

ANALISIS FAKTOR MINAT MASYARAKAT SEMARANG DALAM PENGGUNAAN GOPAY SEBAGAI DIGITAL PAYMENT TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Sinta Nugraheni

Email: Sinta@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the interest of the Semarang city's community in using GOPAY as a digital payment based on the Technology Acceptance Model (TAM). The TAM approach was chosen because TAM is the most widely used model in predicting the acceptance of information technology and has proven to be a very useful theoretical model in helping to understand and explain user behavior in the implementation of using GOPAY as a digital payment. Nowadays, people who used to use cash payment (cash based) have now started to recognize and use non-cash payments (non-cash) in carrying out various payment transaction activities. One of the non-cash payment instruments that is currently developing is electronic money, one of which is GOPAY.*

The sample of this study was 100 people in the city of Semarang. The data analysis technique is multiple linear regression. The results of the research are Perceptions of Benefits, Perceptions of Ease, User Attitudes, and Perceptions of Security that have a positive effect on interest in using GOPAY as a digital payment.

Keywords: *Technology Acceptance Model, interest, perceived benefits, perceived convenience, user attitudes, perceived security.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat masyarakat di Kota Semarang dalam menggunakan GOPAY sebagai digital payment berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM). Pendekatan TAM dipilih karena TAM merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi dan telah terbukti menjadi model teoritis yang sangat berguna dalam membantu memahami dan menjelaskan perilaku pemakai dalam implementasi penggunaan GOPAY sebagai digital payment. Dewasa ini masyarakat dahulu menggunakan alat pembayaran tunai (cash based) kini telah mulai mengenal dan menggunakan pembayaran non tunai (non cash) dalam melakukan berbagai aktivitas transaksi pembayaran. Salah satu instrument pembayaran nontunai yang saat ini sedang berkembang adalah uang elektronik (electronic money) yaitu salah satunya adalah GOPAY.

Sampel penelitian ini adalah 100 orang pada masyarakat kota Semarang. Teknik analisis data adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian adalah Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap Pengguna, dan Persepsi Keamanan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GOPAY sebagai digital payment.

Kata kunci: Technology Acceptance Model, minat, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap pengguna, persepsi keamanan.

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi di Indonesia telah mempengaruhi berbagai macam aspek dalam kehidupan masyarakat termasuk di bidang ekonomi. Teknologi informasi sudah menjadi bagian penting dari proses kegiatan bisnis yang dilakukan oleh berbagai organisasi yang ada. Teknologi informasi dalam bidang investasi yang terus bertumbuh pesat, mengakibatkan penerimaan teknologi akan diimplementasikan menjadi suatu hal yang sangat dikritisi oleh penerima sistem informasi dan praktisi. Terciptanya tren tidak terlepas dari akibat meluasnya jaringan komunikasi dan perkembangan teknologi, terutama berkembangnya internet yang semakin maju berhasil merubah pola hidup salah satunya sistem pembayaran transaksi ekonomi di masyarakat.(Budiastuti & Muid, 2020)

Sistem pembayaran memegang peranan penting dalam perekonomian suatu Negara. Dengan berjalannya sistem pembayaran yang lancar maka perekonomian Negara tersebut akan lancar. Keefisienan dari sistem pembayaran dapat diukur dari kemampuan menciptakan biaya yang seminimal mungkin untuk mendapatkan sesuatu dari kegiatan ekonomi.Pada umumnya masyarakat khususnya di Indonesia menggunakan uang kartasebagai alat pembayaran untuk membeli barang atau jasa.Namun dewasa ini, kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran secara bertahap mampumenggeser uang tunai sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non-tunai yang lebih mudah, efektif, efisien dan aman agar dapat mengurangi penggunaan kertas dengan menggunakan sistem pembayaran secara digital yaitu secara elektronik atau *e-money*. (Liliani, 2020)

(Bank Indonesia, 2014) Pemerintah Republik Indonesia melalui Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014 telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam penggunaan instrument nontunai, sehingga dari waktu ke waktu masyarakat dapat merealisasikan non transaksi tunai (Less Cash Society) yang akan terbentuk dalam kegiatan ekonominya seiring dengan berjalannya waktu.

Pembayaran dengan menggunakan e-money akan mempermudah masyarakat di Indonesia dalam melakukan transaksi online kapanpun dan dimana saja. Perkembangan dari pengguna transaksi secara online memiliki trend yang sangat baik dari tahun ke tahun.Hal ini sangat berpengaruh pada industri aplikasi mobile payment salah satunya adalah GOPAY yang merupakan teknologi informasi dalam bidang digital payment yang dikeluarkan oleh Perusahaan GOJEK.(Tarantang, Awwaliyah, Astuti, & Munawaroh, 2019)

GOJEK merupakan sebutan untuk PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa yang bergerak di bidang transportasi online yang menyediakan berbagai layanan yang ada seperti Gosend, Gofood, Gopulsa, dan lain sebagainya. Usaha GOJEK dalam mendukung perkembangan financial technology (fintech) yang digencarkan oleh pemerintah pada tahun 2016 mengenai program less cash society dalam menghadapi persaingan global terutama Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), GOJEK mengusung untuk menyediakan layanan mobile payment secara elektronik. (Achadi & Winarto, 2020), Untuk mendukung program less cash society yang dibuat oleh pemerintah menghimbau kesadaran masyarakat akan penggunaan transaksi non tunai seharusnya didukung dengan adanya penerimaan dan kemampuan dari masyarakat dalam menggunakan pembayaran non tunai. Namun hal ini akan menjadi masalah apabila masyarakat tidak dapat menerima dan memanfaatkan sistem pembayaran secara digital dengan *e-money*. Jika masyarakat tidak dapat menerima perkembangan teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dan memanfaatkan sistem pembayaran secara digital, maka pembayaran elektronik ini tidak akan berlangsung lama.

Munculnya minat seseorang untuk menggunakan teknologi baru dapat diukur dengan menggunakan teori yang mampu mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi. Dalam penelitian ini teori penerimaan yang digunakan yaitu teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1986). TAM adalah permodelan dengan basis keinginan untuk menggunakan demi mendeskripsikan tingkat pengguna dalam menerima suatu teknologi informasi. (Hilmi, 2015), dengan Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang secara dominan mempengaruhi integrasi teknologi. Faktor pertama adalah Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan) yang memiliki definisi sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (“*as the extent to which a person believes that using a technology will enhance her or his performance*”). Yang dapat diketahui dari definisi tersebut, merupakan suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Menurut (Syafi’i & Widijoko, 2019) dalam melakukan penelitiannya di Universitas Brawijaya Malang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik (e-money). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari, Listiawati, Sari, & Vidyasari, 2019) membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money karena

semakin tinggi tingkat manfaat yang ditawarkan, maka berarti minat penggunaan e-money Gopay juga akan meningkat. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan para penelitian terdahulu yaitu (Aritonang & Arisman, 2020), (Rahmatika & Fajar, 2019) dan (Alviansah & Kraugusteeliana, 2019). Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh (Utami & Kusumawati, 2017) yang meneliti pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta mengungkapkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-money karena beliau menyampaikan bahwa fungsi dari kegunaan e-money sama dengan uang cash. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada responden yang mencakup lebih luas yaitu masyarakat Kota Semarang terhadap minat penggunaan e-money khususnya GOPAY sebagai digital payment, selain itu penelitian ini menambah variabel eksternal baru yaitu variabel persepsi keamanan (Perceived Security) dalam menggunakan fitur GOPAY sebagai digital payment. Pertimbangan pemilihan objek penelitian pada GOPAY karena produk ini memiliki segmen pengguna terbanyak untuk saat ini.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis ingin mengkaji kegiatan penelitian secara ilmiah dengan judul Analisis Faktor Minat Masyarakat Semarang Dalam Penggunaan GOPAY Sebagai Digital Payment, maka rumusan masalah yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi manfaat (*perceived usefulness*) mempengaruhi minat (*behavioral intention to use*) penggunaan GOPAY sebagai digital payment?
2. Bagaimana persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) mempengaruhi minat (*behavioral intention to use*) penggunaan GOPAY sebagai digital payment?
3. Bagaimana sikap pengguna (*attitude toward using*) mempengaruhi minat (*behavioral intention to use*) penggunaan GOPAY sebagai digital payment?
4. Bagaimana persepsi keamanan (*perceived of security*) mempengaruhi minat (*behavioral intention to use*) penggunaan GOPAY sebagai digital payment?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan pengembangan dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) oleh Davis et (1989) dalam (Jogiyanto, 2007). Model TRA dapat diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi sistem informasi merupakan tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat pelakunya. (Jogiyanto, 2007), TAM merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi dan telah terbukti menjadi model teoritis yang sangat berguna dalam membantu memahami dan menjelaskan perilaku pemakai dalam implementasi sistem informasi. Tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan pengguna. TAM menganggap bahwa 2 keyakinan individual yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan sistem informasi.

2. Persepsi Manfaat atau Perceived Usefulness (PU)

Perceived usefulness adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Pengertian *Perceived usefulness* ini juga sejalan dengan definisi menurut (Utami & Kusumawati, 2017) yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan layanan mobile payment akan meningkatkan kinerja dan produktivitasnya dalam melakukan transaksi pembayaran. Selain itu sikap positif terhadap penggunaan produk *e-money* melalui GOPAY, misalnya konsumen percaya bahwa menggunakan layanan GOPAY ini menjadikan tugas mereka menjadi efektif dan efisien. Mereka merasa nyaman menggunakan layanan ini tanpa membawa uang tunai untuk melakukan pembayaran.

3. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)

Perceived ease of use merupakan kepercayaan seseorang dimana ketika menggunakan suatu teknologi yang dengan mudah digunakan dan dipahami. Kemudahan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi seseorang beranggapan tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Karakteristik dari kemudahan pengguna yang menyebabkan pengguna terus menggunakannya adalah ketika pengguna (*user*) sebuah teknologi mempercayai bahwa sistem itu lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah dalam operasinya (*compatible*). (Jogiyanto, 2007)

Persepsi kemudahan penggunaan pada penelitian ini diartikan sebagai pandangan pengguna yang percaya bahwa dengan pembayaran berbasis *non-cash* dalam bertransaksi mudah untuk dipahami. Apabila pengguna GOPAY dipersepsikan mudah digunakan oleh konsumen sehingga layanan tersebut akan sering dan terus digunakan.

4. Sikap Penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Attitude Toward Using (ATU) yang dijelaskan dalam model TAM merupakan suatu tingkat penilaian terhadap dampak yang dialami oleh seseorang bila menggunakan suatu sistem tertentu dalam pekerjaannya. Bentuk penilaian terhadap penggunaan sistem teknologi menurut (Jogiyanto, 2007) dapat berupa penerimaan atau penolakan yang nantinya juga akan berdampak dalam pekerjaan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi. Sikap pengguna teknologi merupakan suatu perasaan positif maupun negative yang dimiliki seseorang ketika diharuskan melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sedangkan menurut (Singasatia & Melami, 2019) mendefinisikan attitude toward using merupakan suatu evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan sistem (*“the user’s evaluation of the desirability of his or her using the system”*).

5. Persepsi Keamanan (*Perceived Of Security*)

Persepsi keamanan didefinisikan sebagai suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan (Rithmaya, 2016) mengidentifikasi

bahwa keamanan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dari aktivitas umum perbankan bank umum, dan juga sebagai variabel endogen pada kegiatan e-money. Keamanan dan privasi menunjukkan tingkat keamanan dan privasi pada saat menggunakan e-money untuk bertransaksi.

6. Minat Penggunaan atau Behavioral Intention To Use (BIU)

Behavioral Intention To Use (BIU) atau minat penggunaan merupakan perilaku seseorang yang melibatkan dirinya dalam suatu kegiatan. Dalam penelitian ini behavioral intention to use didefinisikan sebagai suatu kemauan seseorang dalam menggunakan alat pembayaran e-money sebagai bentuk nyata dalam penerimaan sistem pembayaran elektronik. Pengertian tersebut menjelaskan gambaran dari behavioral intention to use yang menyimpulkan jika sikap atau keinginan seseorang yang menjadi dasar untuk menggunakan suatu sistem yang ada.

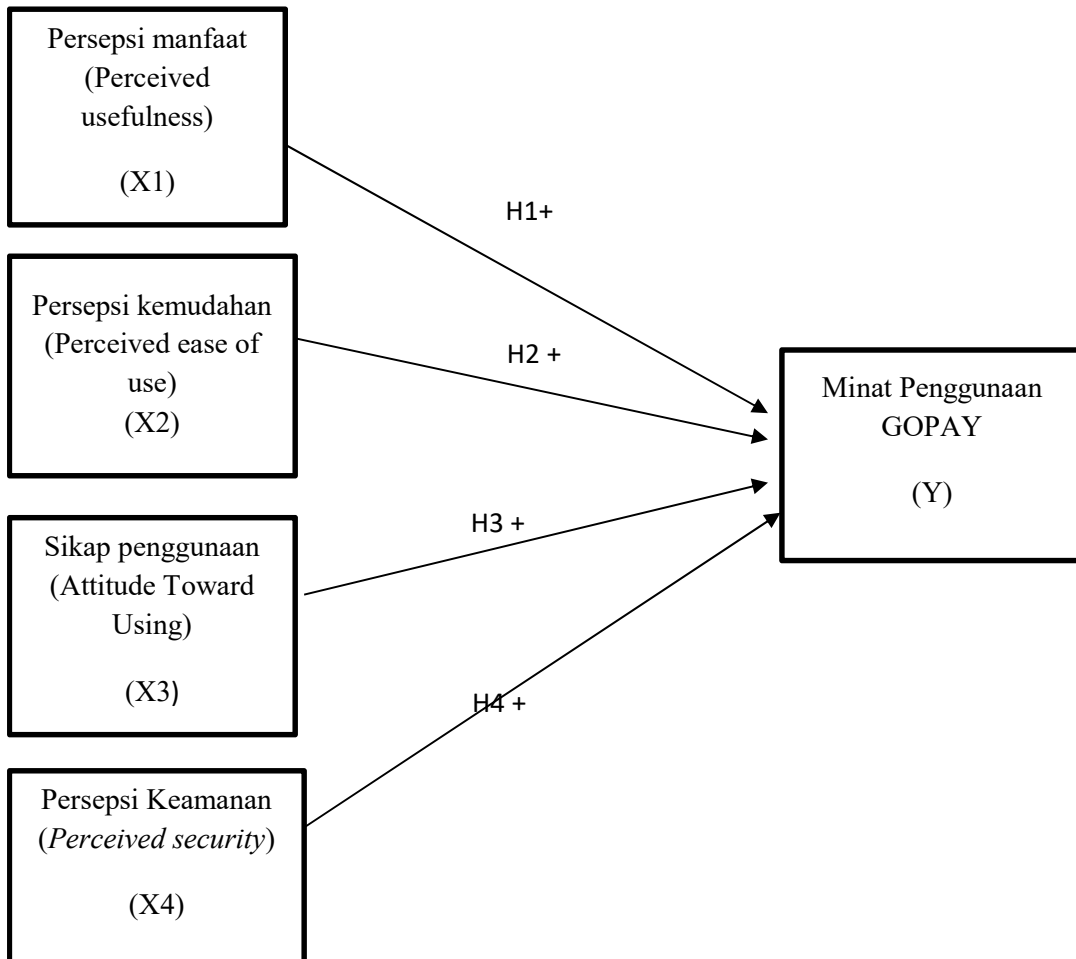
7. Electric Money

Bank for International Settlement (BIS, 1996) Mendefinisikan *e-money* sebagai produk *stored-value* atau prepaid card dimana sejumlah nilai uang (*monetary value*) disimpan secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik. Nilai elektronik dapat diperoleh dengan menyetorkan sejumlah uang tunai atau dengan pendebitan rekeningnya di Bank untuk kemudian disimpan dalam peralatan elektronik yang dimiliki. Dengan peralatan tersebut pemiliknya dapat melakukan pembayaran dimana nilainya akan berkurang pada saat digunakan untuk melakukan pembayaran atau bertambah jika menerima pembayaran atau pada saat pengisian kembali, Definisi *e-money* lebih difokuskan pada suatu jenis *prepaid card* yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan pembayaran (*multi purpose*) bukan pada suatu *single prepaid card* yang hanya dapat digunakan untuk keperluan tertentu seperti kartu telepon sebagaimana yang berlaku di Indonesia.

Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis

Gambar1.

Model Analisa Faktor Minat Masyarakat Kota Semarang Dalam Penggunaan GOPAY
Sebagai Digital Payment



METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Semarang yang pernah atau sedang menggunakan fitur GOPAY sebagai metode transaksi pembayaran. Sampel menggunakan teknik penarikan menggunakan metode non probabilitas atau pemilihan non random dengan menggunakan *convenience sampling*. *Convenience Sampling* merupakan pengambilan sampel secara nyaman dan secara bebas sekehendak perisetnya menurut buku (Jogiyanto, 2008), peneliti memutuskan untuk mengambil jumlah sampel sebesar 100 responden yang berdasarkan suatu kriteria yang telah ditentukan. Berikut beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh responden, yaitu :

1. Responden merupakan pengguna layanan fitur GOPAY minimal 3x selama 1 tahun.
2. Responden memahami bagaimana cara pembayaran metode e-money melalui GOPAY.
3. Usia responden minimal diatas 17 tahun.
4. Responden paham dengan teknologi yang ada dan mengikuti perkembangan teknologi.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dimana data penelitian diperoleh secara langsung dari sumbernya (responden). Data tersebut dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi tentang pertanyaan yang sesuai dengan topic penelitian yang sedang dilaksanakan.

3. Teknik Pengumpulan Data

pengumpulan data yang digunakan menggunakan angket atau kuesioner yang dibagikan dalam bentuk url dengan bantuan google form. Tujuan dalam penggunaan kuesioner ini untuk dapat mendapat jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang banyak dan tersebar di tempat yang luas.

4. Pengujian Instrument Penelitian

4.1. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
Persepsi manfaat			
x1.1	0,1680	0,777	Valid
x1.2	0,1680	0,712	Valid
x1.3	0,1680	0,669	Valid
x1.4	0,1680	0,800	Valid
x1.5	0,1680	0,671	Valid
x1.6	0,1680	0,534	Valid
Persepsi kemudahan			
x2.1	0,1680	0,658	Valid
x2.2	0,1680	0,697	Valid
x2.3	0,1680	0,767	Valid
x2.4	0,1680	0,752	Valid
x2.5	0,1680	0,838	Valid
x2.6	0,1680	0,639	Valid
Sikap pengguna			
x3.1	0,1680	0,817	Valid
x3.2	0,1680	0,800	Valid
x3.3	0,1680	0,747	Valid
x3.4	0,1680	0,911	Valid
Persepsi keamanan			
x4.1	0,1680	0,632	Valid
x4.2	0,1680	0,407	Valid
x4.3	0,1680	0,554	Valid
x4.4	0,1680	0,545	Valid
Minat penggunaan <i>Gopay</i> sebagai <i>digital payment</i>			
y1	0,1680	0,795	Valid
y2	0,1680	0,714	Valid
y3	0,1680	0,526	Valid
y4	0,1680	0,830	Valid

Penjelasan pada tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap pengguna, persepsi keamanan dan minat penggunaan, hasil yang diperoleh menunjukkan valid. Terbukti dengan semua nilai hasil r hitung pada indikator variabel

yang ditunjukkan dengan nilai *Corrected Item Total Correlation* tersebut diperoleh melebihi nilai r tabel yang diperoleh dari nilai $df = n - 2$, $100 - 2 = 98$, yaitu sebesar 0,1680 sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada masing-masing variabel tersebut dapat dilakukan kepada langkah perhitungan selanjutnya.

4.2. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

No	Indikator	Nilai Alpha	Nilai Standarisasi	Ket.
1	Persepsi manfaat	0,882	0,600	Reliabel
2	Persepsi kemudahan	0,898	0,600	Reliabel
3	Sikap pengguna	0,920	0,600	Reliabel
4	Persepsi keamanan	0,737	0,600	Reliabel
4	Minat penggunaan <i>Gopay</i> sebagai <i>digital payment</i>	0,864	0,600	Reliabel

Berdasarkan tabel tersebut di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai alpha melebihi nilai standarisasi yaitu sebesar 0,6. Dengan demikian nilai tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel tersebut adalah reliable, sehingga layak untuk dilakukan uji selanjutnya.

4.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	1.204	1.128	
Persepsi Kebermanfaatan	.200	.077	.278
Persepsi Kemudahan	.145	.072	.225
Sikap dalam menggunakan	.208	.078	.252
Persepsi Keamanan	.197	.083	.180

a. Dependent Variable: Minat Masyarakat Untuk Menggunakan *GOPAY*

$$\text{Persamaan } Y = 0,278X_1 + 0,225X_2 + 0,252X_3 + 0,180X_4$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, keempat koefisien variabel bebas bernilai positif, dapat dilihat pada nilai Beta 0,278;0,225;0,252 dan 0,180 >0,05 yang artinya keempat variabel bebas tersebut dapat dianggap berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat, yang mempunyai arti jika perusahaan memiliki persepsi manfaat;kemudahan;sikap dalam menggunakan dan persepsi keamanan yang semakin baik, sedangkan variabel yang lain adalah tetap (konstan), maka minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment* akan meningkat.

4.4. Uji Normalitas

Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80471821
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.936
Asymp. Sig. (2-tailed)		.345

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov, dapat terlihat bahwa hasil Asymp. Sig tidak signifikan, terlihat dari signifikansinya sebesar $0,345 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal, dengan hasil tersebut maka dapat dilanjutkan proses berikutnya.

4.5. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi manfaat	0.312	3.208
	Persepsi kemudahan	0.285	3.514
	Sikap pengguna	0.405	2.467
	Persepsi keamanan	0.623	1.606

a. Dependent Variable: Minat penggunaan

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel koefisien di atas, nilai toleransi untuk variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap pengguna *dan* persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*, lebih besar dari nilai *default (Tolerance)* yang ditentukan sebesar 0,10. Sedangkan untuk nilai VIF juga lebih kecil daripada 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah memenuhi persyaratan ambang toleransi dan nilai VIF. Artinya ketiga variabel tersebut tidak mengalami efek multikolinieritas.

2. Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Glejser Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.742	.705		3.892	.000
Persepsi Kebermanfaatan	-.022	.048	-.083	-.464	.644
Persepsi Kemudahan	-.009	.045	-.038	-.203	.840
Sikap dalam menggunakan	.058	.049	.185	1.186	.239
Persepsi Keamanan	-.098	.052	-.237	-1.880	.063

a. Dependent Variable: Abs

Berdasarkan hasil di atas, terlihat bahwa signifikansi semua variabel bebas $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa model penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain uji Glejser, uji heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan scatterplot.

4.6. Goodness of fit (Uji Model)

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

**Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.644	1.84232

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,644, hal ini berarti bahwa variasi minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment* mampu dijelaskan oleh variabel bebas yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap penggunaan persepsi keamanan sebesar 64,4% sedangkan sisanya sebesar 35,6% (100% - 64,4%) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2.Uji F

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	622.716	4	155.679	45.867	.000 ^a
	Residual	322.444	95	3.394		
	Total	945.160	99			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Keamanan, Sikap dalam menggunakan , Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Masyarakat Untuk Menggunakan *GOPAY*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (signifikan), yang menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan atau layak untuk memprediksi minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*.

4.7. Uji Hipotesis

Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.067	.288
Persepsi manfaat	2.593	.011
Persepsi kemudahan	2.002	.048
Sikap pengguna	2.672	.009
Persepsi keamanan	2.369	.020

- a. Uji hipotesis Persepsi manfaat terhadap Minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$. menunjukkan bahwa **H₁ diterima**. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa jika persepsi manfaat lebih ditingkatkan maka minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment* juga akan meningkat.

b. Uji hipotesis Persepsi kemudahan terhadap Minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*

Hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh hasil signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$. menunjukkan bahwa **H₂ diterima**. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengujian tersebut menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*. diartikan bahwa jika persepsi kemudahan lebih meningkat, maka hal itu akan dapat meningkatkan minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*.

c. Uji hipotesis Sikap pengguna terhadap Minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*

Hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh hasil signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. menunjukkan bahwa **H₃ diterima**. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengujian tersebut menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara sikap pengguna terhadap minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*. diartikan bahwa jika sikap pengguna semakin meningkat, maka hal itu akan dapat meningkatkan minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*.

d. Uji hipotesis Persepsi keamanan terhadap Minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*

Hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh hasil signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. menunjukkan bahwa **H₄ diterima**. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengujian tersebut menunjukkan pengaruh positif dan

signifikan antara persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*. Diartikan bahwa jika persepsi keamanan semakin meningkat, maka hal itu akan dapat meningkatkan minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment*.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, bahwa Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*) *GOPAY* sebagai *digital payment*. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa jika Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) lebih ditingkatkan maka minat penggunaan (*behavioral intention to use*) *Gopay* sebagai *digital payment* juga akan meningkat. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan (*behavioral intention to use*) *GOPAY* sebagai *digital payment*. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa jika Persepsi Kemudahan (*perceived ease of use*) lebih ditingkatkan maka minat penggunaan (*behavioral intention to use*) *Gopay* sebagai *digital payment* juga akan meningkat. Sikap pengguna (*attitude toward using*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (*behavioral intention to use*) penggunaan *GOPAY* sebagai *digital payment*. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa jika sikap pengguna *Gopay* lebih ditingkatkan maka minat penggunaan (*behavioral intention to use*) *Gopay* sebagai *digital payment* juga akan meningkat. Persepsi Keamanan (*perceived of security*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (*behavioral intention to use*) penggunaan *GOPAY* sebagai *digital payment*. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa jika persepsi keamanan *Gopay* lebih ditingkatkan maka minat penggunaan (*behavioral intention to use*) *Gopay* sebagai *digital payment* juga akan meningkat.

Beberapa saran yang diharapkan untuk penelitian yang akan datang, model ini dapat digunakan sebagai acuan untuk meneliti mengenai minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment* lain sebagai pembanding. Selain itu berdasarkan nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa minat penggunaan *Gopay* sebagai *digital payment* masih dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya. Penelitian yang akan datang sebaiknya dapat menggunakan variabel bebas lain untuk memodifikasi penelitian ini seperti adaptasi teknologi baru, *brand image*, dan *awareness*.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay Pada Pelanggan. *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 11-20.
- Adity, R., & Wardhan, A. (2016, Januari). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Useterhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Pengguna Instant Messaging Line Di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24-32.
- Aksami, N. D. (2019). Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar. *E-Jurnal EP Unud*, 8(10), 2439-2470.
- Alviansah, Y. P., & Kraugusteeliana. (2019). Rancangan Penerapan TAM (Technology Acceptance Model) Pada Sistem Pembayaran Go-Pay melalui pendekatan Perceived Ease Of Use (PEOU), Perceived Usefulness (PU), Behavioral Intention Use (BIU), Actual Of Use (ASU), dan Experience (E). *Seminar Nasional Informatika, Sistem Informasi dan Keamanan Siber (SEINASI-KESI)*, 1-5.
- Angelina, A. I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1-18.
- Anjelina. (2018, September). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219-231.
- Aritonang, Y. A., & Arisman, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1-17.
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. S. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2408-2434.
- Budiastuti, A. D., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commercepada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 9(4), 1-10.
- Fitriana, A., & Wingdes, I. (2017, November). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan E-money Indomaret Card di Pontianak. *Techno COM*, 16(4), 401-410.

- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gozali, I. (2008). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusni, Hurriyat, R., & Dirgantari, P. D. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Attitude dan Actual Usage Go-Pay* (Vol. 8). Jakarta.
- Gusni, Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 22-32.
- Hariyanto. (2020, Agustus 16). Pertumbuhan dan Perkembangan Uang Elektronik di Indonesia.
- Hilmi, D. (2015). Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Komputer. *Artikel Ilmiah*, 1-17.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta.
- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 24-29.
- Latief, F., & Nur, Y. (2019). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Konsumen Sistem Pembayaran GOPAY Pada Layanan Gojek. *Bongaya Journal for Research in Management*, 2(1), 1-11.
- Legi, D., & Saerang, R. T. (2020, Oktober). Analisa Model Penerimaan Teknology Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik Di Manado (Studi Kasus: Gopay, Ovo, Dana). *Jurnal Emba*, 8(4), 624-632.
- Liliani, P. (2020, September). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Niat Pengguna Pada Gopay Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 44-60.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88-106.
- Purwianti, L., & Tio, K. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioural Intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 15-32.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Jurnal Nominal*, 3(2), 274-284.

- Rithmaya, C. L. (2016, Mei). *JOURNAL Of RESEARCH In ECONOMICS*, 16(1), 160-177.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabahbank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Journal Of Research In Economics And Management*, 16(1).
- Sari, M. A., Listiawati, R., Sari, N., & Vidyasari, R. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 126-134.
- Singasatia, D., & Melami, M. (2019). Pengaruh Perceived Usefulness (Pu) Dan Perceived Ease Of Use (Peou) Terhadap Attitude Toward Using (Atu) Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Use (Bitu).
- Syafi'i, A., & Widijoko, G. (2019). Determinan Minat Individu Menggunakan Uang Elektronik: Pendekatan Modifikasi Technology Acceptance Model. *Jurnal Akuntansi*, 1-22.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom . *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201-214.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019, Juli). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al Qardh*, 4, 60-75.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money. *Jurnal Balance*, Xiv(2), 29-41.