

# PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-MONEY* (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *GO-PAY*)

Yosua Arent Lonardo Aritonang<sup>1</sup>, Anton Arisman<sup>2</sup>  
Jurusan Akuntansi STIE Multi Data Palembang  
e-mail: \*[Yosuaarent@mdp.ac.id](mailto:Yosuaarent@mdp.ac.id) , [Ariman@stie-mdp.ac.id](mailto:Ariman@stie-mdp.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-money Gopay*. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan kuisioner para pengguna *Gopay*. Penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling. Sampel dalam penelitian ini ada sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengaruh persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi serta persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi *Go-pay*.

**Kata Kunci:** Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Minat Pengguna

## Abstract

This study aims to determine the perception of ease and perception of benefits affect the interest of using *E-money Gopay*. The data use in this study was obtained through interviews and questionnaires of *E-money* users. Sample determination using purposive sampling method. The sample in this study there are as many one hundred respondents. The result of this study found that the influence of ease perception positively influence the interest of using the application, as well benefit perceptions have a positive effect on interest in using *gopay* application.

**Keywords:** Perception of ease, perception of benefits, interest in using

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju di berbagai belahan dunia telah membawa perubahan yang besar terhadap berbagai sektor kehidupan kita. Teknologi semakin canggih, semua aktivitas sehari-hari pun semakin mudah, termasuk dalam hal bertransaksi. Kini telah populer apa yang disebut uang elektronik (kartu *e-money*), yaitu alat pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada server atau pun kartu. Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*Electronic Money*) sebagaimana telah diubah dua kali menjadi Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/2016(BI,2014). Kartu *E-money* ini kemudian dapat digunakan untuk transaksi pembayaran di internet maupun *merchant-merchant* yang telah bekerja sama dengan bank penerbit kartu *e-money*. Menjadi populer karena *e-money* telah gencar digunakan untuk bertransaksi ditoko *online* maupun *offline* (Setyo Ferry Wibowo & Dede Rosmauli,2015). Diperkirakan pemakaian *e-money* di masa datang berpotensi menggeser peran uang tunai dalam transaksi pembayaran bersifat retail. Pemakaian *e-money* akan memberikan kelebihan dibanding dengan memakai uang tunai dan alat pembayaran non-tunai lainnya. Kelebihan lain *e-money* lainnya adalah waktu yang diperlukan menyelesaikan transaksi jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu debit, kartu kredit atau ATM. Sebab, pemakaian *e-money* tak memerlukan otorisasi *on-line*, tanda

tangan atau memasukkan kode PIN. Dengan transaksi *off-line* biaya dapat dikurangi. Dan juga *electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh *issuer* (Arsita Ika,2015). Jasa transportasi saat ini dirasa sebagai sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat, transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktifitas sehari-harinya, setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatannya seperti bekerja, bersekolah, bepergian maupun aktifitas lainnya. Semakin banyak jenis jasa transportasi dan berbagai macam merek yang ditawarkan, membuat konsumen sebagai pengambil keputusan menjadi lebih selektif dalam proses pengambilan keputusannya,Perusahaan pun harus melakukan usaha-usaha dalam menarik konsumen agar membeli dan menggunakan jasanya.

Dalam mengatasi masalah kemacetan jasa transportasi ojek dapat menjadi solusi yang efektif bagi masyarakat dalam beraktifitas. Ojek merupakan transportasi umum informal berupa sepeda motor, disebut informal karena pengoperasiannya belum memiliki izin dari pemerintah, namun tetap diminati sebagian besar masyarakat karena kelebihanannya yaitu lebih cepat dan dapat melewati sela-sela kemacetan di kota. Terobosan baru dimunculkan oleh para pengusaha muda yang mengembangkan inovasi baru dalam penyediaan jasa transportasi online,yaitu ojek online. Alasan masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan Go-Jek sebagai ojek *online* adalah persepsi masyarakat yang menilai bahwa ojek *online* lebih praktis dibanding ojek konvensional, para penggunanya dapat memesan via internet tanpa harus terjun kelapangan untuk mencari ojek. Pelanggan juga merasa aman karena Go-Jek ini telah terintegrasi dibawah naungan institusi sehingga kepercayaan pelanggan akan lebih besar, serta tarif yang telah terstandarkan sehingga pelanggan tidak perlu melakukan tawar menawar dengan *driver*. Hal mendasar lainnya yang membedakan antara Gojek sebagai ojek *online* dengan ojek lainnya adalah pelabelan merek (*branding*) “Go-Jek”. Merek merupakan bentuk identitas yang akan menjadi pembeda dengan *kompetitor* lain, dengan adanya merek Go-Jek dibenak masyarakat akan teringat ojek yang bernuansa hijau yang bisa diakses dengan aplikasi di *android*. Identitas merek yang menunjukkan kelebihan produk yang tidak dimiliki produk lain (Kumpanan,2015).

Pada penelitian sebelumnya (Bastian Amanulah,2014) membahas tentang pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan kepercayaan terhadap sikap positif pengguna layanan *mobile banking* membahas bahwa pengaruh positif akan ditimbulkan pengguna saat mendapatkan manfaat, kemudahan yang lebih dari aplikasi yang digunakan. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Sanggih Priambodo,2014) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Yaufi Andriano,2014). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko *Online* (Reza Adriyanto,2016). Dan telah membuktikan bahwa pengaruh persepsi kemudahan, manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan mbile banking. Dari penjelasan diatas maka dibuatlah penelitian mengenai “**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY, (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GOPAY).**”

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Money GO-Pay*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Money GO-Pay*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *E-Money GO-Pay*?
2. Mengetahui pengaruhn persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *E-Money GO-Pay*?

## 2. LANDASAN TEORI

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

Menurut Davis,1989 Persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya, bahwa sistem informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor:

- a. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis.
- b. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- c. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal.

### 2.2 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Menurut Davis,1989 Persepsi manfaat adalah tingkatan dimana pengguna percaya, bahwa dengan menggunakan teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja. Persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:

- a. Kegunaan, meliputi beberapa dimensi ukuran yaitu menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, dan dapat menambah produktivitas.
- b. Efektivitas, meliputi beberapa dimensi ukuran yaitu dapat mempertinggi efektivitas serta dapat mengembangkan kinerja pekerjaan.

### 2.3 Minat untuk Tetap Menggunakan (*Behavioral Intention to Use*)

(Davis,1989) *Behavioral Intention to Use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi, sistem informasi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap dan perhatiannya terhadap teknologi tersebut, contohnya keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Minat perilaku (*behavioral intention*) menurut Jogiyanto (2007: 29) adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat tidak selalu statis. Minat dapat berubah dengan berjalannya waktu. Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat melakukannya. Manusia biasanya berperilaku dengan cara yang sadar, bahwa mereka mempertimbangkan informasi yang tersedia, dan secara

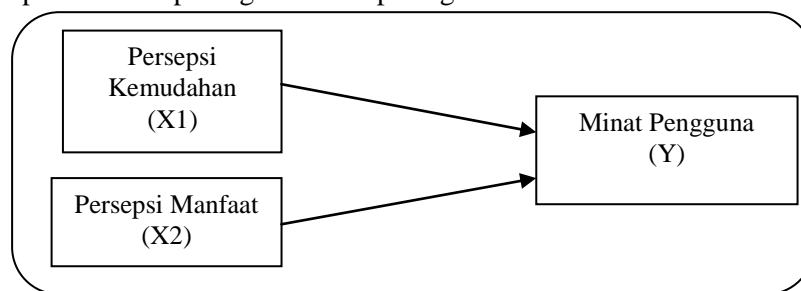
implisit dan eksplisit juga mempertimbangkan implikasi-implikasi dari tindakan-tindakan yang dilakukan (Jogiyanto, 2007).

## 2.4 Penggunaan Nyata Sebuah Sistem (*Actual System Usage*)

(Davis,1989) *Actual system usage* adalah kondisi nyata penggunaan sistem. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Seseorang akan puas menggunakan sistem jika mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas mereka, yang biasanya tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, maka kerangka penelitian dapat digambarkan pada gambar berikut :



**Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran**

## 2.6 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini adalah :

H1: Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat pengguna *E-money GO-Pay*.

H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat pengguna *E-money GO-Pay*.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Pendekatan Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2010) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian maka jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena empiris yang disertai data statistik, karakteristik dan pola hubungan antar variabel.

### 3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sample yang diambil adalah *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengambilan sampelnya menggunakan *Konvience/accidental sampling*, yaitu bentuk pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data akan menjadi sampel penelitian ini (Sugiyono, 2009).

Apabila populasi berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui maka digunakan rumus sebagai berikut (Widiyanto, 2008) :

$$n = \frac{z^2}{4(\text{Moe})^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 96,04 responden. Untuk memudahkan dalam melakukan penelitian, maka ditetapkan jumlah sebanyak 100 responden yang digunakan sebagai sampel.

### 3.3 Jenis Data

Data primer biasanya diperoleh melalui wawancara atau kuesioner (Ferdinand, 2011). Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh dari hasil kuesioner tentang pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, yang disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya yang pernah atau sudah beberapa kali menggunakan layanan *E-money Gopay*.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada pengguna *GO-Pay* di kota Palembang dengan mengisi dan mengikuti panduan yang ada pada kuesioner.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda:

## 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2006) reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. (Ghozali, 2006).

### b. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2006) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlation item total correlation*) dengan  $r$  tabel dengan ketentuan *degree of freedom* (df) = n-3, dimana n adalah jumlah sampel dengan  $\alpha = 5\%$ , Kriteria untuk penilaian uji validitas sebagai berikut

$r$  hitung >  $r$  tabel, maka pernyataan tersebut valid.

$r$  hitung <  $r$  tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Salah satunya adalah dengan cara uji normalitas data. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Jadi tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk mengetahui model analisis yang tepat dalam suatu penelitian.

Menurut Jonathan Sarwono *Method of Successive Interval* (MSI) merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Data ordinal sebenarnya adalah data kualitatif atau bukan angka sebenarnya. Data ordinal menggunakan angka sebagai simbol data kualitatif. Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi Pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal, maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur-prosedur tersebut.

### a. Uji Normalitas

Ghozali (2013) tujuan dari uji normalitas adalah sebagai berikut: “Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal ataupun tidak. Uji normalitas dibutuhkan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik akan menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak bisa digunakan.” Uji statistik yang digunakan untuk uji normalitas dalam penelitian ini adalah uji normalitas atau sampel *Skewness* dan *Kurtosis* yang mana hasil analisis ini kemudian dibandingkan dengan nilai kritisnya.

### b. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2013) tujuan dari uji multikolinearitas adalah sebagai berikut: “Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent.” Uji multikolinearitas bisa dilakukan dengan melihat *tolerance value* atau dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan aplikasi SPSS 22. Nilai VIF dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{(1-R_i^2)}$$

Untuk mengurangi multikorelasi pada variabel pemoderasi digunakan *mean-centering*. Menurut Echambadi (2007), *mean-centering* tidak mengurangi maupun meningkatkan hasil uji statistik, sehingga wajar digunakan dalam penelitian sains sosial. *Mean-centering* dilakukan dengan cara mengurangi variabel dengan *mean* dari variabel yang akan diuji ( $X_1 - 1$ ).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013) mengatakan bahwa heteroskedastisitas adalah keadaan dimana seluruh residual atau *error* tidak memiliki varian yang sama untuk seluruh pengamatan atas variabel independen. Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Gletser*. Masalah Heteroskedastisitas terjadi jika ada variabel yang secara statistik signifikan. Hipotesa terhadap pengujian meliputi:

$$\begin{aligned} H_0 & : \text{tidak ada heteroskedastisitas} \\ H_1 & : \text{ada heteroskedastisitas} \end{aligned}$$

Keputusan yaitu jika signifikan  $<0.05$ , maka  $H_0$  ditolak (ada heteroskedastisitas). Jika signifikan  $>0.05$ , maka  $H_0$  tidak ditolak (tidak ada heteroskedastisitas).

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menunjukkan gangguan yang masuk dalam regresi dengan menggunakan koefisien durbin-watson. Uji statistik durbin-watson yaitu membandingkan angka durbin-watson dengan nilai kritisnya. Jika durbin-watson lebih besar dari nilai kritisnya maka tidak terjadi autokorelasi. Sebaliknya jika durbin-watson lebih kecil dari nilai kritisnya maka terjadi autokorelasi. (Kalengkongan, 2013) SINNGI SANTOSO

#### e. Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2016) uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen. Penilaian uji linieritas yaitu dapat dilihat dengan membandingkan antara  $c$  hitung dan  $c$  tabel apabila nilai  $c$  hitung  $< c$  tabel maka variabel tersebut dikatakan linier.

### 3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis itu. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan risiko. Besar kecilnya risiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas (Iqbal Hasan, 2003: 140). Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### 1. Analisis regresi sederhana

Menurut Sugiyono (2011: 237), regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama sampai hipotesis keempat ( $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_3$  dan  $H_4$ ) dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

##### a. Membuat garis linier sederhana (9) $Y' = a + bX$

Keterangan:

$Y'$  : Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

$a$  : Harga  $Y$  ketika harga

$X = 0$  (harga konstanta)

$b$  : Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Bila

$b (+)$  maka naik, dan bila

$(-)$  maka terjadi penurunan

$X$  : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu. (Sugiyono, 2010: 261)

#### 2. Analisis regresi berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, secara bersama-sama (simultan) terhadap minat menggunakan *GO-Pay*. Dalam analisis ini dapat diketahui

koefisien regresi variabel terhadap variabel terikat, koefisien determinasi, sumbangan relatif serta sumbangan efektif masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam analisis regresi ganda, langkah-langkah yang harus ditempuh adalah sebagai berikut: a. Membuat persamaan garis dengan dua prediktor, dengan rumus:

$$Y = aX_1 + a_2X_2 + k$$

Keterangan:

Y = kriterium

X<sub>1</sub>X<sub>2</sub>: prediktor 1, prediktor 2

a<sub>1</sub> : koefisien prediktor X<sub>1</sub>

a<sub>2</sub> : koefisien prediktor X<sub>2</sub>

k : bilangan konstan

(Sutrisno Hadi, 2004: 18)

#### 4. Model Empirik

##### a. Uji F

Menurut Sugiyono (2011), uji F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua (simultan) variabel independen atau bebas yang dimaksud dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (terikat). Cara pengujiannya yaitu :

1. Derajat tingkat signifikansi = 0.05
2. Derajat kebebasan f tabel ( $\alpha$ , k, n-k-1)  
 $\alpha = 0,05$   
 k = jumlah variabel bebas  
 n = jumlah sampel
3. Menentukan kriteria pengujian  
 H<sub>0</sub> ditolak jika f dihitung > f tabel  
 H<sub>a</sub> ditolak jika f dihitung < f tabel
4. Menentukan f dengan rumus

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R<sup>2</sup> = koefisien determinan berganda

N = jumlah sampel

K = jumlah variabel bebas

Kesimpulan :

1. Jika f dihitung < f tabel maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
2. Jika f dihitung > f tabel maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, artinya ada pengaruh secara simultan.

##### b. Uji t

Menurut Ghazali (2016) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Langkah - langkah dalam melakukan uji parsial adalah:

1. Uji Hipotesis dengan melakukan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ 
  - a. Apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima (variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara individual).
  - b. Apabila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak (variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individual).
2. Menentukan Tingkat signifikansi data
  - Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak (  $X > 0,05$  )



- Jika probabilitas lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ( $X < 0,05$ ).

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menggambarkan atau menjelaskan variasi variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (bebas) amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### a. Sejarah *E-Money*

Uang digital atau *E-money* merupakan bentuk lain dari mata uang yang kita kenal selama ini. Walaupun perbedaan antara *E-money* dengan uang *konvensional* sangat mencolok, tidak ada perbedaan nilai tukar antara *E-money* dengan uang *konvensional*. Yang membedakan *E-money* dengan uang konvensional adalah *fleksibilitas* dan *aksesibilitas E-money* yang tanpa batas. Hal ini disebabkan karena basis transaksi *E-money* menggunakan sistem yang terhubung secara *online* dan tanpa harus mempertemukan orang yang bertransaksi. Perkembangan *E-money* sendiri dimulai sejak 1960. Saat itu perusahaan komputer raksasa IBM bekerjasama dengan *American Airlines* menciptakan suatu sistem yang disebut *SABRE (Semi-Automatic Business Research Environment)* yang memungkinkan kantor-kantor *American Airlines* untuk dipasangkan dengan terminal yang terhubung dengan jaringan telepon yang memungkinkan perusahaan mengecek secara langsung jadwal keberangkatan, ketersediaan kursi, dan secara digital membuat pesanan yang kemudian bisa dibayarkan menggunakan sistem kredit. Tahun 1970an bank di Amerika dan Eropa telah menggunakan *mainframe* komputer untuk melacak transaksi antar cabang dan bank lain, sistem ini terbukti sukses melewati batasan internasional pertukaran kurs dibutuhkan.

### 4.2 Hasil Pembahasan

#### 1. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur. Uji realibilitas diukur dengan melihat *cronbach's alpha*. Untuk dapat mengetahui apakah instrumen *reliabel* atau tidak menggunakan batasan 0,60. Suatu instrumen pertanyaan dikatakan tidak *reliabel* apabila memiliki *cronbach alpha* < 0,60. Instrumen pertanyaan yang memiliki *cronbach alpha* diatas 0,60 maka instrumen pertanyaan tersebut baik.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha Item</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
$X_1$	0,899	0,060	Reliabel
$X_2$	0,995	0,060	Reliabel
Y	0,876	0,060	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Pada butir pertanyaan yang diberikan *cronbach's alpha* > 0,60. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah *reliabel* dan setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini dapat disebarluaskan kepada responden sebagai instrument dalam penelitian ini.

#### b. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22, dimana teknik pengujian yang digunakan adalah *Corrected Item-Total Correlation* yaitu mengkorelasikan masing-masing skor *item* dengan skor total. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 5% (0,05), dengan kriteria sebagai berikut:

- *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan *valid* apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
- *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak *valid* apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ .

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Uji Validitas		Keputusan
		Item Total Correlation	$r_{tabel}$	
X <sub>1</sub>	X <sub>1.1</sub>	0,672	0.1966	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,688	0.1966	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,619	0.1966	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,677	0.1966	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,621	0.1966	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0,549	0.1966	Valid
	X <sub>1.7</sub>	0,609	0.1966	Valid
	X <sub>1.8</sub>	0,637	0.1966	Valid
	X <sub>1.9</sub>	0,629	0.1966	Valid
	X <sub>1.10</sub>	0,659	0.1966	Valid
	X <sub>1.11</sub>	0,624	0.1966	Valid
	X <sub>1.12</sub>	0,501	0.1966	Valid
X <sub>2</sub>	X <sub>2.1</sub>	0,693	0.1966	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,619	0.1966	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,632	0.1966	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,756	0.1966	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,689	0.1966	Valid
	X <sub>2.6</sub>	0,688	0.1966	Valid
	X <sub>2.7</sub>	0,604	0.1966	Valid
	X <sub>2.8</sub>	0,459	0.1966	Valid
	X <sub>2.9</sub>	0,595	0.1966	Valid
Y	Y <sub>1.1</sub>	0,567	0.1966	Valid
	Y <sub>1.2</sub>	0,258	0.1966	Valid
	Y <sub>1.3</sub>	0,554	0.1966	Valid
	Y <sub>1.4</sub>	0,634	0.1966	Valid
	Y <sub>1.5</sub>	0,594	0.1966	Valid

	Y <sub>1.6</sub>	0,668	0.1966	Valid
	Y <sub>1.7</sub>	0,758	0.1966	Valid
	Y <sub>1.8</sub>	0,660	0.1966	Valid
	Y <sub>1.9</sub>	0,687	0.1966	Valid
	Y <sub>1.10</sub>	0,638	0.1966	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Nilai  $r_{\text{tabel}}$  dapat dicari dari daftar nilai-nilai  $r$  *product moment* pada tabel  $r$  pada signifikansi 5% dengan uji dua sisi dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$ . Jumlah sampel dalam penelitian ini ( $n$ ) = 100 dan besarnya  $df$  dapat dihitung  $100-2 = 98$ , maka didapat  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0.1966. Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa nilai *corrected total-item correlation* ( $r_{\text{hitung}}$ ) dari masing-masing variabel > dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,1966. Karena koefisien korelasi dari 20 butir pertanyaan tersebut lebih besar dari 0,1966 maka dapat disimpulkan bahwa ke 31 butir instrument pertanyaan tersebut dinyatakan *valid* dan dapat dipergunakan untuk penelitian.

## 2. Method of Successive Interval (MSI)

Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini berupa data kuesioner yang menggunakan skala ukur ordinal. Sedangkan salah satu syarat untuk dapat digunakannya analisis regresi (*parametrik*) adalah data diharuskan berskala ukur *metrik* (*minimal interval* atau rasio). Untuk itu sebelum diolah lebih lanjut, data yang diperoleh akan dinaikkan skala ukurnya menjadi interval dengan menggunakan metode MSI (*Method of Successive Interval*). Setelah data dinaikkan skala ukurnya dari ordinal menjadi interval, maka analisis regresi (*parametrik*) dapat diterapkan. Ada dalam lampiran

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Jika variabel dinyatakan tidak berdistribusi normal maka pengujian parametrik tidak dapat digunakan dan harus menggunakan pengujian non parametrik ataupun sejenisnya. Pengujian normalitas ini menggunakan sampel *kolmogorov-smirnov* yang dimana nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* harus dapat melebihi dari nilai 0.05. berikut ini merupakan hasil dari pengujian normalitas yang telah dilakukan. Berikut ini adalah hasil uji normalitas yang dilakukan

**Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas**

Model	nilai <i>Asymp.Sig.(2-tailed)</i>	Hasil
X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> Terhadap Y	0.200 > 0.05	Normal

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Dari hasil pengujian normalitas diatas dapat disimpulkan bahwa X<sub>1</sub> (Kemudahan) dan X<sub>2</sub> (Manfaat) Terhadap Y (Minat) memiliki nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* memiliki nilai yang lebih besar dari 0.05 yaitu 0.200. Syarat normalitas dalam pengujian *Kolmogorov-smirnov* adalah nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* harus lebih besar dari nilai 0.05. Berdasarkan dari pengujian diatas dapat dinyatakan semua variabel berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya variabel bebas (independen). Karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Pengujian multikolinieritas ini menggunakan *Variance inflation factors* (VIF). Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai VIF lebih kecil dari 10.00 dan sebaliknya terjadi multikolinieritas apabila nilai VIF lebih besar dari 10.00. berikut ini merupakan hasil dari pengujian multikom .

**Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Tolerance	VIF
X1 (Kemudahan)	0,639	1,564
X2 (Manfaat)	0,639	1,564

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Dari tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa  $X_1$  (Kemudahan) mempunyai nilai *tolerance* 0,639 dan nilai VIF 1.564 dan  $X_2$  (Manfaat) mempunyai nilai *tolerance* 0.639 dan VIF 1.564. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas karena nilai *tolerance* di atas 0,10 dan nilai VIF (*Value Inflation Factor*) di bawah 10.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Gletser*, dimana jika nilai signifikan variabel independen terhadap *absolute* residual lebih besar dari  $\alpha$  (5%) maka tidak terdapat Heteroskedastisitas.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Signifikan	Hasil
X1 terhadap <i>Absolute residual</i>	0,236 > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2 terhadap <i>Absolute residual</i>	0,060 > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Berdasarkan tabel 4.8 terlihat bahwa hasil uji korelasi *Gletser*, variabel  $X_1$  (Kemudahan) dan  $X_2$  (Manfaat) Terhadap Y (Minat), diperoleh nilai signifikan untuk variabel kemudahan memiliki 0.236 lebih dari 0,05 dan variabel Manfaat memiliki nilai signifikan 0.060 lebih dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka hal ini dapat diartikan bahwa untuk variabel Kemudahan dan variabel manfaat (tidak terjadi heteroskedastisitas).

### d. Uji Autokorelasi

**Tabel 4.9 Uji Korelasi**

Model <i>Durbin watson</i>
1.835

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara variabel itu sendiri. Pada penelitian ini menggunakan metode *Durbin watson test*. Data yang bagus adalah data yang tidak autokorelasi yaitu angka DW diantara -2 sampai +2 (sanggih santoso 2015) berdasarkan tabel menunjukkan bahwa angka DW sebesar 1,835 dapat disimpulkan bahwa pada setiap model tidak ada autokorelasi.

#### e. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.10 Uji linearitas**

Varibel	<i>Sig linearity</i>	Keterangan
Y*X1	0,000	Linier
Y*X2	0,000	Linier

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

#### 4.Uji Hipotesis

##### a.Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel kemudahan dan Manfaat terhadap Minat secara bersama, digunakan uji statistik F, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  maka membuktikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.11 Uji F**

Model	F	Sig
<i>Regression</i>	47,511	0,000
<i>Residual</i>		
Total		

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi F hitung sebesar 0,00 dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi.

##### b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada penelitian ini koefisien determinasi berfungsi untuk menentukan seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan variabel independen yaitu kemudahan (X1) dan manfaat (X2) terhadap variabel dependen yaitu Minat menggunakan aplikasi. Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan variabel kemudahan menerangkan variabel dependen. Hasil koefisien determinasi atau *R square* dapat dilihat pada tabel 4.12

**Tabel 4.12 Uji R**

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Standard Error of Estimate</i>
	0,703	0,495	4,507

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Dari tabel diatas diketahui sebesar 0,703 atau sebesar 70,3 persen korelasi dari nilai observasi dan nilai prediksi dari variabel dependen. Sedangkan R2 sendiri sebesar 0,495 yang artinya 49,5 persen kepuasan pemakai aplikasi *Go-Pay* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yaitu kemudahan dan manfaat *Go-Pay* sedangkan sisanya yaitu (100% - 49,5% = 50,1%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.

### c. Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Pada penelitian ini uji t dilakukan untuk menentukan apakah kedua variabel independen mempunyai pengaruh terhadap satu variabel dependen. Kedua variabel independen mempunyai pengaruh terhadap satu variabel dependen jika nilai signifikan uji t kurang dari 0,05. Hasil regresi parsial dapat dilihat pada tabel 4.13 mengenai kedua variabel independen terhadap kepuasan pengguna sistem informasi di bawah ini.

**Tabel 4.13 Uji t**

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
X 1	0,220	2,432	0,005
X2	0,549	6,088	0,000

Sumber: Data Diolah SPSS 22, 2017

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh nilai beta variabel X1 sebesar 0,220 dan variabel X2 sebesar 0,549. Pada variabel X1 menunjukkan bahwa signifikan  $0,005 < 0,05$ , disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan *Go-Pay*. Disisi lain variabel X2 memperoleh hasil bahwa nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga disimpulkan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *Go-Pay*.

Berdasarkan hasil pengujian diatas:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (t-hitung) pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat beli diperoleh koefisien regresi 0,220 dan t-hitung sebesar 2,432 dengan signifikansi sebesar 0,005. Jadi dapat disimpulkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *E-Money Go-Pay*, sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi minat menggunakan layanan *E-Money Go-Pay*.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (t-hitung) pengaruh persepsi manfaat terhadap minat pembelian diperoleh koefisien regresi 0,549 dan t-hitung sebesar 6,088 dengan signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-money*, sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi minat menggunakan *E-money Go-Pay*. Konsumen yang merasa mendapatkan kegunaan dari aplikasi akan tertarik untuk melakukan pembelian melalui aplikasi *Go-Pay* tersebut. Selain itu konsumen merasa dengan adanya aplikasi *Go-Pay* ini belanja akan lebih cepat sehingga konsumen merasa terbantu dengan adanya aplikasi ini yang beranggapan bahwa layanan *Go-Pay* dapat memberikan manfaat bagi dirinya, maka dia dengan senang hati akan menggunakan layanan tersebut yang secara langsung akan berpengaruh pula terhadap minat melakukan transaksi dengan *E-Money Go-Pay*. Sebaliknya,

nasabah yang beranggapan bahwa layanan *Go-Pay* tidak memberikan manfaat sama sekali bagi dirinya, maka otomatis dia tidak akan berminat untuk menggunakan layanan tersebut.

## 5.KESIMPULAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis pada konsumen pengguna gopay, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jadi dapat disimpulkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Money Go-Pay*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah konsumen menggunakan aplikasi maka akan menarik minat konsumen untuk tetap menggunakan layanan *E-Money GO-Pay*.
2. Dapat disimpulkan juga persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna *Go-Pay*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin konsumen merasakan manfaat dalam menggunakan layanan aplikasi *E-Money Go-Pay* maka semakin tinggi minat pengguna yang dirasakan responden pengguna *Go-Pay* karena membantu pengguna dalam kegiatan transaksi.
3. Bahwa kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan aplikasi layanan *E-money Go-Pay*. Kemudahan penggunaan aplikasi tidak menyulitkan konsumen untuk mengoperasikannya serta manfaat membuat konsumen untuk tetap menggunakan dan memilih layanan *E-money Go-Pay* untuk bertransaksi kapanpun dan dimana saja.

### 5.1 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna, baik secara parsial maupun simultan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel lainnya seperti variabel fitur layanan atau persepsi kepercayaan yang dapat meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan *E-money*.
2. Diharapkan perusahaan selalu meng-*update* fitur-fitur yang dibutuhkan oleh pengguna, dengan adanya kelengkapan fitur akan memudahkan nasabah dalam mendukung aktivitasnya sehingga nasabah akan menggunakan *Go-Pay*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, Arsita Ika 2015, *Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money*. Univeristas Brawijaya.
- Adriyanto, Reza 2016, *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online*. Jakarta
- Amanullah, Bastian 2014, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile*

Banking, Universitas Diponegoro, Yogyakarta.

Anastasia, Diana & Lilis Setiawati, 2010. *Perpajakan Indonesia Konsep, Aplikasi dan Penuntun Praktis*, Andi Offset, Yogyakarta.

Andriani, Kusumawati 2011, Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (Matos), Malang.

Andriano, Yaufi 2014, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel*. Yogyakarta.

Augusty, Ferdinand 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Universitas Diponegoro Semarang.

Bandura, A 1982, *Self-efficacy mechanism in human agency*. *American Psychologist*, 37

Davis, F.D 1989, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*.

Durianto Darmadi, Sugiarto Dkk, 2004, *Brand Equity Tren Strategy Memimpin Pasar*, Pt.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Ferry Wibowo, Setyo 2015, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)*, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta.

Ghozali, Imam, 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

Hall, James, 2011. *Sistem Informasi Akuntansi, Edisi Empat*, Salemba Empat, Jakarta.

Indonesia, Bank 2014, *Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/Pbi/2014 Tanggal 8 April 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/Pbi/2009 Tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*, Jakarta.

Jogiyanto, H.M., 2005, *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*, ANDI, Yogyakarta.

Kalengkongan, C., J. Pontoh, F. Fatimah. 2013. *Hubungan Antara Beberapa Kriteria Kualitas Dengan Warna Gula Aren (Arenga pinnata Merr.)*. Manado

Kotler, Philip 2012, *Principle Of Marketing Global Edition*, Person Education

Kumpanan 2015, *Gojek Focus Garap Gopay Dan Gopoint*, Febuari, Jakarta.

Kumpanan 2017, *Mencoba Layanan Gojek, Uber, Dan Grab Bersamaan*, Jakarta.

Mayasari, Feronica, Elisabeth Penti Kurniawati, dan Paskah Ika Nugroho. 2011. *Anteseden dan Konsekuen Sikap Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Survey pada*



Pengguna Klik BCA). *Jurnal Semantik*

News, Liputan 2017, *Mempersiapkan Indonesia Menujumasarakat Non- Tunai*, Jakarta.

News, Sindo 2015, *Bi Genjot Pertumbuhan Emoney*, Jakarta

Priambodo, Sanggih 2014, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik*.

Romney, Marshal B., dan Steinbart, Paul John. 2011, *Accounting Information Systems*, Cengage Learning ,USA.

Safitri, Widya Atika 2016, *Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan, Kegunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Dalam Penggunaan Mobile Banking*, Solo.

SR, Soemarso 2004, *Akuntansi Suatu Pengantar, Buku 1, Edisi Kelima*, Salemba Empat, Jakarta.

Sugiyono, 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Wibowo, 2014, *Manajemen Kinerja, Edisi keempat*, Rajawali Pers, Jakarta.

Widiyanto, Ibnu 2008, *Metodologi Penelitian*. BP Undip, Semarang.