R-Square**

	R-Square
Persepsi Kebermanfaatan	0,565
Minat Penggunaan	0,563

Berdasarkan pada tabel 7, variabel persepsi kebermanfaatan dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 56,5% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Sementara untuk variabel minat penggunaan

dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan dan variabel persepsi kebermanfaatan sebesar 56,3% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

**f-Square (Effect Size)**

**Tabel 8**  
**Nilai f-Square**

	Minat Penggunaan	Persepsi Kebermanfaatan
Persepsi Kebermanfaatan	0,047	-
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,328	1,301

Berdasarkan pada tabel 8, maka diketahui bahwa : 1)Pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan tergolong “lemah” karena nilai f-Square yang diperoleh sebesar 0,047.; 2) Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat

penggunaan tergolong “kuat” karena nilai f-Square yang diperoleh sebesar 0,328.; 3) Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kebermanfaatan tergolong “kuat” karena nilai f-Square yang diperoleh sebesar 1,301.

**Pengujian Model Struktural atau Hipotesis (Bootstraping)**

**Tabel 9**  
**Path Coefficient (t-statistic)**

Arah Pengaruh	t-statistic	Kriteria (t-table)	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan -> Minat Penggunaan (Hipotesis 1)	2,208	≥ 1,640	Terbukti
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Minat Penggunaan (Hipotesis 2)	6,960	≥ 1,640	Terbukti
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Persepsi Kebermanfaatan (Hipotesis 3)	12,056	≥ 1,640	Terbukti

Kriteria nilai t-table dalam penelitian ini adalah ≥ 1,64 karena penelitian ini menguji hipotesis satu arah pada tingkat alpha = 0,05.

Berdasarkan pada tabel 9 di atas dengan , maka diketahui bahwa:

1. Pada pengujian pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan (Hipotesis 1), nilai t-statistic yang diperoleh adalah 2,208. Oleh karena nilai t-statistic > nilai t-table, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan.
2. Pada pengujian pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan (Hipotesis 2), nilai t-statistic yang diperoleh adalah 6,960. Oleh karena nilai t-statistic > nilai t-table, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan.
3. Pada pengujian pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kebermanfaatan (Hipotesis 3), nilai t-statistic yang diperoleh

adalah 12,056. Oleh karena nilai t-statistic > nilai t-table, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kebermanfaatan.

**Pembahasan**

1. Hipotesis 1 menyatakan bahwa Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan. Atau persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perubahan pada tingkat persepsi kebermanfaatan akan mempengaruhi tingkat minat penggunaan GO-PAY. Adanya pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan secara positif dan signifikan disebabkan oleh jumlah responden penelitian yang mayoritas berusia 19 tahun dimana usia ini termasuk dalam kategori Generasi Y atau Millennial (1977-2000). Anggota generasi ini lahir pada saat teknologi sedang berkembang dengan pesat sehingga mereka yang lahir pada generasi ini sudah terbiasa untuk menggunakan berbagai teknologi yang membuat segala kegiatan menjadi serba

instan. Oleh karena itu, ketika sebuah teknologi tidak memberikan manfaat, maka minat untuk menggunakan teknologi tersebut akan menjadi rendah karena responden merasa bahwa sudah seharusnya semua teknologi termasuk uang elektronik dapat mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, bekerja dengan efektif, dan bermanfaat.

2. Hipotesis 2 menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan atau persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perubahan pada tingkat persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi tingkat minat penggunaan GO-PAY. Adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan secara positif dan signifikan disebabkan oleh jumlah responden penelitian yang mayoritas berusia 19 tahun dimana usia ini termasuk dalam kategori Generasi Y atau Millennial (1977-2000). Anggota generasi ini lahir pada saat teknologi sedang berkembang dengan pesat sehingga mereka yang lahir pada generasi ini sudah terbiasa untuk menggunakan berbagai teknologi yang mudah untuk dioperasikan. Berbeda dengan teknologi yang digunakan oleh anggota Generasi X (1965-1976) dimana teknologi yang digunakan masih rumit dan sulit untuk dioperasikan. Contohnya, mesin ketik yang digunakan pada tahun 1980an dibandingkan dengan laptop yang digunakan oleh masyarakat saat ini. Oleh karena itu, ketika sebuah teknologi sulit untuk digunakan, maka minat anggota generasi millennial untuk menggunakan teknologi tersebut menjadi rendah.
3. Hipotesis 3 menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Persepsi Kebermanfaatan, atau persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap persepsi kebermanfaatan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perubahan pada tingkat persepsi kemudahan penggunaan

akan mempengaruhi tingkat persepsi kebermanfaatan pada GO-PAY. Hasil pengujian ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis dimana pada teori TAM dikatakan bahwa semakin mudah sebuah teknologi untuk digunakan, maka akan semakin bermanfaat pula teknologi tersebut. Adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kebermanfaatan secara positif dan signifikan dikarenakan oleh karena ketika GO-PAY mudah untuk digunakan, maka waktu yang dibutuhkan untuk mengoperasikan GO-PAY menjadi lebih singkat. Hal ini menjadi nilai tambah pada persepsi kebermanfaatan pengguna GO-PAY.

## Simpulan dan Saran

### Simpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan dengan merujuk kepada pendekatan teoritis yang digunakan dan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY.
2. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung serta tidak langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital GO-PAY.
3. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap persepsi kebermanfaatan.

### Saran

Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel perilaku penggunaan agar dapat diketahui bagaimana pengaruh minat penggunaan terhadap perilaku penggunaan sebuah teknologi uang elektronik serta menambah objek penelitian serupa agar

dapat dilakukan perbandingan minat terhadap kedua objek tersebut. Selain itu, jumlah responden dapat ditambah agar hasil penelitian yang diperoleh dapat digeneralisasikan.

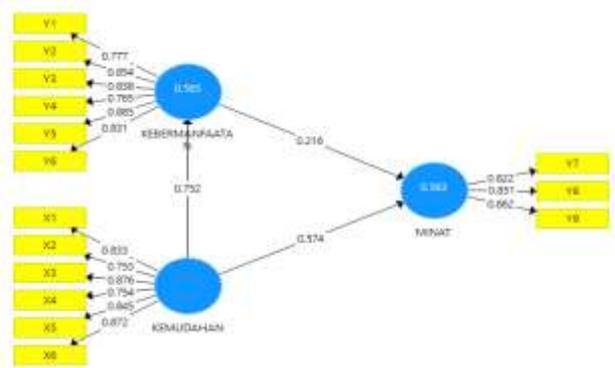
### Daftar Pustaka

- Abdillah, Willy., Jogiyanto (2015), *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ajzen, Icek (2006), *Behavioural Intervention Based on the Theory of Planned Behaviour*, diakses 14 November 2018, [https://www.researchgate.net/publication/245582784\\_Behavioral\\_Interventions\\_Based\\_on\\_the\\_Theory\\_of\\_Planned\\_Behavior](https://www.researchgate.net/publication/245582784_Behavioral_Interventions_Based_on_the_Theory_of_Planned_Behavior)
- Al-Ziadat, Mamdouh T. et al (2013), *Factors Affecting University Student's Attitudes toward E-Commerce: Case of Mu'tah University*, International Journal of Marketing Studies, Vol. 5, No. 5, hlm. 88-93.
- Amin, M. B. (2012), *Budaya Ekonomi Digital Kalangan Masyarakat Menengah Atas*, Makalah disajikan dalam Seminar Kelas Ilmu Budaya Dasar, Universitas Gunadarma, Jakarta, 17 Agustus.
- Bank Indonesia 2011, *Sistem Pembayaran di Indonesia*, diakses 10 Oktober 2018, <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/Default.aspx>
- Bank Indonesia. 2009. *Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*.
- Cooper, Donald R., Schindler, Pamela S. (2014), *Business Research Methods*, Edisi 12, New York: McGraw-Hill/Irwin.
- 'Easier Payments with GO-PAY' 2017, Gojek Engineering, diakses 4 November 2018, <https://blog.gojekengineering.com/easier-payments-with-gopay-2de099aabe0>
- Goodhue, Dale L., Lewis, William., & Thompson, Ron (2012), *Does PLS Have Advantages for Small Sample Size or Non-Normal Data?*, diakses 20 Maret 2019, <https://aisel.aisnet.org/misq/vol36/iss3/18/>
- 'Fakta Menarik Seputar E-money di Masyarakat' 2017, Cermati.com, diakses 18 November 2018, <https://www.cermati.com/artikel/fakta-menarik-seputar-e-money-di-masyarakat>
- Fatmawati, Endang (2015), *Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*, Jurnal Iqra', Vol. 9, No. 1, hlm. 1-13.
- Ghozali (2014), *Structural Equation Modeling Model Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, Edisi 4, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jati, Jamitko Nugroho., Laksito, Herry (2012), *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang)*, Diponegoro Journal of Accounting, Vol. 1, No. 2, hlm. 1-15.
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary (2018), *Principles of Marketing*, Edisi 17, Essex: Pearson Education Limited.
- Lai, PC (2017), *The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology*, JISTEM - Journal of Information System and Technology Management, Vol. 14, No. 1, hlm. 21-38.
- Nurmalasari, Ajeng (2018), Skripsi: *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017), *Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Minat Menggunakan T-Cash di Kota Semarang*, Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 26, No. 1, hlm. 76-88.
- Renny., Guritno, Suryo., & Siringoringo, Hotniar (2013), *Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude towards Online Shopping Usefulness towards Online Airlines Ticket Purchase*, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol. 81, hlm. 212-216.
- Riduwan (2015), *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung: Alfabeta.
- Riduwan., Sunarto, H. (2009), *Pengantar Statistika*, Bandung: Alfabeta.
- Santoso, Singgih (2005), *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G., Wisenblit, Joseph (2015), *Consumer Behavior*, Edisi 11, Essex: Pearson Education Limited.
- Sekaran, Uma., Bougie, Roger (2016), *Research Methods for Business A Skill-Building Approach*, Edisi 7, Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Solomon (2018), *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, Edisi 12, Essex: Pearson Education Limited.
- Venkatesh, Viswanath (2000), *Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model*, INFORMS Information Systems Research, Vol. 11, No. 4, hlm. 342-365.
- Waspada, Ikaputera (2012), *Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan*, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 16, No. 1, hlm. 122-131.

**LAMPIRAN:**

**1. Path Diagram**



Sumber: Output SmartPLS 3.0

**2. HASIL UJI R-SQUARE**

**R Square**

Matrix	R Square	R Square Adjusted
KEBERMANFA...	0.565	0.562
MINAT_	0.563	0.556

**3. HASIL UJI F-SQUARE**

**f Square**

Matrix	T Square
KEBERMANFA...	0.047
KEMUDAHAN	6.328
MINAT	

**4. HASIL UJI HIPOTESIS (BOOTSTRAPING)**

**Path Coefficients**

	Original Sampl...	Sample Mean [...]	Standard Devia...	T Statistics ( O...
KEBERMANFAATAN -> MINAT_	0.216	0.209	0.098	2.208
KEMUDAHAN -> KEBERMANFAATAN	0.752	0.743	0.062	12.056
KEMUDAHAN -> MINAT_	0.574	0.577	0.082	6.960