

Pengaruh Persepsi Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan Terhadap Layanan Go-Pay

Qovifah Damayanti¹, Syifa Fitriani²

¹Universitas Ahmad Dahlan

²Universitas Ahmad Dahlan

¹Qovifah22damayanti@gmail.com, ²Syifa.fitriani@ie.uad.ac.id

Abstrak – Perkembangan teknologi menyebabkan masyarakat mulai mengenal sistem pembayaran menggunakan dompet elektronik (*e-wallet*) yang dianggap lebih efisien dibandingkan dengan sistem pembayaran tunai. Go-pay sejak awal munculnya memiliki pengguna aktif terbanyak dibandingkan dengan penyedia *e-wallet* lainnya. Pandemi covid-19 yang masuk ke Indonesia menyebabkan persaingan antar penyedia *e-wallet* semakin ketat, hal tersebut terbukti dengan tergesernya pangsa pasar Go-pay pada urutan ketiga sebesar 23% dan posisi pertama dimenangkan oleh Shopee-pay dengan pangsa pasar sebesar 26%. Kalah bersaingnya Go-pay disebabkan karena penyedia layanan *e-wallet* lainnya menawarkan kelebihan yang lebih menguntungkan pengguna, serta masih ditemukan keluhan mengenai gagalnya promo digunakan, serta terlambat masuknya saldo Go-pay. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap layanan Go-pay, melalui pengujian variabel *benefits*, *trust*, *self-efficacy*, *ease of use* dan *security* terhadap persepsi dengan teknik analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive* untuk pengambilan sampel dengan syarat responden pernah menggunakan Go-pay dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 40,8%. *Benefits* memiliki pengaruh yang positif signifikan. *Trust*, *ease of use* dan *security* memiliki pengaruh positif tidak signifikan, sedangkan *self-efficacy* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap persepsi.

Kata Kunci: *Persepsi, Go-Pay, Purposive Sampling, Regresi Linear Berganda*

Abstract – Technological developments have caused people to begin to recognize payment systems using electronic wallets, which are considered more efficient than traditional payment systems. Go-pay since the beginning of the emergence of the most active users compared to other *e-wallet* providers. The Covid-19 pandemic that entered Indonesia caused the use of electronic payment systems to continue to increase, because it was considered to reduce the spread of the virus. This has caused competition between *e-wallet* providers to become increasingly fierce, this is evidenced by the shifting of Go-pay's market share to third place, which is only able to control a market share of 23% and the first position was won by Shopee-pay with a market share of 26%. Go-pay's loss in competition was due to other *e-wallet* service providers offering advantages that were more profitable for users, as well as finding complaints about the failure of the promos used, and the late entry of Go-pay balances. So this study aims to determine the factors that influence consumer perceptions of Go-pay services, through the technique of testing the variables of benefit, trust, self-efficacy, ease of use and security on perceptions with linear multiple analysis. This study uses a purposive technique for sampling with the condition that the respondent has used Go-pay within the last 3 months. The results showed that coefficient of determination was 40,8%. Benefits had a significant positive effect. Trust, ease of use and security have no significant positive effect, while self-efficacy has an insignificant negative effect on perception.

Keywords: *Perception, Go-Pay, Purposive Sampling, Multiple Linear Regression*

Introduction

Tingginya kebutuhan uang tunai yang harus diedarkan sebagai instrumen pembayaran yang sah seiring dengan pesatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia berdampak terhadap besarnya biaya operasional untuk pengadaan uang tunai dan maraknya kasus pemalsuan uang. Bank Indonesia sebagai lembaga moneter mengeluarkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan tujuan agar masyarakat beralih menggunakan pembayaran non tunai (Ady, 2016). Program tersebut didukung dengan banyaknya lembaga perbankan maupun non-perbankan yang menawarkan sistem pembayaran berbasis elektronik melalui layanan dompet elektronik (*E-Wallet*). Kehadiran Go-Pay pada kuartal IV tahun 2017 sampai dengan Kuartal II menduduki posisi pertama selaku penyedia layanan dompet digital dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia yang dapat dilakukan penarikan tunai melalui

sistem *withdraw* (Inggiharti, 2020).

Kondisi tersebut memberikan peluang bagi perusahaan lain untuk menyediakan layanan dompet elektronik dengan berbagai kelebihan fitur layanan. Riset Ipsos yang berjudul “Indonesia *The Next Cashless Society*” memaparkan hasil jika 68% pengguna dompet elektronik berasal dari kalangan generasi muda, yang umumnya usia tersebut banyak dimiliki oleh kalangan mahasiswa sekaligus kalangan yang peka terhadap teknologi (Zuraya, 2020). Riset Ipsos mengungkapkan bahwa keputusan generasi muda menggunakan dompet elektronik disebabkan karena termotivasi oleh *cashback* dan potongan harga, seiring waktu konsumen mulai mempertimbangkan rasa nyaman dan kemudahan penggunaan layanan (Tim Publikasi Data, 2020).

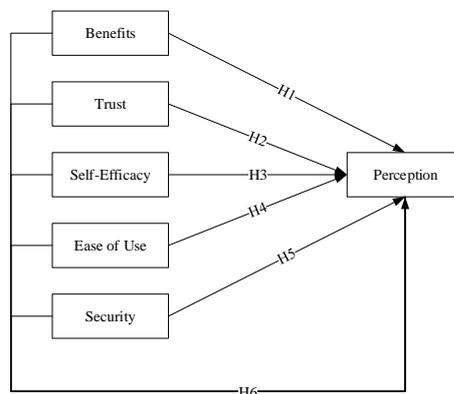
Penggunaan dompet elektronik terus mengalami peningkatan terutama sejak terjadinya pandemi di Indonesia, dikarenakan penggunaan sistem pembayaran berbasis elektronik dianggap dapat mengurangi resiko penyebaran virus (Hasana, 2020). Kondisi tersebut menjadikan peluang bagi perusahaan lain untuk menyediakan layanan dompet elektronik dengan berbagai kelebihan fitur layanan, salah satunya adalah penyedia layanan dompet elektronik yang sejak kemunculannya ShopeePay berdasarkan Riset Markplus yang dilakukan pada bulan Juli hingga Agustus tahun 2020 mampu menguasai pangsa pasar layanan dompet elektronik sebesar 26% dan Go-Pay berada pada urutan ketiga dengan pangsa pasar sebesar 23% (Hasana, 2020).

Kemunduran Go-Pay disebabkan karena kalah bersaing dengan penyedia layanan dompet elektronik lainnya. Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan sebagai salah satu kalangan pengguna aktif Go-Pay memiliki sejumlah keluhan mengenai promo yang tidak dapat digunakan dan terlambat masuknya saldo setelah *Top-up*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan yang berpotensi menjadi pengguna aktif terhadap layanan Go-Pay, dikarenakan pada bidang pemasaran persepsi menjadi aspek dengan tingkatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan realitas (Agustian, 2013).

Penelitian ini melakukan pengujian variabel dengan berdasarkan konstruk penelitian Teoh et al. (2013) yaitu variabel *Benefits* dengan makna tingkatan yang menunjukkan manfaat positif setelah menggunakan layanan (Nadiyah, 2018). Variabel kedua yaitu *Trust* dengan makna tingkatan kepercayaan yang dimiliki konsumen mengenai keyakinan bahwa uang yang mereka simpan pada sistem *E-Payment* akan aman dan seluruh pihak yang terlibat tidak akan merugikan pengguna (Abrazhevich, 2004). Variabel ketiga yaitu *Self-Efficacy* dengan makna keyakinan individu dalam melakukan sesuatu yang berasal dari kredibilitas penguasaan individu terhadap pengalaman yang dimiliki (Teoh et al., 2013). Variabel keempat yaitu *Ease of Use* dengan makna tingkatan keyakinan bahwa tidak dibutuhkannya usaha yang keras dan tidak adanya kesulitan yang harus dihadapi dalam menggunakan teknologi (Tanamal, 2017). Variabel kelima yaitu *Security* dengan makna tingkatan terhadap keyakinan seseorang bahwa layanan teknologi yang digunakan untuk mengirimkan atau menerima informasi dari pihak lain seperti data pribadi konsumen dan data transaksi finansial yang digunakan telah terjamin keamanannya atau terlindung dari segala ancaman potensial (Mahendra et al., 2017).

Method

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data yang digunakan berupa angka. Kerangka konseptual pada penelitian ini terdiri dari 5 variabel independen yaitu *Benefits*, *Trust*, *Self-Efficacy*, *Ease of Use*, *Security* dan 1 variabel dependen yaitu *Perception*.



Gambar 1. Kerangka Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka hipotesis penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1. maka dapat dirumuskan jika penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

H1: *Benefits* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perception*

H2: *Trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perception*

H3: *Self-efficacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perception*

H4: *Ease of use* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perception*

H5: *Security* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perception*

Pengumpulan data dilakukan dengan penentuan sampling menggunakan rumus Slovin pada populasi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan tahun ajaran 2019/2020 sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pada syarat yang telah ditetapkan peneliti (Sugiyono, 2016). Kriteria atau syarat yang ditetapkan untuk menjadi responden pada penelitian ini adalah mahasiswa pernah menggunakan layanan Go-Pay setidaknya dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan tingkat error sebesar 10% untuk penentuan jumlah sampel minimal dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{29.826}{1+29.826(0,01)} = 99,665 \approx 100 \text{ Responden}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = kelonggaran ketidak telitian

Analisis Regresi Linear Berganda pada penelitian ini digunakan untuk teknik analisis pada hasil pengolahan data. Telussa et al. (2013) mengungkapkan jika Regresi Linear Berganda dapat digunakan sebagai teknik analisis untuk mengetahui hubungan dominasi yang dimiliki oleh variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y) (Telussa et al., 2013).

Hasil dan Diskusi

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang

dikategorikan melalui sejumlah karakteristik untuk menjadi gambaran mengenai keadaan responden ketika memberikan jawaban pada kuesioner yang diajukan melalui hasil data yang akan disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Jenis Kelamin

Karakteristik	Klasifikasi	n	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	29	29%
	Perempuan	71	71%

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 1. Diperoleh informasi bahwa jenis kelamin responden didominasi oleh wanita yaitu sebanyak 71% dan laki-laki sebanyak 29%.

Tabel 2. Karakteristik Usia

Karakteristik	Klasifikasi	n	%
Usia	21-24 Tahun	74	74%
	<= 20 Tahun	26	26%

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2. Diperoleh informasi bahwa usia responden didominasi oleh usia 21-24 tahun dan responden dengan usia <=20 tahun sebanyak 26%.

Tabel 3. Karakteristik Fakultas

Karakteristik	Klasifikasi	n	%
Fakultas	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	22	22%
	Kesehatan Masyarakat	6	6%
	Sains dan Teknologi Terapan	7	7%
	Psikologi	6	6%
	Agama Islam	10	10%
	Teknologi Industri	14	14%
	Ekonomi dan Bisnis	14	14%
	Farmasi	4	4%
	Sastra, Budaya dan Komunikasi	11	11%
	Hukum	5	5%
	Kedokteran	1	1%

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3. diperoleh informasi mengenai jumlah responden pada masing-masing fakultas, dengan penentuan jumlah responden sebagai sampel penelitian menggunakan proporsi berdasarkan total populasi pada masing-masing fakultas dengan hasil didominasi oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan sebanyak 22%. Fakultas Teknologi Industri dan Fakultas Ekonomi Bisnis masing-masing sebanyak 14%. Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi sebanyak 11%. Fakultas Agama Islam sebanyak 10%. Fakultas Sains dan Teknologi Terapan sebanyak 7%. Fakultas Kesehatan Masyarakat dan Fakultas Psikologi masing-masing sebanyak 6%. Fakultas Hukum sebanyak 5%. Fakultas Farmasi sebanyak 4% dan Fakultas Kedokteran sebanyak 1%.

Tabel 4. Karakteristik Frekuensi Penggunaan

Karakteristik	Klasifikasi	n	%
Frekuensi Penggunaan	1-3 Kali	68	68%
	4-7 Kali	20	20%
	8-10 Kali	3	3%
	>10 Kali	9	9%

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4. diperoleh informasi mengenai frekuensi penggunaan layanan Go-Pay dalam satu bulan dengan didominasi frekuensi penggunaan sebanyak 1-3 kali pada 68 responden, frekuensi penggunaan 4-7 sebanyak 20 responden, frekuensi penggunaan 8-10 kali sebanyak 3 responden dan frekuensi penggunaan >10 kali sebanyak 9 responden.

Tabel 5. Karakteristik Nominal Transaksi

Karakteristik	Klasifikasi	n	%
---------------	-------------	---	---

Nominal Transaksi	<Rp 600.000	97	97%
	>= 600.000	3	3%

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5. diperoleh informasi mengenai jumlah nominal transaksi yang digunakan dalam satu bulan didominasi oleh nominal <Rp 600.000 sebanyak 97% dan nominal transaksi >= Rp 600.000 sebanyak 3%.

Tabel 6. Karakteristik Nominal Pengisian Saldo

Karakteristik	Klasifikasi	n	%
Nominal Pengisian Saldo	Rp 50.000,-	38	38%
	Rp 50.000-Rp 100.000,-	43	43%
	Rp 100.001-Rp 200.000,-	14	14%
	Rp 200.100-Rp 300.000,-	3	3%
	> Rp 300.000,-	3	3%

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 6. diperoleh informasi mengenai nominal pengisian saldo dalam satu bulan dengan hasil responden melakukan pengisian saldo dengan nominal senilai Rp 50.000,-, sebanyak 38 %, Rp 50.000-Rp 100.000,-, sebanyak 43 %, Rp 100.001-Rp 200.000,-, sebanyak 14 %, Rp 200.100-Rp 300.000,-, dan > Rp 300.000,-, masing-masing sebanyak 3%.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui jika instrumen pertanyaan yang diajukan pada kuesioner bersifat valid dan layak untuk merepresentasikan sesuatu yang ingin diukur (Sugiyono, 2016). Setiap instrumen pertanyaan yang diajukan pada kuesioner memiliki jawaban dengan skala Likert 1-5. Instrumen pertanyaan bersifat valid jika memiliki nilai signifikansi < 0,05.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 7. dapat diketahui jika seluruh instrumen pertanyaan yang diajukan pada kuesioner bersifat valid dikarenakan nilai signifikansi

Indikator	Total	Indikator	Total	indikator	Total
Be1.1	Sig. (2-tailed) .000	Tr2.4	Sig. (2-tailed) .000	Pe6.1	Sig. (2-tailed) .000
Be1.2	Sig. (2-tailed) .000	SE3.1	Sig. (2-tailed) .000	Pe6.2	Sig. (2-tailed) .000
Be1.3	Sig. (2-tailed) .000	SE3.2	Sig. (2-tailed) .000	Pe6.3	Sig. (2-tailed) .000
Be1.4	Sig. (2-tailed) .000	SE3.3	Sig. (2-tailed) .000	Pe6.4	Sig. (2-tailed) .000
Be1.5	Sig. (2-tailed) .000	EOU4.1	Sig. (2-tailed) .000		
Tr2.1	Sig. (2-tailed) .000	EOU4.2	Sig. (2-tailed) .000		
Tr2.2	Sig. (2-tailed) .000	Se5.1	Sig. (2-tailed) .003		
Tr2.3	Sig. (2-tailed) .000	Se5.2	Sig. (2-tailed) .000		

setiap instrumen < 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui bahwa alat ukur pada suatu penelitian yaitu kuesioner memiliki konsistensi yang tetap meskipun telah digunakan secara berulang pada subjek dan kondisi yang sama. Sugiyono (2016) mengungkapkan bahwa instrumen penelitian bersifat reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Be1.1	74.0200	50.929	.492	.825
Be1.2	74.0300	51.747	.458	.827
Be1.3	74.0300	51.747	.488	.826
Be1.4	73.8900	51.897	.403	.829
Be1.5	73.9400	51.087	.562	.823
Tr2.1	74.4100	51.780	.403	.829

Tr2.2	74.2800	50.810	.431	.828
Tr2.3	74.2500	52.008	.416	.829
Tr2.4	74.6300	52.862	.304	.833
SE3.1	74.7100	49.339	.439	.828
SE3.2	74.9500	51.462	.290	.836
SE3.3	74.9700	50.191	.390	.830
EOU4.1	73.9700	51.060	.578	.823
EOU4.2	73.9900	50.757	.539	.823
Se5.1	74.5900	53.012	.166	.844
Se5.2	74.7600	51.013	.375	.831
Pe6.1	74.2400	50.871	.443	.827
Pe6.2	74.1400	51.697	.414	.828
Pe6.3	74.4100	50.749	.446	.827
Pe6.4	74.1600	50.722	.491	.825

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 8. dapat diketahui jika seluruh instrumen pertanyaan pada kuesioner memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Artinya seluruh instrumen pertanyaan bersifat reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur karena memiliki konsistensi yang baik. Sekaran (2011) mengungkapkan jika nilai reliabilitas berada pada skala nilai 0,8-1,00 maka memiliki intrepertasi jika instrumen memiliki reliabilitas yang baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dengan tujuan untuk mengatui kenormalan data yang digunakan pada suatu penelitian berdasarkan nilai residual (Apriyono & Taman, 2013). Normalnya suatu data dapat diketahui melalui pengujian *Kolmogrov-Smirnov* dengan ketentuan jika nilai signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal (Tanamal, 2017). Data dianggap dapat mewakili populasi jika berdistribusi normal (Priyatno, 2010).

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.76538128
Kolmogorov-Smirnov Z		.487
Asymp. Sig. (2-tailed)		.971

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 9. menunjukan data hasil pengujian berdistribusi normal, dikarenakan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* > 0,05 artinya data residual berdistribusi normal dan memenuhi syarat uji asumsi klasik.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui dimiliki atau tidaknya suatu perbedaan variansi dari *residual* antar setiap pengamatan pada model regresi (Ghozali, 2013). Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan uji *Glesjer* dengan ketentuan nilai signifikansi > 0,05 maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas (Tanamal, 2017).

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-.349	1.132	-.308	.759
	Benefits	.093	.049	1.894	.061

	Trust	-.018	.052	-.348	.729
	Self_Efficacy	-.097	.051	-1.894	.061
	Ease_of_Use	.067	.108	.619	.538
	Security	.065	.078	.840	.403

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan data hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk seluruh variabel independen memiliki nilai $Sig > \alpha$ (0,05) artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dan memenuhi syarat uji asumsi klasik.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui dimiliki atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi (Tanamal, 2017). Model regresi bebas multikolinearitas jika memiliki nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 (Ningsih, 2017).

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
(Constant)	1.739	1.984		
Benefits	.631	.086	.773	1.293
Trust	.024	.092	.808	1.237
Self_Efficacy	-.068	.090	.776	1.289
Ease_of_Use	.095	.189	.660	1.515
Security	.046	.136	.779	1.284

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan data hasil pengujian yang ditunjukkan pada Tabel 11 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* ≤ 10 dan nilai VIF $\geq 0,10$, sehingga disimpulkan jika variabel indepen pada model regresi tidak terjadi multikolinearitas dan memenuhi syarat uji asumsi klasik.

1. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan studi yang membahas keterkaitan antara satu atau lebih variabel dependen terhadap satu variabel independen dengan tujuan memperkirakan rata-rata nilai pada variabel dependen atau rata-rata populasi dengan didasarkan pada nilai yang dimiliki oleh variabel independen (Darnawi et al., 2018). Analisis regressi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh variabel *Benefits* (X_1), *Trust* (X_2), *Self-Efficacy* (X_3), *Ease of Use* (X_4) dan *Security* (X_5) terhadap variabel *Perception* (Y) pada layanan Go-Pay. Pratama (2013) mengungkapkan jika regresi linear berganda memiliki persamaan sebagai

berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Perception

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi

X₁ = *Benefits*

X₂ = *Trust*

X₃ = *Self-efficacy*

X₄ = *Ease of Use*

X₅ = *Security*

ε = Faktor lain yang tidak diteliti

Tabel 12. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.739	1.984		.876	.383
	Benefits	.631	.086	.644	7.319	.000
	Trust	.024	.092	.022	.260	.796
	Self_Efficacy	-.068	.090	-.067	-.759	.450
	Ease_of_Use	.095	.189	.048	.503	.616
	Security	.046	.136	.030	.341	.734

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan data hasil pengujian pada Tabel 12. menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki model regresi dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,1739 + 0,631 X_1 + 0,024 X_2 - 0,068 X_3 + 0,095 X_4 + 0,046 X_5 + \varepsilon$$

Konstanta pada model regresi di atas memiliki nilai sebesar 1,1739 yang artinya jika seluruh variabel independen tidak mengalami perubahan nilai atau bernilai 0, maka persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan terhadap layanan Go-Pay sebesar 1,1739 satuan.

Koefisien regresi *benefits*(X₁) bernilai 0,631 bernilai positif dan dapat diartikan bahwa variabel *benefits* memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi. Jika variabel *benefits* mengalami kenaikan sebanyak 1 satuan akan meningkatkan persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan terhadap layanan Go-Pay sebesar 0,631 satuan.

Koefisien regresi *trust*(X₂) bernilai 0,024 bernilai positif dan dapat diartikan bahwa variabel *trust* memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi. Jika variabel *trust* mengalami kenaikan sebanyak 1 satuan akan meningkatkan persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan terhadap layanan Go-Pay sebesar 0,024 satuan.

Koefisien regresi *self-efficacy*(X₃) bernilai -0,608 bernilai positif dan dapat diartikan bahwa variabel *self-efficacy* memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi. Jika variabel *self-efficacy* mengalami kenaikan sebanyak 1 satuan akan meningkatkan persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan terhadap layanan Go-Pay sebesar -0,608 satuan.

Koefisien regresi *ease of use* (X₄) bernilai 0,095 bernilai positif dan dapat diartikan bahwa variabel *ease of use* memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi. Jika variabel *ease of use* mengalami kenaikan sebanyak 1 satuan akan meningkatkan persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan terhadap layanan Go-Pay sebesar 0,095 satuan.

Koefisien regresi *security* (X₅) bernilai 0,046 bernilai positif dan dapat diartikan bahwa

variabel *security* memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi. Jika variabel *security* mengalami kenaikan sebanyak 1 satuan akan meningkatkan persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan terhadap layanan Go-Pay sebesar 0,046 satuan.

2. Uji Statistik T

Tingkat signifikansi pada koefisien regresi suatu model regresi dapat diketahui melalui Uji Statistik T. Koefisien regresi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen (*explanatory*) dalam menjelaskan variabel dependennya secara individual (Haslinda & Jamaluddin, 2016). Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ maka hipotesis pengujian diterima. $T \text{ tabel}$ yang digunakan pada pengujian ini adalah $T \text{ tabel} = T(\alpha/2; n-k-1)$ atau $T \text{ tabel} = (0,025; 94) = 1,98552$. Berdasarkan data hasil pengujian pada Tabel 12. diperoleh informasi mengenai hasil pengujian variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial.

- **Variabel *Benefits***

Variabel *benefit* memiliki nilai signifikansi $< \alpha$ ($0,00 < 0,005$) dan $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ ($7,319 > 1,98552$) maka Hipotesis 1 (H_1) diterima, artinya variabel *benefits* berpengaruh signifikan positif terhadap persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan pada layanan Go-Pay. Manfaat tersebut dapat meliputi waktu yang dapat dihemat, proses transaksi yang akurat, lebih mudah dilakukan kapan saja dan dimana saja (Sularso, 2012). Teori tersebut sesuai dengan data hasil survei yang dilakukan oleh Katadata.co.id pada penelitian yang dilakukan oleh Sularso (2012) yang mengungkapkan bahwa manfaat yang paling banyak dapat dirasakan oleh konsumen terhadap layanan Go-Pay yaitu kemudahan fitur layanan yang dapat menghemat waktu serta transaksi dilakukan secara akurat, serta berdasarkan hasil wawancara mengungkapkan bahwa manfaat yang sangat dirasakan setelah menggunakan layanan Go-Pay adalah penghematan keuangan dikarenakan potongan harga dan *cashback* yang diperoleh. Sehingga dapat disimpulkan jika semakin banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan setelah menggunakan layanan Go-Pay maka persepsi terhadap layanan Go-Pay akan semakin tinggi.

- **Variabel *Trust***

Variabel *trust* memiliki nilai signifikansi $> \alpha$ ($0,796 > 0,05$) dan $T \text{ hitung} < T \text{ Tabel}$ ($0,260 < 1,98552$) maka Hipotesis 2 (H_2) ditolak, artinya variabel *trust* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan pada Layanan Go-Pay. Pernyataan hasil hipotesis tersebut didukung dengan hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya, responden memiliki kepercayaan yang baik terhadap layanan Go-Pay dan yakin jika transaksi yang dilakukan sesuai dengan tagihan, serta responden percaya bahwa penggunaan Go-Pay tidak akan menimbulkan resiko negatif yang dapat merugikan pengguna. Responden sangat percaya terhadap manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan promo yang ditawarkan seperti gratis ongkos kirim, *cashback* dan potongan harga walaupun sejumlah promo memiliki syarat dan ketentuan yang menyebabkan tidak semua pengguna dapat menggunakan promo yang ditawarkan. Sehingga dapat disimpulkan jika semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan setelah menggunakan layanan Go-Pay

maka persepsi yang terbentuk terhadap layanan Go-Pay akan semakin baik.

- **Variabel *Self-efficacy***

Variabel *self-efficacy* memiliki nilai signifikansi $> \alpha$ ($0,450 > 0,05$) dan $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ ($-0,901 < 1,98552$) maka Hipotesis 3 (H_3) ditolak, artinya variabel *self-efficacy* memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan pada Layanan Go-Pay. Penilaian diri individu lebih diyakini dibandingkan penilaian orang lain, maka persuasi verbal tidak akan berpengaruh terhadap efikasi diri yang akan sulit digoyahkan (Rustika, 2016). Teori tersebut mendukung hasil penelitian ini berdasarkan jawaban responden pada butir pertanyaan SE 3.2 dan SE 3.3 dengan rata-rata jawaban berada pada kriteria “Kurang Setuju”, artinya mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan kurang setuju jika efikasi diri yang dimiliki terhadap layanan Go-Pay dipengaruhi oleh persuasi verbal pihak eksternal, dikarenakan berdasarkan hasil wawancara responden meyakini jika individu ingin menggunakan suatu layanan atau menyelesaikan suatu tugas kerja akan terbentuk efikasi diri yang berasal dari keyakinan terhadap kemampuan dan niat internal individu dalam menyelesaikan tugas kerja. Sehingga dapat disimpulkan jika semakin tinggi tingkat efikasi diri mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan maka akan terbentuk persepsi terhadap layanan Go-Pay yang semakin rendah, dikarenakan mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan meyakini bahwa efikasi diri dalam menggunakan layanan Go-Pay tidak akan terpengaruh oleh persuasi verbal pihak eksternal.

- **Variabel *ease of use***

Variabel *ease of use* memiliki nilai signifikansi $> \alpha$ ($0,616 > 0,05$) dan $T \text{ hitung} < T \text{ Tabel}$ ($0,503 < 1,98552$) maka Hipotesis 4 (H_4) ditolak, artinya variabel *ease of use* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan pada Layanan Go-Pay. Responden merasa bahwa tampilan dari layanan Go-Pay mudah untuk dimengerti. Transaksi pembayaran kepada *merchant* dapat dilakukan melalui fitur *Scan* dan *QR Code*, selain itu untuk membantu para pengguna baru dalam mengisi saldo, layanan Go-Pay dilengkapi dengan petunjuk informasi cara melakukan top-up dan seluruh transaksi keuangan yang diproses pada layanan Go-Pay akan tersimpan dalam riwayat transaksi (sari, 2020). *ease of use* pada penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi dikarenakan berdasarkan hasil wawancara walaupun layanan Go-Pay mudah untuk digunakan dan dipelajari, namun terkadang ketika para pengguna ingin melakukan transaksi terjadi pembaharuan pada aplikasi Go-Pay membuat para pengguna harus melakukan *re-install* terlebih dahulu dan mempelajari inovasi yang dikembangkan oleh pihak Go-Pay. Hal tersebut menghambat transaksi yang akan dilakukan, namun para responden tetap berkeinginan untuk menggunakan Go-Pay dikarenakan pembaharuan aplikasi Go-Jek tidak membutuhkan waktu yang lama, serta pengembangan fitur yang tidak terlalu jauh berbeda dengan sebelumnya. Sehingga dapat disimpulkan jika semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang dirasakan mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan setelah menggunakan layanan Go-Pay maka persepsi yang terbentuk terhadap layanan Go-Pay akan semakin tinggi.

- **Variabel *Security***

Variabel *security* memiliki nilai signifikansi $> \alpha$ ($0,734 > 0,05$) dan $T \text{ hitung} < T \text{ Tabel}$ ($0,341 < 1,98552$) maka Hipotesis 5 (H_5) ditolak, artinya variabel *security* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan pada Layanan Go-Pay. Berdasarkan hasil wawancara, sejumlah responden mengungkapkan bahwa

kemanan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam menggunakan sistem layanan pembayaran elektronik seperti Go-Pay, rata-rata jawaban responden pada butir pertanyaan Se 1.1 berada pada kriteria “Tidak Setuju” dengan makna bahwa responden tidak memiliki kekhawatiran mengenai kemanan transaksi yang dilakukan. Responden yakin bahwa Go-Pay mengutamakan keamanan pengguna terkait dengan informasi pribadi maupun saldo yang dimiliki dengan bukti bahwa Go-Pay telah memiliki sertifikat ISO 27001 yang menjamin penerapan manajemen keamanan informasi pada suatu layanan teknologi informasi (Nurchayani, 2020). Variabel *Security* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan, hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dikarenakan sejumlah responden memperoleh informasi pada berita mengenai telambat masuknya saldo Go-Pay setelah top-up, namun pihak Go-Jek selaku penyedia layanan Go-Pay menjamin sebuah solusi dengan menghubungi *customer service* yang tersedia selama 24 jam, dengan waktu diproses masuknya saldo paling lama selama 2x24 jam kerja, hal tersebut membuat para pengguna Go-Pay semakin yakin terkait dengan keamanan yang dimiliki. Sehingga dapat disimpulkan jika semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan setelah menggunakan layanan Go-Pay maka persepsi yang terbentuk terhadap layanan Go-Pay akan semakin tinggi.

3. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh yang dimiliki oleh variabel dependen terhadap variabel independen secara simultan. Ketentuan yang digunakan pada pengujian ini adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel, maka hipotesis pengujian diterima. F tabel yang digunakan pada pengujian ini yaitu dengan *deegre of freedom* (n_1) = $k-1$, yaitu $6-1 = 5$ dan untuk *deegre of freedom* (n_2) = $n-k$, yaitu $100-6 = 94$, sehingga nilai untuk F tabel sebesar 2,31.

Tabel 13. Hasil Uji Statistik F

Model		df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5	48.074	14.646	.000 ^b
	Residual	94	3.282		
	Total	99			

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 13. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan $14,646 > 2,31$ dan dapat disimpulkan jika Hipotesis 6 (H_6) diterima, artinya variabel *benefits*, *trust*, *self-efficacy*, *ease of use* dan *security* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel *perception*.

4. Koefisien Deteriminasi

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya dominasi variabel independen yang terdiri dari variabel *benefits*, *trust*, *self-efficacy*, *ease of use* dan *security* terhadap variabel dependen yaitu variabel *Perception* dengan didasarkan pada nilai *Adjusted R Square*.

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 ^a	.438	.408	1.81172

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan data pada Tabel 14. dapat diketahui jika koefisien determinasi (*Adjusted R*

Square) yang diperoleh yaitu bernilai 0,408 atau 40,8%. Hal ini memiliki makna bahwa 40,8% persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan terhadap layanan Go-Pay dipengaruhi oleh variabel *benefits*, *trust*, *self-efficacy*, *ease of use* dan *security*. sedangkan presentase sisanya yaitu sebesar 59,2% persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan terhadap layanan Go-Pay dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan pengujian model regresi yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien determinasi 40,8% yang menjelaskan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Variabel *benefits* berpengaruh positif signifikan, sedangkan *trust*, *ease of use*, *security* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan. *Self-efficacy* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap persepsi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan, masih ditemukan 59,2% variabel lain yang tidak diteliti sehingga disarankan kepada penelitian selanjutnya untuk memilih faktor-faktor lain yang tidak digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap persepsi penggunaan layanan Go-Pay. Penelitian ini mengungkapkan hasil jika hanya ada satu variabel yang berpengaruh secara positif signifikan terhadap persepsi konsumen. Sehingga disarankan kepada pihak penyedia layanan Go-Pay untuk lebih memperhatikan faktor-faktor lain selain faktor *Benefits*.

Acknowledgements

Penulis mengucapkan terimakasih kepada para mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan yang telah berkenan menjadi responden pada penelitian ini dan pihak yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

References

- Abrazhevich, D. (2004). Electronic Payment Systems : a User-Centered Perspective and Interaction Design. *Technische Universiteit Eindhoven*.
- Ady, E. M. (2016). Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Inflasi di Indonesia Tahun 2011-2015. *Jurnal Ilmiah*.
- Agustian, W. (2013). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian di Indomaret Unit Panjaitan 2 Plaju Palembang. *Seminar Nasional Informatika, 2013(semnasIF)*, 270–275.
- Apriyono, A., & Taman, A. (2013). Analisis Overreaction Pada Saham Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2005-2009. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2), 76–96.
- Darnawi, Waskito, J., & Jalil, M. (2018). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Hasil Penjualan Produk Bawang Goreng Pada UD Bawang Goreng di Desa Pagedangan Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasana, K. (2020). *Servei MarkPlus, Shopee Pay Kini Kalahkan OVO dan GoPay*. Time Indonesia.
- Haslinda, & Jamaluddin, M. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 11(1), 10.
- Inggiharti, N. (2020). Pengaruh Electronic Wallet terhadap Kegiatan Keuangan Indonesia
-

- (Perbandingan Aplikasi Electronic Wallet Milik Perusahaan Financial Technology terhadap Aplikasi Electronic Wallet Milik BUMN). *University Of Bengkulu Law Journal*.
- Mahendra, Y. A. S., Winarno, W. W., & Santosa, P. I. (2017). Pengaruh Perceived Security terhadap Pengadopsian In-App Purchase pada Aplikasi Mobile. *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi (JNTETI)*. <https://doi.org/10.22146/jnteti.v6i2.313>
- Nadiyah, F. (2018). *Pengaruh Perceived Benefit Dan Perceived Sacrifice Terhadap Attitude Toward Paying Dan Implikasinya Terhadap Willingness To Pay (Survei Pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Angkatan 2015-2018 Pengguna Make Up Merek WARDAH)*. 72(1), 100–109.
- Ningsih, Ti. R. (2017). Pengaruh Bid-Ask Spread, Market Value Dan Variance Return Terhadap Holding Period Saham Sektor Pertambangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2011-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*.
- Nurchayani, I. (2020). *GoPay Prioritaskan Keamanan Pengguna dengan ISO 27001*. AntaraNews.Com.
- Pratama, R. J. (2013). Dengan Metode Analisis Regresi Linear Berganda (Studi Kasus di Wilayah Surakarta). *E-Jurnal Matriks Teknik Sipil*, 1(4), 8–15.
- Priyatno, D. (2010). Teknik mudah dan cepat melakukan analisis data penelitian dengan SPSS dan tanya jawab ujian pendadaran. *Yogyakarta: Gava Media*.
- Rustika, I. M. (2016). Efikasi Diri: Tinjauan Teori Albert Studi, Program Fakultas, Psikologi Universitas, Kedokteran. *Buletin Psikologi*.
- Sari, R. (2020). *Go Pay, Cara Registrasi, Fitur dan Cara Memakai Layanannya*. Lifepal.Co.Id.
- Sekaran, U. (2011). Research Methods For Business. In *Metode Penelitian Untuk Bisnis*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sularso, R. A. (2012). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Sikap dan Niat Pembelian Online (Studi pada Pembelian Batik di Jawa Timur). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*.
- Tanamal, R. (2017). *Analisis Faktor yang Paling Berpengaruh Pada Keinginan Menggunakan Aplikasi Grab di Kota Surabaya*. C(2002), 2763.
- Telussa, A. M., Persulesy, E. R., & Leleury, Z. A. (2013). Penerapan Analisis Korelasi Parsial Untuk Menentukan Hubungan Pelaksanaan Fungsi Manajemen Kepegawaian Dengan Efektivitas Kerja Pegawai. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 7(1), 15–18.
- Teoh, W. M. Y., Chong, S. C., Lin, B., & Chua, J. W. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: An empirical analysis. *Internet Research*.
- Tim Publikasi Data. (2020). *Berkat Konsumen Loyal, Gopay Memimpin Tanpa Banyak Promo*. Katadata.Co.Id.
- Zuraya, N. (2020). *Gopay Punya Pengguna Terbanyak di Indonesia*. Republika.Co.Id.
-