

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digitalisasi ekonomi diiringi dengan perkembangan teknologi informasi memunculkan berbagai inovasi di bidang kehidupan manusia, salah satunya di bidang keuangan yang disebut teknologi finansial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap pemrosesan transaksi. Penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan dan atau model bisnis lainnya mendukung terciptanya sistem pembayaran yang efisien. Penggunaan teknologi dalam sistem keuangan diharapkan mampu meningkatkan perlindungan konsumen melalui pengamanan data dalam setiap pemrosesan transaksi.

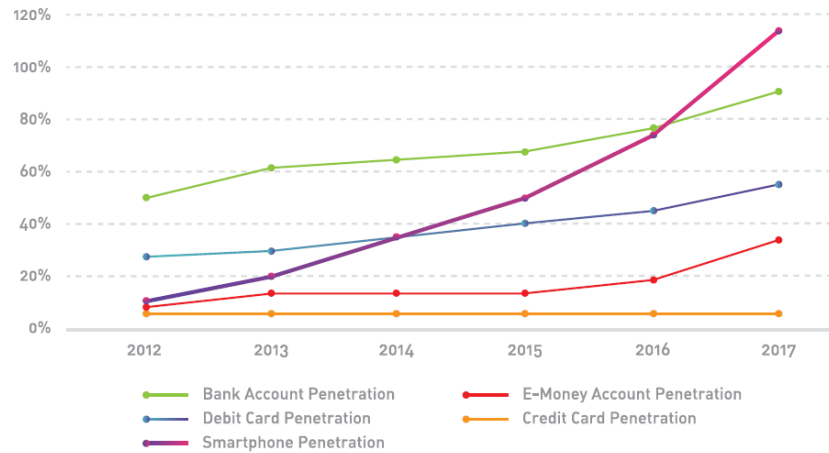
Hal ini ditandai dengan munculnya perubahan gaya hidup masyarakat dalam kegiatan transaksi jual beli. Sebagian masyarakat mulai beralih menggunakan pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien sehingga perlahan mulai mengurangi penggunaan uang tunai dalam bertransaksi. Munculnya pusat perbelanjaan di Indonesia yang menerima transaksi pembayaran menggunakan sistem pembayaran non-tunai mendukung masyarakat untuk melakukan transaksi non tunai secara lebih mudah.

Kegiatan transaksi terjadi di kehidupan sehari-hari dan sangat erat kaitannya dengan sistem pembayaran. Di dalam kegiatan transaksi, instrumen/alat pembayaran digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana dari pembeli ke penjual. Instrumen pembayaran diklasifikasi menjadi dua jenis, yaitu pembayaran tunai (*cash*) dan pembayaran non tunai (*cashless*) (Bank Indonesia, 2004). Wujud dari pembayaran tunai adalah uang kartal, sedangkan instrumen pembayaran non tunai menurut Bank Indonesia (2004) terbagi atas tiga bagian yaitu instrumen pembayaran berbasis kertas (*paper base*), instrumen pembayaran berbasis kartu (*card base*), dan instrumen pembayaran berbasis elektronik (*electronic base*). Jasa dalam pembayaran non tunai ini disediakan baik dari sektor perbankan maupun non bank. Bank

menawarkan pembayaran non tunai berbasis kertas dalam bentuk cek, wesel hingga bilyet giro, berbasis kartu dalam bentuk kartu kredit (*credit card*) dan kartu debit (*debit card*), berbasis elektronik yaitu ATM dan *mobile payment*.

Bank Indonesia sejak tanggal 14 Agustus 2014 telah mencanangkan strategi untuk mengajak masyarakat ikut serta berpartisipasi dalam Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Implementasi Gerakan Nasional Non Tunai adalah elektronifikasi. Elektronifikasi merupakan suatu upaya untuk mengubah kegiatan pembayaran dari tunai menjadi non tunai. Elektronifikasi bertujuan untuk mewujudkan sistem pembayaran yang aman, efektif dan efisien serta meningkatkan penggunaan pembayaran non tunai di kalangan masyarakat. Hal ini juga bertujuan untuk mengurangi penggunaan uang tunai yang beredar di masyarakat. Salah satu wujud keberhasilan implementasi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang telah terlaksana di Provinsi Sumatera Selatan yaitu pemakaian kartu BRT Transmusi, Light Rail Transit (LRT), dan pemakaian kartu *e-tol* pada tol Palindra.

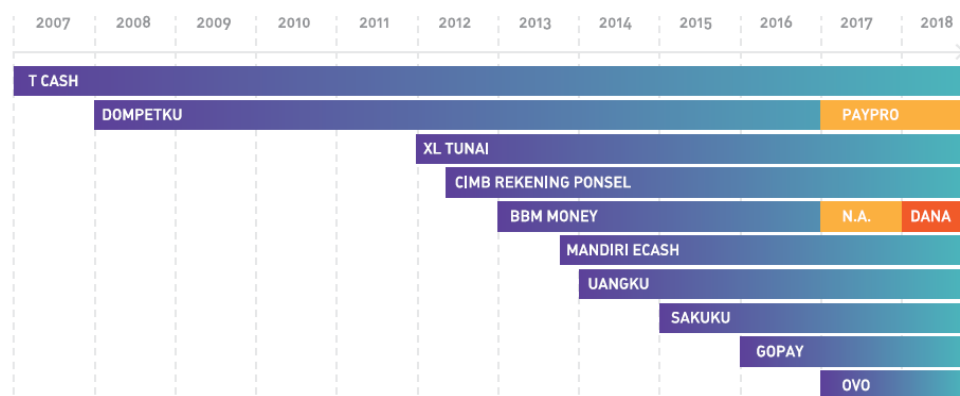
Mobile payment didukung dengan perangkat seluler yang saat ini sudah banyak digunakan dalam kegiatan transaksi. Awalnya, kegiatan *mobile payment* selalu melibatkan institusi keuangan seperti bank. Namun, seiring berkembangnya teknologi banyak bermunculan perusahaan-perusahaan dari sektor non bank yang menawarkan jasa ini. Dalam kaitannya dengan kegiatan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), *mobile payment* bisa menjadi alternatif untuk merangkul masyarakat yang belum memiliki akses layanan sistem pembayaran dengan memanfaatkan jangkauan telekomunikasi yang sudah mencakup hampir seluruh wilayah di Indonesia. Penyedia jasa sistem pembayaran non-tunai terus berusaha melakukan inovasi untuk memaksimalkan alat/instrumen pembayaran non-tunai yang relevan dengan kebutuhan pasar dan masyarakat yang terus berubah seiring berkembang teknologi.



Gambar 1.1 Jumlah perkembangan pengguna smartphone di Indonesia

Sumber: MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research, 2018

Berdasarkan hasil survei dari Telecom companies, LPS, MDI Venture & Mandiri Sekuritas Research mulai dari tahun 2013 – 2017, pertumbuhan pengguna smartphone di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahun dan sudah melampaui kepemilikan akun bank masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa mobile payment sudah mulai menunjukkan ketenaran.



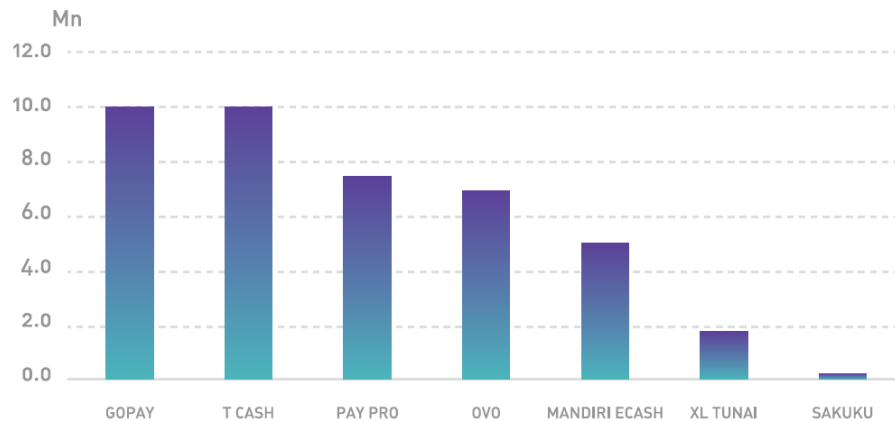
Gambar 1.2 Peluncuran Aplikasi Mobile Payment

Sumber: MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research, 2018

Bisa dilihat dari tabel di atas, menunjukkan bahwa sebenarnya *mobile payment* sudah mulai muncul di Indonesia pada tahun 2007 diawali dengan

diluncurkannya Telkomsel T-Cash, namun jika dilihat dari Gambar 1.2, penggunaan *mobile payment* mengalami perubahan yang signifikan mulai dari tahun 2013.

FIGURE 2 | Mobile Payment User Base (2017)



Gambar 1.3 Pengguna *Mobile Payment* di Indonesia

Sumber: MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research, 2018

Berdasarkan grafik data di atas, menunjukkan bahwa jumlah pengguna *Mobile Payment* pada tahun 2017, pengguna terbanyak adalah Gopay diikuti Tcash, Paypro, Ovo, Mandiri Ecash, XLTunai dan Sakuku. Ovo sebagai aplikasi yang dirilis pada awal tahun 2017 sudah mampu menduduki peringkat keempat pengguna *mobile payment*.

Salah satu perusahaan penyedia jasa mobile payment adalah PT Visionet Internasional. Produk keluaran dari perusahaan ini diberi nama OVO. OVO merupakan uang elektronik berbasis aplikasi dan mengharuskan pengguna untuk melakukan pengisian (*top up*) terlebih dahulu untuk melakukan transaksi. OVO sebagai penyedia jasa pembayaran non tunai yang memberikan kemudahan serta manfaat kepada penggunanya, namun bukan tak mungkin jika aplikasi OVO menimbulkan risiko dalam penggunaannya. Risiko dalam bertransaksi online seperti halnya aplikasi OVO ini perlu dipertimbangkan karena layanan ini dilakukan dengan online yang mana pasti akan muncul risiko dalam penggunaannya dibandingkan dengan transaksi

manual. Salah satu risiko penggunaan aplikasi OVO adalah ketika akan melakukan transaksi perangkat seluler yang digunakan kehabisan daya baterai sehingga menghambat terjadinya transaksi, selain itu juga dari faktor internet yang terkadang tidak stabil.

Dalam menggunakan aplikasi transaksi berbasis online menimbulkan adanya keraguan bagi para penggunanya sehingga diperlukan kepercayaan yang besar untuk mau menggunakan aplikasi tersebut. Kepercayaan merupakan pondasi yang kuat untuk menentukan sukses atau tidaknya *e-commerce*. Pasalnya ketika seseorang yang ingin menggunakan aplikasi transaksi online seperti OVO, yang paling utama adalah reputasi dari aplikasi tersebut, apakah dapat dipercaya atau tidak. Kepercayaan membantu pengguna untuk mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya dan mendorong mereka untuk mau mengadopsi teknologi baru. Kepercayaan akan timbul apabila konsumen telah merasakan kepuasan karena telah menggunakan produk tertentu. Pengguna yang sudah percaya dan merasa nyaman tidak akan mudah meninggalkan aplikasi tersebut.

Kehadiran persepsi dalam penerimaan suatu teknologi baru memiliki pengaruh yang besar terhadap minat seseorang terkait menggunakan atau tidak menggunakan teknologi baru salah satunya aplikasi transaksi online seperti OVO. Antusias untuk menggunakan suatu teknologi baru dalam hal *mobile payment* ini dipengaruhi oleh persepsi-persepsi para pengguna itu sendiri terhadap aplikasi transaksi *online* OVO. Salah satu pengguna layanan *mobile payment* adalah mahasiswa, mahasiswa memutuskan untuk menggunakan layanan *mobile payment* ini dikarenakan layanan tersebut memberikan kemudahan, dan penawaran keuntungan terhadap penggunanya, salah satunya pemberian potongan harga disetiap transaksinya.

Mahasiswa sebagai salah satu pelaku yang mudah dalam mengadopsi teknologi baru, tentunya menjadi objek atau sasaran yang baik dan potensial dalam pengembangan *mobile payment* ini apabila pihak pengembang jasa mampu menyediakan berbagai layanan yang baik untuk memberikan kepercayaan, tingkat keamanan serta daya tarik agar mahasiswa memutuskan

untuk menggunakan layanan tersebut. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat bagi penggunanya pasti akan diterima dengan baik. Semakin bermanfaat sebuah layanan maka akan semakin sering digunakan, begitu juga sebaliknya, semakin kurang bermanfaat, maka pengguna cenderung tidak mau menggunakan layanan tersebut.

Dengan melihat beberapa hal yang terjadi di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment* OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang Penulis akan kemukakan adalah:

- a. Apakah kepercayaan dan persepsi risiko secara parsial mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya?
- b. Apakah kepercayaan dan persepsi risiko secara simultan mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya?
- c. Variabel manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan layanan *mobile payment* OVO pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan agar tidak menyimpang dari pembahasan yang ada, maka pembahasan dibatasi pada kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko secara parsial terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko secara simultan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya.
- c. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan dalam mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.4.2 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan serta pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran, serta melatih untuk berfikir kritis dalam menghadapi suatu permasalahan untuk memahami dan mengembangkan ilmu pengetahuan berdasarkan teori-teori yang telah diperoleh di perkuliahan mengenai perilaku konsumen.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi sumber informasi atau masukan bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa besar hubungan persepsi terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*.

c. Bagi Akademis

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa atau pihak lainnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut atau sebagai referensi.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO serta melakukan uji coba terhadap instrumen penelitian.

1.5.2 Jenis Sumber Data

Dalam penelitian laporan akhir ini, penulis menggunakan 2 (dua) jenis sumber data, yaitu:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber data pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2013: 16). Dalam hal ini Penulis melakukan permintaan data melalui kuisisioner secara langsung kepada responden tentang pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO.

b. Data Sekunder,

Data Sekunder yaitu data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnnya (Siregar, 2013: 15). Data sekunder yang diperoleh Penulis dalam penulisan laporan akhir ini yaitu berupa penelitian sebelumnya dan literatur yang relevan dengan topik penelitian.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

a. Riset Lapangan (*Field Research*)

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner yang disebarkan berupa daftar pertanyaan dan pernyataan kepada responden tentang permasalahan yang berkaitan

dengan objek yang diteliti. Kuesioner dilengkapi dengan petunjuk pengisian kuesioner yang dibuat sederhana dan sejelas mungkin untuk memudahkan responden dalam mengisi jawaban. Pada metode ini, penulis membagikan kuesioner pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya. Menurut (Riduwan, 2015: 26), ada 2 (dua) jenis angket yang dapat digunakan dalam proses pengumpulan data, yaitu: angket tertutup dan angket terbuka. Dalam penelitian ini, jenis kuesioner yang dipakai adalah kuesioner tertutup. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan di kuesioner tertutup sudah dalam bentuk pilihan ganda, responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

b. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Pada tahap ini, penulis berusaha untuk memperoleh berbagai informasi untuk dijadikan sebagai acuan dalam mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, dan mengkaji literatur-literatur berupa buku-buku, jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penulis juga berusaha mengumpulkan, mempelajari dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1.5.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 148). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Politeknik Negeri Sriwijaya DIII dan DIV reguler. Populasi Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya DIII dan DIV reguler pada tanggal

15 April 2019 sebanyak 6096, namun yang belum menggunakan layanan *mobile payment* OVO sebanyak 5.982 mahasiswa.

Tabel 1.1
Jumlah Populasi Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya

| No. | Jurusan | Jumlah | Jumlah yang belum menggunakan layanan <i>mobile payment</i> OVO |
|-----|-----------------------|-------------|---|
| 1 | Teknik Sipil | 556 | 548 |
| 2 | Teknik Mesin | 571 | 560 |
| 3 | Teknik Elektro | 1104 | 1088 |
| 4 | Teknik Kimia | 710 | 692 |
| 5 | Akuntansi | 853 | 832 |
| 6 | Administrasi Bisnis | 748 | 728 |
| 7 | Teknik Komputer | 546 | 543 |
| 8 | Manajemen Informatika | 752 | 735 |
| 9 | Bahasa Inggris | 256 | 253 |
| | Total | 6096 | 5982 |

Sumber: Data primer diolah, 2019

1.5.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila jumlah populasi yang akan diteliti tergolong besar dan peneliti merasa memiliki keterbatasan untuk mempelajari seluruh populasi yang ada, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Namun dengan catatan, sampel yang di ambil harus benar-benar representatif atau mewakili populasi yang dimaksud (Sugiyono, 2016: 149). Sampel dalam penelitian ini

adalah mahasiswa aktif Politeknik Negeri Sriwijaya DIII dan DIV reguler yang belum menggunakan aplikasi OVO.

Berikut cara penentuan jumlah sampel untuk penelitian dengan tingkat kesalahan yang bisa ditolerir dalam penelitian ini sebesar 10%, adapun perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin:

$$N = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Taraf kesalahan

Pengambilan sampel dengan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$N = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$N = \frac{5982}{1 + 5982(10\%)^2}$$

$$N = \frac{5982}{60,82}$$

$$N = 98,3 \text{ atau } 98 \text{ orang}$$

Dalam penelitian ini sampel dari 98 orang digenapkan menjadi 100 orang, jadi pembagian kuesioner agar diberikan kepada 100 responden.

1.5.4.3 Teknik Sampling

Teknik Sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Terdapat berbagai teknik sampling yang dapat digunakan (Sugiyono, 2016:250).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *disproportionate stratified random sampling*.

Menurut Siregar (2013: 32), *Disproportionate stratified random sampling*, jumlah sampel yang diambil dari setiap strata jumlahnya sama tidak sebanding dengan jumlah populasi dengan proporsi sampel di setiap strata (tingkatan).

Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional (Sugiyono, 2015: 153). Sehingga jumlah sampel perkelas yang dibutuhkan adalah:

Tabel 1.2

Jumlah sampel penelitian berdasarkan jurusan

| No. | Jurusan | Jumlah Mahasiswa | Rumus | Jumlah sampel |
|---------------|-----------------------|------------------|----------------------------|------------------|
| 1. | Teknik Sipil | 548 | $(548 : 5982) \times 100$ | 9 orang |
| 2. | Teknik Mesin | 560 | $(560 : 5982) \times 100$ | 9 orang |
| 3. | Teknik Elektro | 1088 | $(1088 : 5982) \times 100$ | 18 orang |
| 4. | Teknik Kimia | 692 | $(692 : 5982) \times 100$ | 12 orang |
| 5. | Akuntansi | 832 | $(832 : 5982) \times 100$ | 14 orang |
| 6. | Administrasi Bisnis | 728 | $(728 : 5982) \times 100$ | 12 orang |
| 7. | Teknik Komputer | 543 | $(543 : 5982) \times 100$ | 9 orang |
| 8. | Manajemen Informatika | 735 | $(735 : 5982) \times 100$ | 12 orang |
| 9. | Bahasa Inggris | 253 | $(253 : 5982) \times 100$ | 5 orang |
| Jumlah | | 5982 | | 100 orang |

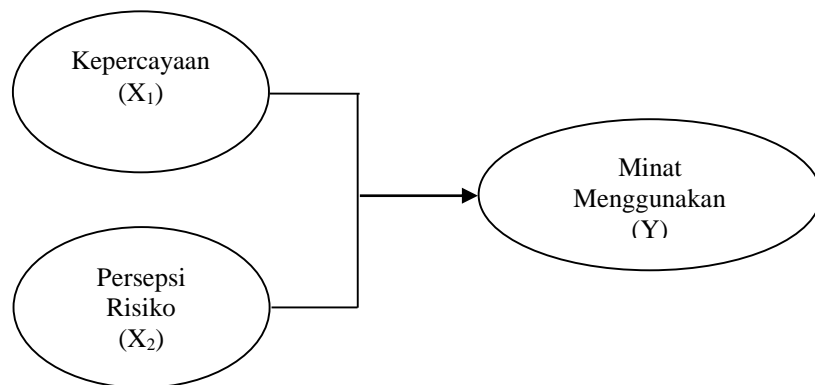
Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa.

1.5.4.4 Variabel Penelitian

Variabel independen dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel dependen dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016: 263). Variabel independen disimbolkan dengan huruf X, dalam penelitian ini variabel independen adalah kepercayaan dan persepsi risiko, sedangkan variabel dependen simbolkan dengan huruf Y, dalam penelitian ini variabel dependen adalah minat menggunakan.

Model konsep hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran

Sumber: Adopsi dari penelitian Rahmadi dan Malik (2016) dan Haekal dan Widjajanta (2018)

1.5.4.5 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

| No. | Variabel | Dimensi | Indikator | No. Item | Sumber |
|-----|----------------------|--|--|----------|---|
| 1. | Kepercayaan (X1) | Kemampuan (Ability) | a. Kemampuan dalam menawarkan layanan yang berkualitas | 1 | Mayer et al (1995) dalam Rofiq (2007) |
| | | | b. Kemampuan memberikan keamanan transaksi | 2 | |
| | | Perbuatan Baik (Benevolamnce) | a. Memberikan keuntungan transaksi bagi konsumen | 3 | |
| | | | b. Memberikan kepuasan bagi konsumen | 4 | |
| | | Integritas (Integrity) | a. Tidak berbohong kepada konsumen | 5 | |
| | | | b. Selalu menjaga reputasi | 6 | |
| 2. | Persepsi Risiko (X2) | Risiko keuangan (<i>financial risk</i>) | Kehilangan Uang | 7 | Rochmawati dalam Rahmadi dan Malik (2016) |
| | | Risiko sosial (<i>social risk</i>) | Pandangan negatif dari lingkungan social | 8 | |
| | | Risiko kinerja (<i>performance risk</i>) | Lambatnya pemrosesan data | 9 | |
| | | Risiko waktu (<i>time risk</i>) | Lama waktu pemrosesan data | 10 | |

Lanjutan tabel

| No. | Variabel | Dimensi | Indikator | No. Item | Sumber |
|-----|-----------------------|--|--|----------|---|
| | | Risiko fisik (<i>physical risk</i>) | Kekhawatiran keamanan produk | 11 | |
| | | Risiko psikologis (<i>psychological risk</i>) | Ketidakpastian penjaminan kebutuhan | 12 | |
| 3. | Minat Menggunakan (Y) | Minat transaksional | Pertimbangan untuk menggunakan layanan | 13 | Ferdinand dalam Soebagyo dan Subagio (2014) |
| | | Minat eksploratif | Keinginan untuk mengetahui | 14 | |
| | | Minat prefensial | Ketertarikan mencari informasi lebih | 15 | |
| | | Minat refrensial | Merekomendasikan layanan kepada orang lain | 16 | |

Sumber: Data primer diolah, 2019

1.5.5 Teknik Analisis Data

Agar data yang telah dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif.

1.5.5.1 Metode kualitatif

Metode kualitatif yaitu analisis untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian tentang berbagai gejala atau kasus yang dapat diuraikan dengan kalimat. Bagian analisis ini akan membahas mengenai bentuk sebaran jawaban responden terhadap seluruh konsep yang diukur.

Data yang diperoleh dari menyebar kuesioner tersebut diolah dalam pengukuran variabel (dimensi) dengan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016: 168). Menurut Riduwan (2015: 12), dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel, kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 1.4
Skor Skala *Likert*

| Jawaban | Pernyataan Positif | Pernyataan Negatif |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | 1 |
| Setuju (S) | 4 | 2 |
| Cukup Setuju (CS) | 3 | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | 4 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | 5 |

Sumber: Riduwan (2015: 12)

1.5.5.2 Metode kuantitatif

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Bungin, 2014: 23).

Teknik analisis kuantitatif yang digunakan adalah sebagai berikut:

1.5.5.2.1 Uji validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar, 2013: 46). Menurut Priyatno (2010: 14), uji validitas biasanya digunakan untuk menguji penelitian yang menggunakan kuisisioner dalam pengambilan datanya. Dalam penelitian ini, pengujian validitas menggunakan aplikasi SPSS 22.

Keputusan pengujian validitas dengan menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

- a. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel.
- b. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika r hitung $<$ r tabel.

1.5.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2010: 30), uji reliabilitas yaitu untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang. Instrumen kuisisioner yang tidak reliabel maka tidak dapat konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Hasil uji reliabilitas dapat mencerminkan dapat dipercaya atau tidaknya suatu instrumen penelitian berdasarkan tingkat ketepatan suatu alat ukur dalam pengertian bahwa hasil pengukuran yang didapatkan merupakan ukuran yang benar dari suatu yang diukur.

Reliabilitas mengandung arti bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah

baik dapat dipercaya, yang *reliabel* akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliabel* artinya dapat dipercaya sehingga menandakan bahwa kuisisioner dapat diandalkan. Dalam penelitian ini, pengujian validitas menggunakan aplikasi SPSS 22. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*.

Keputusan uji reliabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Butir-butir pernyataan dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.
- b. Butir-butir pernyataan dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$.

1.5.5.2.3 Regresi Linier Berganda

Pada regresi berganda terdapat satu atau lebih variabel bebas. Analisis diperlukan untuk mengetahui arah hubungan (positif atau negatif) antara variabel bebas dengan variabel terikat (Arifin, 2017: 156).

Dalam penelitian ini, analisis digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan. Untuk itu menggunakan rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = Keputusan Menggunakan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X₁= Kepercayaan

X₂= Persepsi risiko

1.5.5.2.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak, untuk melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan parsial (Uji t) dan uji signifikan simultan (Uji F), dan koefisien determinasi untuk melihat seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini uji t, uji F dan uji koefisien determinasi menggunakan aplikasi SPSS 22.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dipakai untuk melihat signifikansi pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan (Sulaiman, 2004: 15). Pada penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel bebas kepercayaan dan persepsi risiko secara parsial terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*.

1. Menentukan Hipotesis nul (H₀) dan Hipotesis alternatif (H_a). Bentuk pengujian:

H₀₁ : Tidak ada pengaruh dan signifikan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO.

H_{a1} : Ada pengaruh dan signifikan kepercayaan terhadap minat

menggunakan layanan *mobile payment* OVO.

H₀₂ : Tidak ada pengaruh dan signifikan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO.

H_{a2} : Ada pengaruh dan signifikan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* OVO.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a diterima.

3. Menentukan taraf signifikan sebesar 5%

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dipakai untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen (Sulaiman, 2004: 14). Uji simultan dilakukan untuk membuktikan hipotesis yaitu Kepercayaan dan Persepsi Risiko secara simultan terhadap Minat Menggunakan (Y).

1. Menentukan Hipotesis null (H₀) dan Hipotesis alternatif (H_a), yaitu:

H₀ Tidak ada pengaruh dan signifikan
: Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan layanan *mobile payment* OVO.

H_a Ada pengaruh dan signifikan
: Kepercayaan dan Persepsi Risiko

terhadap Minat Menggunakan layanan *mobile payment* OVO.

2. Menentukan tarif signifikan sebesar 5%
3. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

c. Koefisien Determinasi

Menurut Priyatno (2010: 83), Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Sisa dari total (100%) yang artinya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Dalam penelitian, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko sebagai variabel independen dan minat menggunakan sebagai variabel dependen.

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya.