

MINAT MENGGUNAKAN *E-Money* PADA APLIKASI GOPAY “ GOJEK ” BERDASARKAN PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN

Shella Tamara Putri¹, M. Zuhdi Sasongko², Rony Kurniawan³
Program Studi Manajemen, FEB, Universitas Nusantara PGRI Kediri

shellatamara2705@gmail.com

yudisasongko@yahoo.com

ronykurniawan@gmail.com

Abstract

The reason for this investigation is to examine the halfway and synchronous huge impact between apparent advantages and saw simplicity of premium in utilizing e-cash gopay "gojek" on UNP Kediri.

The methodology in this investigation utilizes a quantitative methodology with causal exploration procedures information assortment by dispersing surveys. The populace in this examination is UNP Kediri understudies whose number isn't yet known. The example utilized is 96 respondents. The inspecting procedure utilized unplanned examining method. The information investigation procedure utilizes numerous direct relapse examination with the assistance of SPSS for programming windows adaptation 25.

The finish of this investigation is that there is a fractional and concurrent huge impact between apparent advantages and saw simplicity of premium in utilizing Go-Jek e-cash at UNP Kediri.

Keywords: *Benefits Perceived, Ease Perceived, Using in Interest, E-money.*

Abstrak

Alasan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat dampak signifikan secara parsial dan simultan antara persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-money gopay "gojek" pada mahasiswa UNP Kediri.

Metodologi dalam penelitian ini memakai metodologi kuantitatif pada prosedur eksplorasi kausal berbagai informasi dengan cara menyebar survei. Populasi dalam ujian ini adalah mahasiswa UNP Kediri yang belum diketahui jumlahnya. Contoh yang digunakan adalah 96 responden. Prosedur pemeriksaan menggunakan metode pemeriksaan yang tidak direncanakan. Prosedur penyelidikan informasi menggunakan berbagai pemeriksaan kekambuhan langsung dengan bantuan program SPSS untuk adaptasi windows 25.

Akhir dari penelitian ini adalah bahwa ada pengaruh signifikan secara parsial dan simultan antar persepsi manfaat dan persepsi kemudahan pada kemauan menggunakan e-money gopay gojek pada UNP Kediri.

Kata Kunci: *Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Minat Menggunakan, E-money.*

PENDAHULUAN

Perkembangan inovasi dan ilmu pengetahuan yang semakin pesat akhir-akhir ini secara persuasif mempengaruhi kehidupan individu. Di bidang keuangan, kemajuan inovatif ini dapat dilihat dari berkembangnya kesederhanaan kerangka angsuran dan penerimaan kas dalam memimpin pelaksanaan pembelian dan penjualan. Dalam kerangka cicilan itu sendiri telah terbentuk menjadi kerangka cicilan berbasis elektronik (e-cash). Cicilan dengan sistem elektronik ini memudahkan individu untuk melakukan cicilan dan transaksi jual beli. Sejauh pengaturan, namun juga langsung dengan cicilan. Peningkatan inovasi data dan surat menyurat menyebabkan perubahan pada eksistensi manusia. Misalnya dalam bidang budaya, ekonomi, penjagaan dan keamanan seperti dalam pengajaran. Oleh karena itu, semua perkumpulan yang terlibat dengan kemajuan inovatif harus meningkatkan dan mengikuti cara kemajuan saat ini.

Rahmatsyah & Deni (2011) mencirikan perspsi manfaat sebagai sekumpulan hasil teoritis yang mungkin dari penggunaan suatu potensial yang memakai pada aplikasi luar biasa guna bekerja dengan tampilan karyanya. Acara ini dapat memberikan kelebihan yang kemungkinan lebih baik baik secara nyata ataupun tidak nyata, misalnya hasil yang didapat akan lebih dari cepat dan hasil yang hingga lebih memuaskan daripada orang yang tidak memakai suatu barang dengan perkembangan terbaru.

Selain kesan keuntungan, dampak lainnya adalah tampilan kenyamanan yang ditandai dengan keterusterangan yang memberi tanda bahwa suatu kerangka tidak dimaksudkan untuk mempermudah klien, tetapi untuk mempermudah seseorang melakukan tugasnya. sedang melakukan. Pada akhirnya, seseorang yang memakai kerangka kerja akan bekerja lebih sukses dan efektif dari pada dengan orang yang tidak memakai suatu kerangka atau benar-benar (Andriyano and Y, Rahmawati, 2016). Penelitian yang dijalankan oleh Anarjia & Rante (2019) tentang pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan pada kemauan memakai uang yang dilaksanakan secara elektronik, menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang baik signifikan pada kemauan memakai. Penelitian ini semakin sesuai dengan oleh penelitian yang dijalankan oleh Rodiah & Melati (2020) yang mengemukakan bahwa manfaat persepsi mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada kemauan memakai uang elektronik

Mengenai penyajian yang telah digambarkan, penulis tertarik untuk memimpin eksplorasi dengan judul: "Analisis Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap kemauan Menggunakan *E-Money* pada Aplikasi Gopay "Gojek". Dibawah ini merupakan tujuan yang ingin dicapai pada penelitian adalah:

- 1) Mengetahui dampak persepsi manfaat pada minat menggunakan *e-money* pada *gopay*.
- 2) Mengetahui dampak persepsi kemudahan pada minat menggunakan *e-money* pada *gopay*.
- 3) Mengetahui dampak persepsi manfaat dan persepsi kemudahan pada kemauan menggunakan *e-money* pada *gopay*.

METODE

Metodologi dalam penelitian yaitu menggunakan metodologi kuantitatif dengan prosedur penelitian kausalitas dengan mencari hubungan antara setidaknya dua faktor, pemilihan informasi adalah dengan menyampaikan survei. Populasi pada penelitian ini adalah suatu semua mahasiswa Program Studi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Contoh yang digunakan adalah 96 mahasiswa Program Studi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Bisnis kemudian menggunakan strategi pengujian, khususnya metode inspeksi yang tidak disengaja. Pengujian dilakukan dengan cara memeriksa secara tidak sengaja atau secara kebetulan menggunakan persamaan Lemeshow sehingga diperoleh contoh sebanyak 96 orang. Metode penelusuran informasi yang digunakan dalam pemeriksaan ini adalah berbagai pemeriksaan kekambuhan secara langsung dengan bantuan program for SPSS windows form 25.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari analisis regresi berganda menggunakan *software for SPSS 25 Windows* dapat dilihat pada berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dibawah ini hasil dari regresi linier berganda dalam penelitian ini terdapat di tabel 1:

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta
1	(Constant)	12.292	2.303	
	Persepsi Manfaat	.393	.080	.135
	Persepsi Kemudahan	.476	.106	.524

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: data primer peneliti, 2021

Kondisi kekambuhan di atas dalam pemeriksaan ini memiliki angka kepentingan sebagai berikut:

- a. Konstanta = 12,292
Nilai ini membedakan bahwa jika faktor keuntungan nyata (X1), kenyamanan melihat (X2) dapat dicapai 0, maka nilai minat untuk memanfaatkan (Y) yaitu 12,292.
- b. Koefisien X1 = 0,393
Variabel X1 Persepsi Manfaat mempengaruhi Y (Minat Menggunakan) dengan koefisien kekambuhan sebesar 0,393 satuan, maka jika terjadi kenaikan variabel X1 (Persepsi Manfaat) sejumlah 1 satuan, maka pada titik Y (Minat Manfaat) tersebut Menggunakan akan bertambah sejumlah 0,393 satuan dengan harapan variabel Persepsi Kemudahan (X2) pasti atau konsisten.
- c. Koefisien X2 = 0,476
Variabel X2 Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Y (Minat Pakai) yang koefisien relaps sejumlah 0,476 satuan, maka jika terjadi kenaikan faktor X2 (Persepsi Kemudahan) sejumlah 1 satuan, yaitu pada titik tersebut Y (Minat Pakai) Menggunakan akan meningkat sebesar 0,476 dengan harapan variabel Persepsi Manfaat (X1) tetap atau stabil.

2. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Dibawah ini hasil dari perhitungan *Adjusted R Square* terdapat di tabel 2:

Tabel 2. *Adjusted R Square*

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.828 ^a	.894	.881

a. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Kemudahan Persepsi

Sumber: diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 2. sangat baik terlihat bahwa harga R^2 yang berubah adalah 0,894. Hal ini menjelaskan bahwa faktor Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan, dapat menjelaskan bahwa variabel terikat (minat menggunakan) adalah 89,4% dan kelebihan 10,6% dijelaskan oleh berbagai faktor yang tidak dianalisis pada penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

a. Uji-t (Parsial)

Dibawah ini hasil dari perhitungan uji statistik terdapat di tabel 3:

Tabel 3. Uji-t (Parsial)

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	5.338	.000
	Persepsi Manfaat	3.158	.000
	Persepsi Kemudahan	4.498	.000

a. Dependent Variable: Kemauan Menggunakan

Sumber: diolah peneliti, 2021

Efek samping dari uji-t di atas menunjukkan:

- 1) Hasil yang bergantung pada perhitungan pada tabel 3 memperoleh nilai keuntungan 0,00, nilainya lebih rendah dari 0,05, kemudian, pada saat itu H₀ ditolak dan H_a diakui, berdasarkan hasil pengujian Variabel persepsi manfaat agak berpengaruh signifikan pada kemauan menggunakan.
- 2) Hasil yang bergantung pada perhitungan pada tabel 3 memperoleh nilai Kemudahan Persepsi sejumlah 0,000, nilainya lebih rendah dari 0,05, kemudian, pada saat itu H₀ ditolak dan H_a diakui, mengingat efek samping dari pengujian Variabel Persepsi Kemudahan agak berpengaruh signifikan pada kemauan Menggunakan.

b. Uji F (Simultan)

Dibawah ini hasil pengujian sesuatu secara simultan memakai Uji-F yang dimana nilainya akan dipadupadankan pada signifikansi 0,05 terdapat di tabel 4:

Tabel 4. Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a	
Model		F	Sig.
1	Regression	30.217	.000 ^a
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Manfaat, Kemudahan Persepsi

Sumber: data primer diolah oleh peneliti, 2021

Berlandaskan hasil uji-F di tabel 4 didapat nilai signifikan sejumlah 0,00. Angka tersebut lebih kecil dari 0,05 maka di hipotesis H₀ ditolak dan H_a diterima, maka pada hasil pengujian Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan pada kemauan menggunakan.

KESIMPULAN

Klarifikasi yang telah dikemukakan, dapat dipaparkan dengan baik sebagai berikut: Ada dampak kritis pada tingkat tertentu antara persepsi manfaat dan persepsi kemudahan pada kemauan memakai *e-money* pada *gopay*. Artinya, memperluas keunggulan dan akomodasi yang diberikan oleh Gojek akan membangun kemauan memakai *e-money* pada *gopay* di kalangan mahasiswa. Ada dampak besar yang bersamaan antara persepsi manfaat dan persepsi kemudahan pada kemauan menggunakan *e-money* pada *gopay*. Artinya, memperluas keunggulan dan kenyamanan yang diberikan oleh Gojek akan membangun kemauan menggunakan *e-money* pada *gopay* di kalangan mahasiswa.

DAFTAR RUJUKAN

- (1) Anarjia, K. and Rante, J. Z. (2019) 'Pengaruh Manfaat Persepsi dan persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Menggunakan Minat Layanan Uang Elektronik Sakuku Pt.Bank Central Asia,Tbk Kcu Cikarang', *Jurnal SISTEM INFORMASI*, 1(2).
- (2) Andriyano and Y, Rahmawati, D. (2016) 'D', *Profita*, pp. 1–16. <http://repository.umrah.ac.id/2529/1/MUSTAFA RAJULI-150461201028-FEKON-2019.pdf>.

- (3) Rahmatsyah and Deni (2011) *Analisa FaktorFaktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus :Uang Elektronik Kartu Flazz BCA)*. Universitas Indonesia.
- (4) Rodiah, S. and Melati, I. S. (2020) 'Pengaruh Penggunaan Kemudahan, Risiko, Kemanfaatan, dan Kepercayaan pada Minat Penggunaan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang', *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), pp. 66–80. doi: <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>.