

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*, *PERCEIVED TRUST*, *PERCEIVED SELF-EFFICACY*, *PERCEIVED EASE OF USE*, DAN *PERCEIVED SECURITY* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
(Studi Pada Pengguna Fitur Layanan *Go Pay* di STIE Madani Balikpapan Tahun 2019)**

Oka Meliyana Fatimah, Syamsiah
STIE Madani Balikpapan
Email: okameli45@gmail.com
Syamsiah@stiemadani.ac.id

Abstrak

Artikel Info

Sejarah Artikel:

Diterima: 24 Juli 2023

Selesai Revisi: 3 Oktober 2023

Dipublikasi: Oktober 2023

Kata Kunci: *perceived usefulness, perceived trust, perceived self-efficacy, perceived ease of use, perceived security, minat, behavior intention, go pay, financial technology*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perceived usefulness, perceived trust, perceived self-efficacy, perceived ease of use dan perceived security terhadap minat menggunakan financial technology go pay. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa-mahasiswa STIE Madani Balikpapan yang telah menggunakan financial technology go pay. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan total sampel yaitu 81 responden. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM) dengan Partial Least Square (PLS) dengan alat analisis

SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived usefulness, perceived trust, dan perceived security berpengaruh positif terhadap minat menggunakan go pay. Sedangkan perceived self-efficacy dan perceived ease of use tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan go pay.

PENDAHULUAN

Teknologi hadir dan berkembang memudahkan segala aktivitas manusia terutama di bidang sosial dan ekonomi. Teknologi keuangan (*financial technology*) memunculkan inovasi-inovasi baru khususnya untuk memenuhi dan mendukung kegiatan manusia menjadi semakin efisien, cepat, aman dan nyaman. *Fintech* mengacu pada integrasi keuangan dan teknologi dan berbeda dari keuangan elektronik, dimana keuangan elektronik terus mendukung secara teknis sistem keuangan yang ada saat ini. *Fintech* memiliki asset inovasi yang bisa mengganggu dan mengubah *value chain* keuangan yang sudah ada saat ini (ByeongHoon dkk., 2016).

Sejalan dengan berkembangnya *Financial technology*, jumlah pengguna jasa internet di Indonesia mengalami kenaikan. Perkembangan teknologi juga didukung dengan gaya hidup dari penggunaan internet. Berdasarkan data survey APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa

Internet Indonesia) tahun 2018 sebanyak 64,8 % atau 171,17 juta penduduk Indonesia menggunakan jasa internet. Penggunaan perangkat seluler dengan akses internet yang digunakan sebagai alat pembayaran sejalan dengan program Bank Indonesia yang mencanangkan gerakan non tunai sejak tahun 2014 (www.bi.go.id). Selain itu, berkembangnya *financial technology* ditandai dengan munculnya perusahaan rintisan atau *startup* sebagai pendorong kemajuan perkembangan *financial technology* di Indonesia. Munculnya *startup* yang mendorong timbulnya *financial technology* yang mampu menggeser kebiasaan konsumen bertransaksi dari konvensional ke *digital*. *Financial technology* dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.

Adiningsih (2019: 89) menyebutkan secara umum ada beberapa jenis *fintech* yang berkembang di Indonesia yaitu *online payment*, pinjaman *peer to peer*, teknologi asuransi, *aggregator* dan *crowdfunding*. Berdasarkan kelima jenis *fintech* tersebut *online payment* menjadi jenis *fintech* yang masih mendominasi. Aplikasi berbasis *online* mulai mudah ditemui dalam berbagai aplikasi *mobile*. Di Indonesia *Fintech (financial technology)* terus mengalami pertumbuhan yang mampu memicu pertumbuhan inklusi keuangan. *Go pay* merupakan salah satu fitur layanan pembayaran yang ada dalam gojek, Penggunaan *go pay* dapat dilakukan dengan mengisi saldo melalui *m-banking*, *sms-banking*, *i-banking* atau *top up* melalui *driver* gojek. Melalui fitur layanan *go pay* ini *customer* atau pelanggan dapat merasakan banyak manfaat salah satunya ialah seluruh permintaan dari penggunaan layanan gojek dapat dengan mudah terselesaikan tanpa harus meminta tagihan dan cukup melakukan konfirmasi atas jumlah yang harus dibayar sesuai dengan permintaan.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu Yen Teoh (2013) ada beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile payment*. Yeow *et al.* (2017) pengguna bersedia menerima inovasi jika inovasi tersebut memiliki manfaat tertentu bagi pengguna dibandingkan dengan tidak ada, artinya bahwa adanya manfaat yang diterima dari fasilitas berupa fitur layanan pembayaran *go pay* yang disediakan oleh gojek akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi para pengguna fitur layanan tersebut. Salah satu faktor lambatnya penggunaan dari *mobile payment* dapat terjadi karena kegagalan dalam memperkenalkan *usefulness* (manfaat kegunaan) dari penggunaan *mobile payment* kepada pengguna potensial.

Selain faktor manfaat, kemudahan penggunaan (*ease of use*) juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *mobile payment*. Menurut Davis (1989) *Ease of use* (kemudahan penggunaan) diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Seorang individu mungkin menemukan bahwa sistem sulit untuk digunakan meskipun individu tersebut percaya bahwa sistem ini berguna. Seperti yang diungkapkan Davis dalam Jogiyanto (2007: 115) Teori TAM menganggap pengadopsian teknologi oleh pengguna ditentukan oleh dua persepsi yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. TAM merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Keberhasilan penggunaan *mobile payment* tidak hanya didukung dengan adanya manfaat dan kemudahan penggunaan dari *mobile payment* yang digunakan tetapi juga kepercayaan pengguna dalam memutuskan untuk menggunakan *mobile payment* yang dirasa aman bagi konsumen. Kim *et al.* (2010) menyatakan bahwa kepercayaan pada sistem pembayaran elektronik memiliki definisi sebagai kepercayaan konsumen bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diproses sesuai dengan harapan konsumen.

Sistem keamanan pada *mobile payment* yang baik dapat meningkatkan rasa percaya pengguna terhadap sistem pembayaran yang juga akan meningkatkan penggunaan *mobile payment* tersebut. keamanan (*security*) adalah serangkaian prosedur, mekanisme dan program *computer* untuk mengautentikasi sumber informasi dan memastikan integritas dan privasi untuk menghindari masalah data dan jaringan. Keamanan berkaitan dengan bagaimana sistem pembayaran elektronik dapat melindungi transaksi konsumen (Junadi dan Sfenrianto, 2015).

KERANGKA TEORI

a. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of planned behavior menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh suatu intensi, yang merupakan fungsi dari tingkah laku terhadap perilaku norma subjektif. Intensi mampu memprediksi perilaku dengan sangat baik. Teori ini merupakan perkembangan dari teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action* atau TRA) dikenalkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) merupakan teori-teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi informasi untuk tingkat individual. Teori *Signaling*

b. *Theory Technology Acceptance Model (TAM)*

Theory Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Model penerimaan teknologi ini dikembangkan oleh Davis *et al.* (1989) berdasarkan model *theory of reasoned action*. TAM memiliki dua konstruk utama yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut.

c. *Financial technology (Fintech)*

Financial technology atau Teknologi finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/ atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/ atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (www.bi.go.id).

d. *Mobile payment*

Mobile payment merupakan metode pembayaran baru untuk pembelian produk dan layanan yang menggunakan semua jenis perangkat seluler dan komunikasi teknologi nirkabel. Dalam metode baru ini, perangkat seluler dapat juga digunakan untuk melakukan berbagai jenis pembayaran kecil (Liu dan Tai, 2016).

e. *Minat perilaku penggunaan*

Minat perilaku penggunaan adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

f. *Penggunaan Sistem*

Penggunaan sistem (*actual system usage*) adalah kondisi nyata penggunaan sebuah sistem teknologi informasi yang merupakan bentuk pengukuran terhadap seberapa sering dan lamanya waktu penggunaan teknologi (Davis, 1989).

g. *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness atau persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Artinya bahwa kegunaan merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Dengan demikian jika seorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna

maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007: 114).

h. ***Perceived Trust***

Menurut Jogiyanto (2007: 397) menyebutkan bahwa kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi tentang teknologi informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil (*outcomes*) yang berkaitan dengan penggunaan teknologinya. Lewis *et al.* (2003) dalam Jogiyanto (2007: 398) berpendapat bahwa kepercayaan-kepercayaan individual terhadap teknologi informasi di pengaruhi oleh tiga faktor yaitu, faktor individual, faktor sosial dan faktor institusional. *Perceived trust* merupakan faktor yang telah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian mengenai penerimaan teknologi.

i. ***Perceived Self-Efficacy***

Keyakinan sendiri (*self-efficacy*) adalah persepsi individual mengenai kemampuannya sendiri untuk melakukan suatu perilaku. Pada beberapa penelitian sistem informasi, keyakinan sendiri (*self-efficacy*) sudah di temukan sebagai penentu untuk bermacam-macam persepsi-persepsi pemakai terhadap suatu teknologi. Compeau dan Higgins (1995) dalam Jogiyanto (2007: 405-406) berargumentasi bahwa keyakinan sendiri (*self-efficacy*) mempengaruhi ekspektasi-ekspektasi hasil. Ekspektasi-ekspektasi hasil ini terdiri dari dua konstruk, yaitu hasil-hasil kinerja (*performance outcomes*) dan hasil-hasil individual (*personal outcomes*). Hasil-hasil kinerja (*performance outcomes*) termasuk item-item yang mirip dengan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), dan hasil-hasil individual (*personal outcomes*) berhubungan dengan ekspektasi-ekspektasi individual untuk meningkatkan *image* atau statusnya pada suatu organisasi.

j. ***Perceived Ease of Use***

Ease of use (Kemudahan Penggunaan) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Artinya diketahui bahwa kemudahan penggunaan juga merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan (Jogiyanto, 2007: 115). Selanjutnya menurut Putri, dkk (2018) ada dua faktor yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan diantaranya yaitu: (1) harapan pelanggan; dan (2) kinerja atau hasil yang mereka rasakan. Jika dikaitkan

dengan *Perceived ease of use* maka hubungannya ialah perasaan yang dirasakan oleh pihak konsumen yang didasarkan atas kemudahan dan kemanfaatan dari layanan tersebut.

k. ***Perceived Security***

Keamanan adalah serangkaian prosedur, mekanisme dan program komputer untuk mengautentikasi sumber informasi dan memastikan integritas dan privasi untuk menghindari masalah data dan jaringan. Keamanan pada dasarnya bukan hanya merujuk kepada serangan terhadap sistem informasi, melainkan juga kesesuaian penggunaan sistem informasi dengan aturan sehingga mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada sistem informasi, gangguan-gangguan sering dilakukan baik secara tidak sengaja atau secara sengaja. Kesalahan-kesalahan yang disengaja dilakukan oleh manusia untuk tujuan tertentu, misalnya untuk mencuri data.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8).

B. Metode Analisis

Metode analisis data dan pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS). *Structural Equation Model* (SEM) memiliki kemampuan untuk mengukur variabel laten yang secara tidak langsung diukur tetapi melalui estimasi indikator atau parameternya, selain itu SEM juga dapat melakukan analisis faktor, analisis jalur dan regresi (Jogiyanto dan Abdillah, 2016:4).

1) Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu demografi responden. Selain itu juga menjelaskan jumlah kuesioner yang kembali dan perbandingan dengan kuesioner yang dikirim dengan menyajikan tabel distribusi frekuensi. Termasuk dalam statistik deskriptif antarlain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram,

perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase (Sugiyono, 2016:200).

2) Uji *Non Response Bias*

Adanya kemungkinan tingkat pengembalian (*response reate*) yang sangat rendah berdampak pada keputusan menggeneralisasi sampel dari sebuah populasi yang diteliti karena kemungkinan terjadi perbedaan antara kuesioner yang kembali dan yang tidak kembali. Kondisi ini biasa disebut dengan *non response bias*.

3) Uji Instrumen Kuesioner

Uji instrumen perlu dilakukan, meskipun dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner yang sudah ada. Uji instrumen kuesioner diperlukan untuk menguji lebih lanjut, karena akan digunakan pada situasi (tempat dan waktu), serta responden yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya (Jogiyanto, 2016:35-36). Uji instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji pilot (*pilot test*). Sampel yang digunakan dalam uji pilot sekitar 10-30 responden, responden tidak harus merupakan bagian dari populasi targetnya, tetapi dapat berupa individual-individual yang terpilih memahami isu yang diteliti (Jogiyanto, 2016:32). Uji selanjutnya adalah uji lapangan akhir (*final field test*). Pengujian lapangan ini difokuskan pada uji validitas konstruk. Validitas konstruk dapat dinilai melalui validitas konvergen, validitas diskriminan dan analisis faktor.

4) Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial (statistik induktif atau statistik probabilitas) merupakan suatu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2016:201). Analisis data statistik inferensial dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0 (Partial Least Square)* mulai dari pengukuran model, struktur model, dan pengujian hipotesis sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan.

5) Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji dugaan jawaban yang diajukan berdasarkan rumusan masalah. Dalam melakukan pengujian hipotesis nilai koefisien path atau inner model menunjukkan tingkat signifikansi. Skor koefisien path yang ditunjukkan oleh nilai T-statistik, harus diatas 1,64 untuk hipotesis satu arah (*one tailed*)

dan diatas 1,96 untuk hipotesis dua arah (*two tailed*) (Jogiyanto dan Abdillah, 2016:63). Karena penelitian ini menggunakan hipotesis satu arah maka skor koefisien *path* yang ditunjukkan oleh nilai statistik harus diatas 1,64.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah kuesioner yang kembali sebesar 81 kuesioner atau 93,10% untuk kemudian diolah menggunakan software *SmartPLS 3.0 (Partial Least Square)*.

1) Uji Statistik Deskriptif

Variabel-variabel pada peneilitian ini antara lain *perceived usefulness*, *perceived trust*, *perceived self-efficacy*, *perceived ease of use*, *perceived security* dan minat menggunakan *go pay*. Berdasarkan hasil dari deskripsi statistik atas variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Perceived usefulness</i>	81	18	30	25,43	2,499
<i>Perceived trust</i>	81	19	35	27,46	3,552
<i>Perceived self-efficacy</i>	81	12	25	18,58	3,022
<i>Perceived ease of use</i>	81	15	25	20,83	2,232
<i>Perceived security</i>	81	13	24	19,38	2,286
Minat menggunakango pay	81	21	35	27,19	3,535

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan *Smart PLS 3, 2020*

2) Uji Outer Model

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
USE	0,715	0,731	0,822	0,539
TR	0,836	0,843	0,877	0,505
EFFI	0,796	0,842	0,863	0,614
EASE	0,820	0,856	0,880	0,606
SCR	0,658	0,717	0,850	0,740
FT	0,886	0,891	0,910	0,592

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan *Smart PLS 3, 2020*

Hasil uji validitas dan realibilitas pada masing-masing konstruk sudah dinyatakan valid dan reliabel.

3) Uji Outer Model

Tabel 4. *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Minat Menggunakan <i>Go Pay</i>	0,438

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan *Smart PLS 3*, 2020

Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *R-Square* pada minat menggunakan *go pay* adalah menggunakan *go pay* sebesar 0,438. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa variabel minat menggunakan *go pay* dapat dijelaskan oleh variabel *perceived usefulness*, *perceived trust*, *perceived self-efficacy*, *perceived ease of use*, dan *perceived security* sebesar 43,8% sementara sisanya 56,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient* yang menunjukkan koefisien (*original sample*) dengan nilai *t-statistic*. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian kemudian membandingkan nilai *t-statistic* dengan nilai signifikansi sebesar 1,64. Jika nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai signifikansi maka hipotesis diterima, namun bila nilai *t-statistic* lebih kecil dari nilai signifikansi maka hipotesis ditolak.

Tabel 5. Uji Hipotesis Berdasarkan *Path Coefficient*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Standart Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistic (O/STDEV)</i>	Keputusan
<i>Perceived Usefulness</i> → Minat menggunakan <i>go pay</i>	0,202	0,120	1,683	Diterima
<i>Perceived Trust</i> → Minat menggunakan <i>go pay</i>	0,213	0,117	1,814	Diterima
<i>Perceived Self-Efficacy</i> → Minat menggunakan <i>go pay</i>	0,149	0,091	1,631	Ditolak
<i>Perceived Ease of Use</i> → Minat menggunakan <i>go pay</i>	0,177	0,118	1,495	Ditolak
<i>Perceived Security</i> → Minat menggunakan <i>go pay</i>	0,231	0,100	2,302	Diterima

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan Smart PLS 3, 2020

a. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan *Go Pay*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* mempunyai nilai *t-statistic* sebesar 1,683 atau lebih besar dari nilai signifikansi yaitu sebesar 1,64 (*one tailed*), dengan nilai koefisien (*original sample*) sebesar 0,202. Hasil uji hipotesis menjelaskan bahwa H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat meningkatkan kinerjanya maka, minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat. Hal itu berarti responden telah percaya bahwa dengan menggunakan *financial technology go pay* akan meningkatkan efektifitas mereka dalam bertransaksi.

b. Pengaruh *Perceived Trust* Terhadap Minat Menggunakan *Go Pay*

Hasil pengujian pada menunjukkan bahwa variabel *perceived trust* mempunyai nilai *t-statistic* sebesar 1,814 atau lebih besar dari nilai signifikansi yaitu sebesar 1,64 (*one tailed*), dengan nilai koefisien (*original sample*) sebesar 0,213. Hasil uji hipotesis menjelaskan bahwa H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived trust* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*.

c. Pengaruh *Perceived Self-Efficacy* Terhadap Minat Menggunakan *Go Pay*

Hasil pengujian pada menunjukkan bahwa variabel *perceived self-efficacy* mempunyai nilai *t-statistic* sebesar 1,631 atau lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu sebesar 1,64 (*one tailed*), dengan nilai koefisien (*original sample*) sebesar 0,149. Hasil uji hipotesis menjelaskan bahwa H_3 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *go pay*.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa tingginya kapabilitas dan keahlian seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau sistem informasi tidak menyebabkan seseorang tersebut membutuhkan bantuan dari orang lain dalam mengoperasikan sistem informasi tersebut. Hal ini disebabkan karena seseorang yang memiliki *self-efficacy* tinggi akan mudah untuk beradaptasi dengan teknologi yang baru dan tidak mengalami kesulitan dalam menggunakannya sehingga beranggapan sistem tersebut mudah.

d. Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Menggunakan *Go Pay*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* mempunyai nilai *t-statistic* sebesar 1,495 atau lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu sebesar 1,64 (*one tailed*), dengan nilai koefisien (*original sample*) sebesar 0,177. Hasil uji hipotesis menjelaskan bahwa H_4 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *go pay*. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa atas kemudahan dan kepraktisan dalam penggunaan *go pay* tidak membuat mereka akan selalu menggunakan *go pay* pada setiap transaksi yang dilakukan.

e. Pengaruh *Perceived Security* Terhadap Minat Menggunakan *Go Pay*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *perceived security* mempunyai nilai *t-statistic* sebesar 2,302 atau lebih besar dari nilai signifikansi yaitu sebesar 1,64 (*one tailed*), dengan nilai koefisien (*original sample*) sebesar 0,231. Hasil uji hipotesis menjelaskan bahwa H_5 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived security* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*.

Hasil ini menunjukkan bahwa keamanan merupakan faktor penting dalam mendorong seseorang untuk menggunakan suatu sistem informasi. Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi atau sistem informasi aman digunakan maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*. Kegunaan merupakan hal penting dalam memutuskan untuk menggunakan sesuatu. Ketika sebuah sistem informasi atau teknologi dirasa

berguna serta dapat meningkatkan kinerjanya maka minat dalam menggunakan sistem informasi atau teknologi tersebut akan tinggi.

2. Variabel *perceived trust* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *go pay*. Kepercayaan pengguna adalah faktor penting dalam mendorong keinginan atau minat menggunakan *go pay*. Pengguna berani mengambil resiko dengan harapan dapat memudahkan aktivitas mereka dalam melakukan transaksi sehingga kebutuhan mereka akan terpenuhi.
3. Variabel *perceived self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *go pay*. Tingginya tingkat *self-efficacy* menyebabkan rendahnya minat mahasiswa untuk menggunakan *go pay*. Hal ini terjadi karena mahasiswa merupakan generasi milenial yang terbiasa dengan adanya teknologi. Sehingga *self-efficacy* tidak menjadi faktor penting yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan *financial technology* tersebut.
4. Variabel *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *go pay*. Kemudahan dan kepraktisan dalam penggunaan *go pay* tidak membuat mahasiswa akan selalu menggunakan *go pay* pada setiap transaksi yang dilakukan. Banyaknya *financial technology* yang dianggap memberikan kemudahan selain *go pay* seperti Ovo, T-cash, Dana dan *financial technology* lainnya.
5. Variabel *perceived security* berpengaruh terhadap minat menggunakan *go pay*. Sistem keamanan pada *mobile payment* yang baik dapat meningkatkan rasa percaya pengguna terhadap sistem pembayaran yang juga akan meningkatkan penggunaan *mobile payment* tersebut. Semakin tinggi tingkat keamanan suatu *financial technology* akan semakin tinggi juga minat untuk menggunakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Sri. 2019. *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Agarwal, dkk. 2007. Security Issues In Mobile Payment Systems. *In Proceedings of the 5th International Conference on E-Governance*. Department of Computer Science and Engineering IIT Bombay, India.
- Ahmad dan Setiyo Pambudi. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking: Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI. *Jurnal Studi Manajemen* 8(1): 1 – 11.

- Ajzen, Icek. 2002. Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology* 32(4): 665-683.
- Anwar, dkk. 2019. Analisis Value Terhadap Minat Penggunaan OVO di Malang Raya Menggunakan Consumption Value Model. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 3(5): 4374 – 4382.
- Anjelina. 2018. Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-money. *Journal Of Applied Managerial Accounting* 2(2): 219 – 231.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2018. Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Penggunaan Internet Indonesia. <https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>. 29 November 2019. (10:22).
- Aritonang, Yosua Arent Leonardo dan Anton Arisman. 2017. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go Pay). *Jurnal*
- Atmaja, Daniel. 2017. Analisis Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, Attitude Toward Mobile Payment, *Perceived Credibility*, dan *Perceived Self Efficacy* Terhadap Behavior Intention Mobile Payment Pada Konsumen Go Pay. *Skripsi*. Universitas Multimedia Nusantara. Tangerang.
- Batubara, Hamdan Husein. 2016. Penggunaan Google Form Sebagai Alat Penilaian Kinerja Dosen di Prodi PGMI Uniska Muhammad Arsyad Al Banjari. *Jurnal Pendidikan Dasar Islam* 8(1): 39 – 50.
- Bisnis Tempo. 2019. Uang Aura Kasih Rp 11 Juta Hilang di Gopay, Apa Kata Gojek?. <https://bisnis.tempo.co/read/1274066/uang-aura-kasih-rp-11-juta-hilang-di-gopay-apa-kata-gojek/full&view=ok>. 29 November 2019. (11:47).
- Bank Indonesia. 2014. Gerakan Nasional Non Tunai. https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_165814.aspx. 29 November 2019. (12:01).
- _____. 2017. Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Pages/PBI_191217.aspx. 29 November 2019. (12:11).
- Byeonghoon, dkk. 2016. A study on User Behaviors for Consulting of Fintech Companies. *Indian Journal of Science and Technology* 9(26): 1 – 6.
- Cania, Silva Cita. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Colquitt, dkk (2007). Trust, Trustworthiness, and Trust Propensity: A Meta-Analytic Test of Their Unique Relationships With Risk Taking and Job Performance. *Journal of Applied Psychology* 9(4): 909 – 927.
- Databoks Katadata. 2018. Go Pay, Uang Elektronik Terpopuler di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/13/go-pay-uang-elektronik-terpopuler-di-indonesia>. 29 November 2019. (13:53).
- Davis, Fred D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly* 13(3): 319 – 340.
- Diana, Nur. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

- Farrell, Lisa, dkk. 2016. The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behavior. *Journal of Economic Psychology*. 54: 85 – 99.
- Febrilia, Ika, dkk. 2020. Minat Penggunaan *Cashless Payment System* –Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 11 (1): 1 – 19.
- Gefen, David, dkk. 2003. Trust And Tam In Online Shopping: An Integrated model. *MIS Quarterly* 27(1): 51 – 90.
- Gojek Indonesia. 2020. Tentang Kami. <https://www.gojek.com/about/>. 29 November 2019. (14.03).
- Haidari, M. Balya dan Kartika Gianina Tileng. 2018. Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go Pay. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi* 4(1): 10 – 15.
- Harris, Hezlin, dkk. 2011. Evidence Of Firms' Perceptions Toward Electronic Payment Systems (Eps)In Malaysia. *International Journal of Business and Information* 6(2): 226 – 245.
- Joan, Leonid an Toni Sitinjak. 2019. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go Pay. *Jurnal Manajemen* 8(2): 27 – 39.
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2016. *Pedoman Survei Kuesioner: Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*. Edisi Kedua. Cetakan Kelima. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- _____. dan Abdillah. 2016. *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk penelitian Empiris*. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. BPFE Yogyakarta.
- Junadi dan Sfenrianto. 2015. A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-Payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science* 59: 214 – 220.
- Juniarti, Rosa Prafitri. 2018. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Mobile Payment: Sebuah Review Literature. *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3*
- Kim, Changsu, dkk. 2010. An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Retrieved from Science Direct Journal Database* 9: 84 – 95.
- Kontan. 2020. Gojek jadi ancaman bagi perbankan di era digital. <https://keuangan.kontan.co.id/news/gojek-jadi-ancaman-bagi-perbankan-di-era-digital> 30 November 2019. (10: 11).
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. *Marketing Management*. Twelfth Edition. Pearson Education, Inc. New Jersey. Benjamin Molan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. PT. Indeks.
- Leiva, Munoz. 2017. Determinants of Intention to Use the Mobile Banking Apps: An Extension of the Classic TAM Model. *Spanish Journal of Marketing* 27: 25 – 38.
- Lim, Benjamin, dkk. 2007. Exploring the Reasons for a Failure of Electronic Payment Systems: A Case Study of an Australian Company. *Journal of Research and Practice in Information Technology* 39 (4): 287 – 299.
- Liu, Gia Shied dan Pham Tan Tai. 2016. A Study of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam. *Journal of Research and Practice in Information Technology* 4 (6): 249 – 273.
- Mun, Yeow Pooi, dkk. 2017. Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science* 124. November 6-8. Information Systems International Conference: 397 – 404.
- Nugroho, Eko. 2010. *Sistem Informasi Manajemen: Konsep Aplikasi, dan Perkembangannya*. Edisi Kedua. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Octavia, Damayanti dan Muhammad Damar Hafidz. 2019. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen *E-payment* (Studi Kasus: Pengguna Kartu Kredit dan Debit di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Indonesia* 19(1): 1 – 9.

Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Trust, Perceived Trust, Perceived Self-Efficacy, Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Security* Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* (Studi Pada Pengguna Fitur Layanan *Go Pay* di STIE Madani Balikpapan Tahun 2019): (Oka Meliyana Fatimah, Syamsiah)

- Pambudi, Amadea Rahma. 2019. Analisa *Perceived Ease Of Use* Dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Behavior Intention* Pada Aplikasi *Digital Payment Ovo*. *Jurnal Strategi Pemasaran* 6(2): 1 – 10.
- Pratama, Bayu Andhika dan I Dewa Gede Dharma Suputra. 2019. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Akuntansi* 27(2): 927 – 953.
- Pratiwi, Dinna Fatmy dan Citra Kusuma Dewi. 2018. Faktor-Faktor (*Benefits, Trust, Self-Efficacy, Ease of Use, Security*) yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen pada E-Money di Indonesia (Studi pada Penggunaan E-Money Mandiri, BCA, BNI, BRI). *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis* 2(2): 24 – 37.
- Putri, Claudya Ayu Vista Ericha, dkk. 2018. Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Dan *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Penggunatransaksi *Go Pay* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi *Gojek* Transaksi *Go Pay* Di Kota Madiun). *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan* 6(2): 1 – 15.
- Rajan, Christy Angeline dan Rupashree Baral. 2015. Adoption of ERP system: An empirical study of factors influencing the usage of ERP and its impact on end user. *IIMB Management* 27(2): 105 – 117.
- Rahardjo, Budi. 2002. *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Versi 5.1. PT. Indocisc. Jakarta.
- Rahmawati, Fitriah. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Sistem Tiket Elektronik PT. Transjakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sawarjuono, Tjiptohadi. 2012. *Aspek Perilaku Manusia Dalam Dunia Akuntansi (Akuntansi Keprilakuan)*. Cetakan Pertama. Pusat Penerbitan dan Percetakan Unair. Surabaya.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Alfabeta. Bandung
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Cetakan Pertama. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Sullivan, E. 2010. Marketing Aptitude, Marketing News. *Business Source Complete*. 44(30). p6.
- Teoh, Wendy Ming Yen, dkk. 2013. Factors Affecting Consumers' Perception Of Electronic Payment: An Empirical Analysis. *Internet Research* 23(4): 465 – 485.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Cetakan Keduabelas. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Utami, Sulisty Seti dan Berlianingsih Kusumawati. 2017. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Mahasiswa Stie Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal Akuntansi Auditing dan Keuangan* 14(2): 21 – 41.
- Venkatesh, Viswananth, dkk. 2012. Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. *MIS Quarterly* 36(1): 157 – 178.