

Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-Pay Studi Kasus Pada Kaum Millennial di IBI Kesatuan Bogor

Taufik Ramadhan, Muhammad Ariffin, Rini Syarif

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan

EMail: rini.syarif@ibik.ac.id

177

Submitted:
SEPTEMBER 2021

Accepted:
NOVEMBER 2021

ABSTRACT

This study aims to determine the ease of making transactions using the Go-Pay feature in terms of service quality, price, perceived benefits and public perceptions of the presence of Go-Pay as a transaction service. The type of research used in this research is qualitative research by distributing questionnaires on 50 uses of the Go-pay feature in transactions, especially for millennials at IBIK Bogor. The type of data used in this research is qualitative data. Qualitative research is data from explanations of verbal words that cannot be analyzed in the form of numbers or numbers. In research, qualitative data is in the form of a description of the research object. Qualitative data provide and show the quality of the research object being carried out. Qualitative research aims to explain phenomena that occur in society in depth by collecting complete data. This shows that in this research the completeness and depth of the data studied is very important. In this study, the qualitative data used was in the form of a description of millennials at IBIK Bogor. The data source used is primary data, primary data is data obtained by researchers directly from sources obtained by interviews and observations. This data comes from millennials at IBI Kesatuan Bogor. The results showed that the ease of transaction had a positive and significant effect on the use of Go-Pay. The public perception variable had a positive and significant effect on the use of Go-Pay. Pay

Keywords: *ease of transaction, public perception, use of e-money*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemudahan bertransaksi menggunakan fitur Go-Pay dilihat dari aspek kualitas layanan, harga, persepsi manfaat serta persepsi masyarakat dengan kehadirannya Go-Pay sebagai layanan transaksi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menyebarkan kuesioner pada 50 penggunaan fitur Go-pay dalam bertransaksi khususnya pada kaum millennial di IBIK Bogor. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Penelitian kualitatif adalah data dari penjelasan kata verbal tidak dapat dianalisis dalam bentuk bilangan atau angka. Dalam penelitian, data kualitatif berupa gambaran mengenai objek penelitian. Data kualitatif memberikan dan menunjukkan kualitas objek penelitian yang dilakukan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi di masyarakat secara mendalam dengan mengumpulkan data secara lengkap. Hal ini menunjukkan bahwa dalam riset ini kelengkapan dan kedalaman data yang diteliti merupakan sesuatu yang sangat penting. Dalam penelitian ini data kualitatif yang digunakan berupa deskripsi pada kaum millennial di IBIK Bogor. Sumber data yang digunakan adalah data primer, data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari narasumber yang diperoleh dengan wawancara dan observasi. Data ini bersumber dari kaum millennial di IBI Kesatuan Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Go-Pay, Variabel persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Go-Pay serta kedua variabel kemudahan bertransaksi dan variabel persepsi masyarakat secara Bersama-sama sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Go-Pay

Kata Kunci: *kemudahan bertransaksi, persepsi masyarakat, penggunaan e-money*

JIKES

Jurnal Informatika
Kesatuan
Vol. 1 No. 2, 2021
page. 177-186
IBI Kesatuan
ISSN 2807 – 4335
DOI: 10.37641/jikes.v1i2.1366

PENDAHULUAN

Memasuki era digital pada zaman modern ini. Semakin banyak layanan yang dibentuk dan dikembangkan untuk memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Lahirnya era digital mengakibatkan pertumbuhan industri e-commerce meningkat pesat. Pada tahun 2013-2015 rata-rata pertumbuhan e-commerce mencapai 33% dan diprediksi akan mencapai Rp 332 triliun pada tahun 2016 (Murdiansyah, 2016). Meningkatnya pertumbuhan e-commerce tidak terlepas dari meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa lebih dari 50% penduduk Indonesia sudah terhubung dengan internet. Jumlah penduduk Indonesia saat ini sebesar 256,2 juta penduduk. Dari survei yang dilakukan APJII sepanjang tahun 2016 tersebut ditemukan bahwa 132,7 juta penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Dari jumlah tersebut terjadi peningkatan sebanyak 51,8% jika dibandingkan dengan jumlah pengguna pada tahun 2014 yang berjumlah 88,1 juta pengguna. Dari hasil survei yang dilakukan APJII tersebut ditemukan juga bahwa sebesar 69,4% atau 92 juta pengguna menganggap aman untuk melakukan transaksi online (“Hasil Survei Internet”, 2016).

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan financial technology (fintech) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran (Bank Indonesia, 2016). Industri financial technology (fintech) merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini.

Sistem pembayaran berbasis teknologi menjadi salah satu sektor dalam industri FinTech yang paling berkembang di Indonesia. Sektor inilah yang kemudian paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan (Sukma, 2016). 2 Industri teknologi finansial beberapa tahun belakangan ini berkembang pesat di Indonesia. Menurut Data Statista 2017 nilai transaksi FinTech di Indonesia telah mencapai 15 miliar dollar AS. Pada tahun 2020, Indonesia diharapkan menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di kawasan dengan potensi sebesar 130 miliar dollar AS atau sekitar Rp 1.690 triliun (Utomo, 2017).

Lahirnya Go-Pay di Indonesia yang bertransformasi menjadi Fintech (Financial Technology) sangat memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhannya terutama dalam hal bertransaksi dan pembayaran. Sebagai mana fungsi dari uang elektronik sudah mencukupi sebagai syarat suatu benda yang dapat difungsikan menjadi uang. Seperti mudah disimpan, mudah dibawa, tidak mudah rusak dan lain-lain. Pada tahun 2018 Go-Pay akan menjadi sarana pembayaran transaksi Online dan Offline yang nanti akan di jadikan sebagai alat transformasi menjadi sebuah Financial Technology atau Fintech melalui Go-Pay. Go-Pay nantinya bisa digunakan sebagai alat pembayaran untuk transaksi di luar layanan yang tersedia pada aplikasi. Go-Pay adalah salah satu jenis Fintech yang berkembang sangat pesat telah tercatat pada tahun 2015 telah digunakan 60% pengguna aktif Go-Jek dan pengguna Go-Pay dan sudah mengantongi izin penyelenggara uang elektronik dari Bank Indonesia (BI).

Go-Pay yang sebelumnya bernama Go-Jek Credit merupakan dompet virtual atau e-wallet yang bisa digunakan untuk bertransaksi di dalam aplikasi GoJek. Dengan mengusung konsep speed, simplicity, dan security, Go-Pay menawarkan berbagai kemudahan bagi pelanggannya. Speed, dengan menyediakan sistem top-up yang cepat dan sederhana melalui ATM, mobile banking, dan internet banking. Simplicity, integrasi langsung untuk semua transaksi layanan di dalam aplikasi Go-Jek dengan menggunakan saldo Go-Pay. Security, dengan tingkat keamanan yang tinggi tanpa uang dalam bentuk fisik, semua saldo Go-Pay pelanggan akan tersimpan dengan aman di dalam sistem Go-Jek.

Masyarakat Indonesia pada umumnya sudah menggunakan layanan Go-Pay dalam bertransaksi pembelian seperti pemesanan Go Ride, Go Food, Go Send, Go Mart, Go

Box, Go Busway, Go Tix, Go Med, Go Massage, Go Shop, Go Bills, Go Clean, Go Auto, Go Fitness, Go Glam, Go Laundry, Go Pulsa, Goo Nearby, Go Point, Go Daily, Go Clean, Go Fix, Go News, Go Play, dan Go Games dalam aplikasi Go-Jek.

Dan pada tahun 2018-2019 masyarakat Indonesia pada umumnya tidak hanya menggunakan Go-Pay dalam hal pemesanan yang tertera pada aplikasi Go-Jek saja, melainkan bertransaksi dalam hal pembelian Makanan dan Minuman yang sekarang sudah menggunakan fasilitas layanan Go-Pay pada Merchandise Makanan dan Minuman

Dompet elektronik termasuk teknologi yang belum banyak digunakan meskipun pengguna telah cukup mengenal berbagai macam metode pembayaran elektronik. Namun pertumbuhan transaksi Go-Pay sangat tinggi sejak pertama kali diluncurkan. Namun, hanya sedikit sekali penelitian yang sudah membahas tingkat penerimaan Go-Pay oleh pengguna di Indonesia khususnya pada kaum Millennial. Mengingat perbedaan layanan sejenis di tiap negara berbeda, maka penelitian dengan konteks menawarkan produk lokal di Indonesia dianggap penting (Priyono, 2017).

Penggunaan sistem (actual system usage) adalah kondisi nyata dari penggunaan suatu sistem teknologi yang dapat diukur berdasarkan intensitas penggunaan dan durasi waktu penggunaan (Davis, 1989). Sehingga apabila pengguna menggunakan layanan Go-Pay secara intensif maka dapat dikatakan para pengguna mengetahui sistem pembayaran Go-Pay dengan baik. Tingkat penerimaan Go-Pay oleh penggunanya dapat dilihat dari beberapa faktor. Adapun faktor yang mempengaruhi penggunaan sistem pembayaran Go-Pay adalah pengetahuan produk, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, kelemahan produk dan reputasi. Faktor-faktor tersebut diuji berdasarkan model konstruksi Technology Acceptance Model (TAM). Pengetahuan produk memiliki peran penting dalam menentukan perilaku pengguna (Lin dan Chen, 2006). (Kim, Mirusmonov dan Lee, 2010) 4 mengemukakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan pembayaran secara mobile dalam TAM (Technology Acceptance Model) berasal dari karakteristik pengguna yaitu inovasi dan pengetahuan mengenai pembayaran tersebut. Sehingga pengetahuan produk Go-Pay merupakan informasi yang harus diketahui oleh pengguna sebelum menggunakan sistem pembayaran Go-Pay.

Pengguna yang memiliki pengetahuan tinggi akan cenderung meningkatkan penggunaan Go-Pay, begitu pula sebaliknya. Perceived usefulness (persepsi manfaat) merupakan faktor penentu dasar penerimaan pengguna teknologi. Persepsi manfaat yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan membantu meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Sehingga manfaat Go-Pay dapat diartikan sebagai dampak positif yang diterima pengguna selama menggunakan Go-Pay. Keuntungan Go-Pay bagi pelanggan yaitu tarif layanan Gojek menjadi lebih murah. Sedangkan keuntungan bagi pengemudi Go-Jek yaitu berupa poin dan tidak ada pemotongan penghasilan jika pengemudi Go-Jek menerima pembayaran dengan Go-Pay (Jumanto, 2017). Hal ini diharapkan dapat mendorong pengguna layanan Go-Jek untuk menggunakan Go-Pay. Sehingga pengguna yang merasa bahwa Go-Pay bermanfaat bagi mereka diharapkan akan meningkatkan penggunaan Go-Pay.

Persepsi kemudahan atau Perceived Ease of Use didasarkan pada sejauh mana pengguna yakin bahwa suatu sistem 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 sistem pembayaran apabila mudah dalam menggunakan sistem 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 Go-Jek (Prasandi, 2017). Sehingga pengguna berharap selama menggunakan Go-Pay dapat mengurangi usaha, waktu, dan tenaga mereka selama menggunakannya.

Persepsi risiko adalah sebuah kekhawatiran pengguna akan ketidakpastian atau kemungkinan kerugian yang mungkin timbul saat menggunakan transaksi secara online, sehingga persepsi risiko Go-Pay adalah suatu kekhawatiran pengguna akan

ketidakpastian yang mungkin terjadi akibat dari penggunaan GoPay. Banyak orang memandang bahwa teknologi ini juga memiliki risiko, terutama karena disebabkan terkait dengan pembayaran. Meskipun mengandung risiko menurut sebagian orang, banyak pula pengguna yang masih memercayainya dan tetap menggunakannya (Priyono, 2017).

Oleh sebab itu perlu adanya usaha dari PT. Go-Jek Indonesia untuk meminimalisir terjadinya risiko, sehingga diharapkan kehadiran Go-Pay dapat dipercaya. Semakin rendah risiko yang mungkin timbul dari penggunaan Go-Pay, diharapkan dapat meningkatkan penggunaannya. Kelemahan merupakan faktor yang tidak dapat sepenuhnya dikendalikan perusahaan sehingga menimbulkan dampak negatif (Prigandana, 2012). Apabila sebuah teknologi mempunyai kelemahan maka dapat mengurangi frekuensi penggunaan dari keragaman aplikasi yang dijalankan. Salah satunya adalah penggunaan pembayaran mobile seperti Go-Pay.

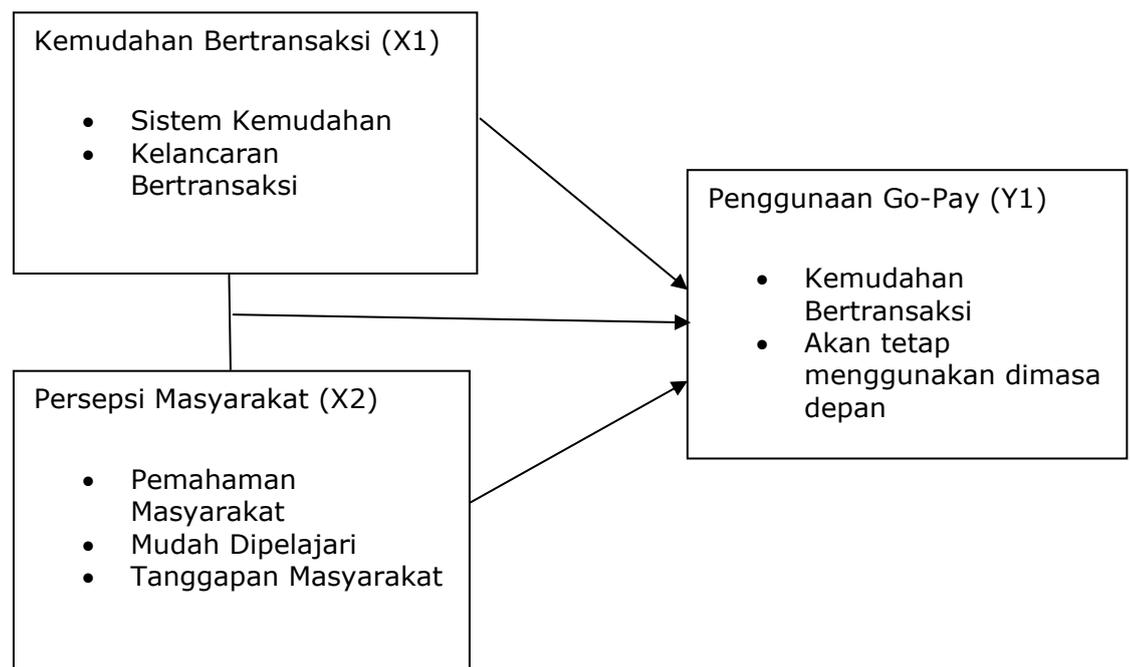
Maka dari itu, semakin banyak kelemahan produk Go-Pay maka akan menyebabkan penggunanya enggan menggunakan Go-Pay selama menggunakan aplikasi Go-Jek. 6 (Pavlou dan Gefen, 2004) reputasi merupakan kunci utama untuk meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan terhadap jaminan dari fasilitas transaksi yang diberikan perusahaan. Reputasi Go-Pay merupakan suatu penilaian yang diberikan pengguna kepada Perusahaan Gojek yang bersumber dari kepercayaan selama menggunakan layanan transaksi Go-Pay.

Layanan yang ditawarkan oleh Go-Jek selama ini telah mendapatkan banyak respon dari masyarakat. Sehingga Go-Jek mendapatkan kesuksesan besar yang menyebabkan nama perusahaan Go-Jek semakin naik di masyarakat (Priyono, 2017). Dengan kata lain, nama besar Go-Jek memberikan peran penting terhadap reputasi layanan GoJek. Semakin baik reputasi maka semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap layanan pembayaran Go-Pay sehingga akan meningkatkan penggunaannya. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan bertransaksi & bagaimana persepsi masyarakat terhadap penggunaan Go-Pay.

Kerangka Pemikiran Penelitian

Selanjutnya berdasarkan uraian dan penjelasan tersebut, maka kerangka pemikiran penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1
Model Penelitian Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-Pay



Hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

- H1: Diduga variabel Kemudahan Bertransaksi (X1) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Pengguna Go-Pay (Y1)
- H2: Diduga variabel Persepsi Masyarakat (X2) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Pengguna Go-Pay (Y1)
- H3: Diduga Kemudahan bertransaksi (X1) dan Persepsi Masyarakat (X2) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap terhadap pengguna Go-Pay (Y1)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Pengertian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi di masyarakat secara mendalam dengan mengumpulkan data secara lengkap. Hal ini menunjukkan bahwa dalam riset ini kelengkapan dan kedalaman data yang di teliti merupakan sesuatu yang sangat penting.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Penelitian kualitatif adalah data dari penjelasan kata verbal tidak dapat dianalisis dalam bentuk bilangan atau angka. Dalam penelitian, data kualitatif berupa gambaran mengenai objek penelitian. Data kualitatif memberikan dan menunjukkan kualitas objek penelitian yang dilakukan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi di masyarakat secara mendalam dengan mengumpulkan data secara lengkap. Hal ini menunjukkan bahwa dalam riset ini kelengkapan dan kedalaman data yang di teliti merupakan sesuatu yang sangat penting. Dalam penelitian ini data kualitatif yang digunakan berupa deskripsi pada kaum millennial di IBIK Bogor

Sumber data yang digunakan adalah data primer, data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari narasumber yang diperoleh dengan wawancara dan observasi. Data ini bersumber dari kaum millennial di IBI Kesatuan Bogor. Data penelitian diperoleh melalui metode wawancara dan observasi. Data yang dikumpulkan setelah proses pengumpulan data dengan maksud data yang dikumpulkan memiliki sifat yang jelas. Adapun langkah dalam pengolahan data dengan cara pengumpulan data, reduksi dan kategorisasi data, display data dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

GoPay adalah layanan e-money yang terdapat dalam aplikasi Gojek Indonesia. GoPay dapat digunakan untuk pembayaran semua layanan Gojek (GoRide, GoCar, GoSend, dll.) hingga transaksi non tunai di Rekan usaha offline dan online. Untuk mengisi saldo GoPay cukup mudah dengan transfer melalui mitra Gojek, One Klik, ATM, Internet Banking, Alfamart, dan lainnya. GoPay memiliki teknologi keamanan terkini yang menjamin semua data dan transaksi pengguna selalu aman.

Penelitian mengenai Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-Pay (Studi kasus pada kaum millennial di IBIK Bogor) tersebut dengan membagikan kuesioner. Berikut ini merupakan hasil gambaran dari profil responden, informasi tersebut didapat dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 50 orang mahasiswa Institut Bisnis Informatika Kesatuan Bogor. Adapun hasil yang diperoleh berdasarkan pertanyaan pertanyaan yang di ajukan kepada responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - laki	15	30%
2	perempuan	35	70%
	Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah 2020

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin wanita lebih banyak dari pada jenis kelamin pria. Responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 70% atau 35 responden. Responden pria sebanyak 30% atau 15 responden.

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	19	3	6%
2	20	11	22%
3	21	16	32%
4	22	16	32%
5	23	2	4%
6	30	1	2%
7	53	1	2%
	Jumlah	50	100%

Sumber: data diolah 2020

Tabel 4.2 menunjukkan jumlah persentase responden berdasarkan usia, dari data diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar usia responden adalah usia 21 tahun dan 22 tahun sejumlah 16 orang (32%). Kemudian usia 20 tahun sejumlah 11 orang (22%). Usia 19 tahun sejumlah 3 orang (6%). Selanjutnya usia 23 tahun sejumlah 2 orang (4%). Dan yang terakhir usia 30 tahun dan 53 tahun sejumlah 1 orang (2%)

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jumlah Responden Berdasarkan jenis pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase %
1	Pelajar/Mahasiswa	37	74%
2	Ojek Online	2	4%
3	Honoror	2	4%
4	Fresh graduate	4	8%
5	Pegawai Swasta	5	10%
	Jumlah	50	100%

Sumber : Data diolah 2020

Tabel 4.3 menunjukkan jumlah presentase responden berdasarkan jenis pekerjaan, responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sejumlah 37 orang (74%), responden dengan jenis pekerjaan sebagai ojek online sejumlah 2 orang (4%), responden dengan jenis pekerjaan sebagai honoror sejumlah 2 orang (4%), responden dengan jenis pekerjaan sebagai fresh graduate sejumlah 4 orang (8%) dan responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta sejumlah 5 (10%).

Agar dapat mengetahui pendapat atau persepsi yang diberikan responden pada masing-masing variabel pengaruh kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan go-pay (studi kaum pada kaum milenial di IBIK Bogor), maka dilakukan analisa deskripsi presentase terhadap hasil tanggapan responden pada masing-masing pertanyaan. Pada bagian ini, akan diuraikan rata-rata jawaban setiap pertanyaan menurut jawaban para responden. Berikut adalah tabel kategori nilai untuk rata-rata yang di peroleh menurut data, dengan rumus interval = $M + 1,5 SD$, $M + 0,5 SD$, $M - 0,5 SD$, $M - 1,5 SD$. M (Mean) SD (Standar Deviasi)

Tabel. 4.4 Kategori Interpretasi Skor

Nilai Skor	Kriteria Interpretasi Skor
29 ke bawah	Sangat Buruk
29 – 31	Buruk
32 – 35	Cukup Baik
36 – 38	Baik
39 ke atas	Sangat Baik

Setiap variabel pengaruh kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan go-pay (studi kaum pada kaum milenial di IBIK Bogor), kuesionernya memiliki 14 butir pertanyaan yang terdiri dari dua pilihan jawaban yang menggunakan skala Likert, skor atas jawaban pertanyaan, diberikan penilaian diangka 2. Setiap butir diberikan nilai 2 untuk di masing-masing jawaban Ya dan Tidak atau Setuju dan Tidak

Setuju. Berdasarkan pengumpulan data lapangan dan analisis data yang dilakukan dengan bantuan SPSS versi 23.

Tabel 4.5 Data Deskripsi Statistik

Variabel	Mean	Std. Deviation	N
Penggunaan Layanan Go-Pay (Y)	4,00	0,782	50
Kemudahan Bertransaksi (X ₁)	4,58	0,785	50
Prepsepsi Masyarakat (X ₂)	3,10	0,364	50

Dengan melihat data pada tabel 4.5, di atas maka:

Instrumen Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-pay terdiri dari 9 butir pertanyaan dengan jumlah responden 50 orang dari berbagai latar belakang yang berbeda. Hasil mean dari variabel Penggunaan Go-pay (Y) sebesar 4,00 dengan hasil perhitungan standart deviasi sebesar 0,782. Kemudian hasil mean dari variabel Kemudahan Bertransaksi (X₁) sebesar 4,58 dengan hasil perhitungan standart deviasi sebesar 0,785. Dan hasil mean dari variabel Persepsi Masyarakat (X₂) sebesar 3,10 dengan hasil perhitungan deviasi sebesar 0,364. Hal ini mengindikasikan hasil dari pengaruh kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan go-pay sudah cukup baik.

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,281	1,110		2,054	0,046
1 Kemudahan Bertransaksi (X ₁)	0,189	0,142	0,189	1,332	0,189
Perpsepsi Masyarakat (X ₂)	0,276	0,305	0,128	0,903	0,371

Berdasarkan tabel 4.6 persamaan regresi tersebut dari variabel kemudahan bertransaksidan persepsi masyarakat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 2,281 + 0,189(x_1) - 0,276(X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien konstanta sebesar 2,281 menyatakan bahwa jika variabel Kemudahan Bertransaksi (X₁) dan Persepsi Masyarakat (X₂) bernilai nol, maka Y adalah bernilai 2,281.
2. Koefisien variabel Kemudahan Bertransaksi sebesar 0,189, menyatakan bahwa setiap pertumbuhan 1 satuan pada variabel Kemudahan Bertransaksi, maka akan menilai nilai Y sebesar 0,189 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
3. Koefisien variabel Persepsi Masyarakat sebesar 0,276, menyatakan bahwa setiap pertumbuhan 1 satuan pada variabel Persepsi Masyarakat, maka akan menurunkan nilai Y sebesar 0,276 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Untuk mengetahui adanya hubungan antara kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat, dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien korelasi.

Tabel 4.7 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,237 ^a	0,056	0,016	0,776

a. Predictors: (Constant), Prepsepsi Masyarakat (X₂), Kemudahan Bertransaksi (X₁)

Dari hasil perhitungan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh 0,237 atau sebesar 23,7%. Angka tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan tidak erat antara variabel independent dan variabel dependent sebesar 23,7%

dan sisanya sebesar 76,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan go-pay hubungannya rendah.

Untuk dapat mengetahui pengaruh kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan go-pay dapat diketahui dengan menganalisis data koefisien terminan sebesar 0,056 atau 05,6%. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa 05,6% bahwa penggunaan go-pay dipengaruhi oleh kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat, sedangkan sisanya 94,4% dipengaruhi oleh faktor lain, selain kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat.

Berdasarkan tabel 4.6 dibawah, uji statistik secara parsial terhadap variabel ARTO, DER dan TAG, yaitu sebagai berikut:

Hubungan antara X_1 (Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan Go-pay)

H0: $\beta=0$ Tidak terdapat pengaruh antara Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-pay

H1: $\beta \neq 0$ Terdapat pengaruh antara Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-pay

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh nilai t hitung sebesar 1,332 dan T tabel sebesar 0,67943 dengan demikian maka t hitung lebih besar daripada t tabel atau ($1,332 > 0,67943$). Dengan demikian hipotesis satu diterima, H0 ditolak dan H1 diterima berarti ada hubungan yang positif dan signifikan antara pengaruh kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan go-pay.

Hubungan antara X_2 (Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-pay)

H0: $\beta=0$ Tidak terdapat pengaruh antara Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-pay

H1: $\beta \neq 0$ Terdapat pengaruh antara Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-pay

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh nilai t hitung sebesar 0,903 dan T tabel sebesar 0,67943 dengan demikian maka t hitung lebih besar daripada t tabel atau ($0,903 > 0,67943$). Dengan demikian hipotesis satu diterima, H0 ditolak dan H1 diterima berarti ada hubungan yang positif dan signifikan antara pengaruh kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan go-pay.

Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,684	2	0,842	1,398	,257 ^b
Residual	28,316	47	0,602		
Total	30,000	49			

a. Dependent Variable: Penggunaan Layanan Go-Pay (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Masyarakat (X2), Kemudahan Bertransaksi (X1)

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh nilai F hitung sebesar 1,398 dan F tabel sebesar 2,29 dengan demikian maka f hitung lebih besar dari pada f tabel atau ($1,398 > 2,29$). Dengan demikian pengaruh secara simultan variabel Kemudahan Bertransaksi dan Persepsi Masyarakat berpengaruh terhadap penggunaan go-pay secara signifikan.

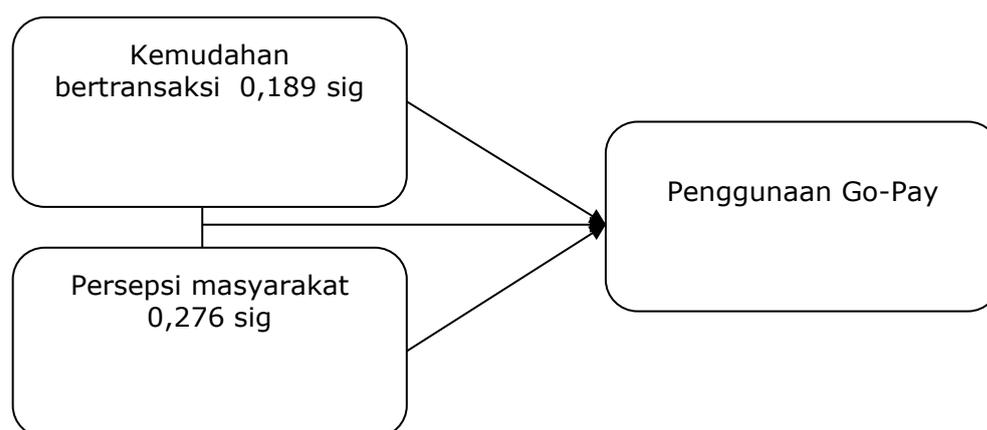
Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan Go-pay. Berdasarkan pembahasan diatas pada tabel t diperoleh nilai t hitung sebesar 1,332 dan t tabel 0,67943 dengan demikian maka t hitung lebih besar dari pada t tabel atau ($1,332 > 0,67943$). H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian hipotesis 1 dapat diterima, dan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kemudahan bertransaksi (X_1) dengan penggunaan go-pay (Y). Yang menyatakan kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan go-pay. Maka masyarakat perlu memperhatikan kualitas penyediaan atau pelayanan dan produk yang sudah terbukti berpengaruh secara

signifikan terhadap penggunaan go-pay. Hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Taufik Ramadhan (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh layanan bertransaksi terhadap penggunaan go-pay. Hasil penelitian bahwa besar kecil Penggunan Go-pay dipengaruhi oleh Kemudahan Bertransaksi dan berarti hipotesis 1 dengan hasil penelitian dengan model regresi linear diterima.

Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-pay. Berdasarkan pembahasan diatas pada tabel t diperoleh nilai t hitung sebesar 0,903 dan t tabel 0,67943 dengan demikian maka t hitung lebih besar dari pada t tabel atau ($0,903 > 0,67943$). H0 diterima dan H1 ditolak. Dengan demikian hipotesis 2 dapat diterima, dan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Persepsi Masyarakat (X_1) dengan Penggunaan Go-pay (Y). Yang menyatakan persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan go-pay. Maka masyarakat perlu memperhatikan kualitas penyediaan atau pelayanan dan produk yang sudah terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan go-pay. Hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Taufik Ramadhan (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh layanan bertransaksi terhadap penggunaan go-pay. Hasil penelitian bahwa besar kecil Penggunan Go-pay dipengaruhi oleh Persepsi Masyarakat dan berarti hipotesis 2 dengan hasil penelitian dengan model regresi linear diterima.

Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Go-pay. Berdasarkan hasil uji statistik, yaitu persamaan regresi menunjukkan nilai T tabel yang diperoleh atas variabel Kemudahan Bertransaksi (X_1) dan Persepsi Masyarakat (X_2) terhadap Penggunaan Go-pay. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai f hitung sebesar 1,398 yang dimana lebih besar dari f tabel 2,29 dan didukung oleh nilai signifikansi 0,041 lebih kecil dibandingkan 0,05 yang dimana variabel kemudahan bertransaksi (X_1) dan persepsi masyarakat (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan go-pay (Y) maka hipotesis 1 dapat diterima. Yang menyatakan kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan go-pay. Maka pihak aplikasi go-pay perlu memerhatikan kualitas pelayanan yang sudah terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan go-pay. Hasil penelitian bahwa besar kecil penggunaan go-pay dipengaruhi oleh kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat, yang artinya hipotesis 2 dengan hasil penelitian dengan model regresi linear diterima.



Gambar 2. hubungan antar variabel

Tabel 4.10 Rangkuman hasil penelitian

Hipotesis	Variabel	Koefisien	t/f	Signifikan	Hasil
H1	Kemudahan Bertransaksi	0,189	1,332	sig	diterima
H2	Persepsi Masyarakat	0,276	0,903	sig	diterima
H3	Kemudahan Bertransaksi dan Persepsi Masyarakat	R = 0,237 R ² = 0,056	2,054	sig	diterima

Hipotesis 1: Pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh kemudahan bertransaksi X_1

terhadap penggunaan go-pay Y. Hipotesis ini dapat diterima karena berdasarkan penelitian yang dilakukan nilai β positif sebesar satu satuan dengan signifikansi 0,000 sehingga variabel kemudahan bertransaksi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan go-pay.

Hipotesis 2: Pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh persepsi masyarakat X_2 terhadap penggunaan go-pay Y. Hipotesis ini dapat diterima karena berdasarkan penelitian yang dilakukan nilai β positif sebesar satu satuan dengan signifikansi 0,000 sehingga variabel persepsi masyarakat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan go-pay.

Hipotesis 3: Pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan go-pay Y. Hipotesis ini diterima karena kemudahan bertransaksi dan persepsi masyarakat mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan go-pay.

PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut : Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Go-Pay. Variabel persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Go-Pay. Kesimpulan dari hasil kedua variabel kemudahan bertransaksi dan variabel persepsi masyarakat sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Go-Pay

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bohang, F.K. (2018). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia*. [https://tekno.kompas.com] [diakses tanggal 22 Desember 2018]
- [2] Gronroos, C. 2005. *Service Management and Marketing: A Moment of Truth*. Jakarta: Rajawali Press.
- [3] Imam, G. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4] Nurastuti, W. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [5] Setiawan, S.R.D (2018) *Pengguna Internet yang menggunakan layanan perbankan*. [https://ekonomi.kompas.com] [diakses tanggal 23 Desember 2019]
- [6] Sheela, J. dan Ismail, R. 2011. *E-Commerce: Contracts for Sale of Goods and Consumer Protection*. Jakarta : Penerbit UKM.
- [7] Yamit, Z. 2012. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia.
- [8] Yulaifah, A. 2011. *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (studi kasus pada masyarakat Ciputat pengguna jasa perbankan syariah)*. Jakarta.
- [9] Zeithaml, Bitner, Gremler, 2006. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Singapore, The MCGraw-Hill Companies.
- [10] Mulyana, M., 2012. *Consumer Behaviour: Sukses Dengan Memahami Konsumen*.
- [11] Puspitasari, R. and Astrini, D., 2021. Dampak Literasi Dan Inkuisi Keuangan Terhadap Kinerja Pelaku UMKM Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), pp.181-190.
- [12] Sulistiono, S., Mulyana, M. and Firmansyah, M.F., 2020. Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.87-94.
- [13] Riwoe, F.L.R. and Mulyana, M., 2021, December. Assistance Of MSMEs In Bogor City In Social Media Marketing Use. In *International Conference on Global Optimization and Its Applications 2021* (pp. 305-305).
- [14] Sujana, S., Zuhdi, S. and Nurjanah, Y., 2020. Penerapan Profesionalisme Prinsip-Prinsip MSDM Dan Pemasaran Untuk Peningkatan Mutu Sekolah Yayasan Satiahardja Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2).