

**ANALISIS PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI
MANFAAT, PERSEPSI RISIKO, DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP TRANSAKSI PEMBAYARAN SISTEMGO-PAY
DAN CASH PADA GO-RIDE
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS RIAU)**

Syaripah Juliyanti¹⁾, Sri Restuti²⁾, Rendra Wasnury²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

Email : syarifahjulyanti8@gmail.com

*Analysis of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, and
Consumer Satisfaction*

ABSTRACT

Along with the development of the era, the needs of the community are increasing, one of which is the need for public transportation which is now a major need for the community. The competitiveness of the public transportation industry is growing with the existence of digital technology which is continuously being refined according to the needs of society. So that the creation of one of the online transportation, Go-ride by the Go-Jek company, which aims to make it easier for people to meet their needs for transportation, not only that, along with the development of the era, people also want convenience not only in the aspect of transportation but they also want convenience when transacting. , Go-Jek also offers convenience of transactions via electronic wallets, namely Go-pay, electronic wallets have been seen as a facility that provides convenience and benefits in transactions. However, many people view this technology as having risks, when it comes to payments. Even though it contains risks according to some people, many customers still trust and continue to use it, especially among students. Therefore, this study aims to determine how much the comparison of perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk and customer satisfaction of electronic wallets (Go-pay) and cash among students of the University of Riau in transactions when using Go-ride online transportation. The results of this study indicate that perceptions of ease of use, perceived usefulness, and perceived of risk towards the Go-pay system payment transactions are greater than cash payment transactions. Even though the risk perception of Go-pay payment transactions is greater than cash payment transactions, the level of student satisfaction when using Go-pay payment transactions is greater than cash payment transactions.

Keywords: Perceived of Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived of Risk, Consumer Satisfaction, Electronic Payment.

PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat Indonesia semakin hari semakin bertambah seiring berkembangnya

zaman. Kebutuhan terhadap transportasi umum merupakan kebutuhan yang utama bagi sebagian masyarakat Indonesia. Daya saing pada industri transportasi umum juga

berkembang dengan adanya teknologi digital yang terus menerus disempurnakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian sistem informasi kini juga menyediakan informasi tentang transportasi terkini yang relevan. Tidak hanya itu, konsumen juga harus mendapatkan kemudahan dalam mengakses untuk melakukan pemesanan terhadap transportasi tersebut dan kemudahan dalam melakukan pembayarannya.

Saat ini layanan transportasi umum melalui darat, laut dan udara sudah diatur sebelumnya baik itu jadwal, frekuensi dan tarif. Transportasi yang baik dapat membantu masyarakat Indonesia untuk beraktivitas sehari-hari. Isu yang terkait dengan karakteristik layanan yang paling umum adalah tidak berwujud, berubah-ubah, tidak dapat dipisahkan dan daya tahan umumnya telah dianggap perspektif dari penyedia layanan, dan bukan dari pelanggan. Pertumbuhan arus penumpang ditandai dengan mudahnya orang-orang untuk beraktivitas sehari-hari. Sehingga aksesibilitas menjadi sebuah konsep yang relevan untuk perpindahan penumpang. Aksesibilitas adalah didefinisikan dalam beberapa cara. Khususnya dari sudut pandang penumpang. Aksesibilitas adalah sejauh mana pengguna lahan dan transportasi dapat memungkinkan perusahaan, fasilitas dan tempat-tempat kegiatan lain untuk menerima orang, barang dan informasi diberbagai waktu (Van Wee, 2013).

Aksesibilitas terdiri dari empat komponen, yang khususnya transportasi dan komponen individu yang menarik dalam konteks ini. Pertama menggambarkan sistem

transportasi, dinyatakan sebagai pengaruh bagi seorang individu untuk menutupi jarak antara asal dan tujuan menggunakan transportasi tertentu, ini termasuk jumlah waktu, biaya dan usaha. Pengaruh ini adalah hasil dari konforntasi antara penawaran dan permintaan. Sedangkan pasokan infrastruktur mengacu pada lokasi dan karakteristik seperti kecepatan perjalanan maksimum, jumlah jalur, jadwal transportasi umum, dan biaya perjalanan, permintaan berkaitan dengan penumpang. Komponen individu mencerminkan kebutuhan (dari karakteristik demografi, kemampuan (misalnya fisik, ketersediaan moda perjalanan) dan peluang (misalnya, pendapatan masyarakat, anggaran perjalanan, tingkat pendidikan) individu.

Jelas karakteristik ini mempengaruhi tingkat seseorang dari akses moda transportasi. Selain itu, seperti faktor-faktor pendapatan, usia, jenis kelamin, struktur rumah tangga, faktor gaya hidup dan terkait preferensi dan sikap diasumsikan memiliki dampak pada perilaku perjalanan. Selain itu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sistem transportasi harus bisa mengatasi waktu, ruang dan mengandalkan waktu perjalanan, yang menganggap pengguna transportasi menjadi sangat penting, meskipun saat ini tidak termasuk dalam model transportasi dan analisis aksesibilitas.

Selain itu fenomena pertumbuhan internet membentuk adanya revolusi digital di dunia (Republika, 2017). Di era digital saat ini, kita mendapatkan berbagai kemudahan dalam mengakses berbagai hal dari internet, Asosiasi

Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menggelar survei tentang penetrasi dan perilaku pengguna internet di Indonesia yang diselenggarakan setiap satu tahun sekali, dan hasilnya dapat dilihat pada gambar 1:

Gambar 1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: Survei APJII

Menurut hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2017 penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau setara 54,7% dari total keseluruhan populasi di Indonesia, angka tersebut diperkirakan akan bertambah di tahun 2018 ini. Mayoritas pengguna internet di Indonesia yaitu sebanyak 72,41% dari kalangan masyarakat urban, yang pemanfaatannya bukan hanya untuk berkomunikasi saja tetapi untuk membeli barang, belanja online, memesan transportasi, berkarya hingga berbisnis.

Hal inilah yang menjadi salah satu pemicu transportasi online dan e-money akhirnya berkembang di Indonesia untuk memudahkan para konsumen untuk berpergian kemanapun dan memudahkan para konsumen bertransaksi secara nontunai dengan memanfaatkan internet untuk mengaksesnya.

Salah satu perkembangan teknologi informasi ialah perubahan pada alat pembayaran masyarakat

dewasa yang dahulunya menggunakan pembayaran tunai (cash based) kini mulai mengenal dan menggunakan pembayaran nontunai (non cash) dalam melakukan berbagai aktivitas transaksi pembayaran. Salah satu instrument pembayaran nontunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah uang elektronik (electronic money) atau yang biasa disebut e-money.

Tabel 1 Peningkatan Transaksi E-Money Indonesia

Periode	Volume (Satuan Transaksi)	Volume (Jutaan Rupiah)
2010	26.541.582	639.467
2011	41.060.149	981.297
2012	100.623.916	1.971.550
2013	137.900.779	2.907.432
2014	203.369.990	3.3319.556
2015	535.579.528	5.283.018
2016	826.678.370	8.645.427
2017 oktober	651.500.049	8.770.821

Sumber: Fadillah, 2018.

Transaksi e-money di Indonesia terjadi peningkatan setiap tahunnya. Ini membuktikan e-money memberikan berbagai keunggulan diantaranya mengedepankan kecepatan, kemudahan, manfaat dan efisiensi dibandingkan dengan instrument pembayaran nontunai lainnya, mulai dari manfaat yang didapatkan dalam menggunakan pembayaran layanan e-money hingga kemudahan penggunaan e-money. Namun pembayaran menggunakan layanan e-money juga memiliki risiko dalam penggunaannya yang juga menjadi pertimbangan bagi pengguna layanan e-money tersebut.

PT. GO-JEK Indonesia adalah perusahaan teknologi digital yang membantu masyarakat memenuhi kebutuhannya terhadap transportasi umum, sehingga

mempermudah masyarakat menghadapi kemacetan yang terjadi di Pekanbaru. GO-JEK saat ini memiliki banyak produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari layanan Go-Ride, Go-Mart, Go-Food, Go-Glam, Go Clean, Go-Box, Go-Car, Go-Send, Go-Massage, Go-Tix, Go-Busway, Go-Med, Go-Auto, dan Go-Pay.

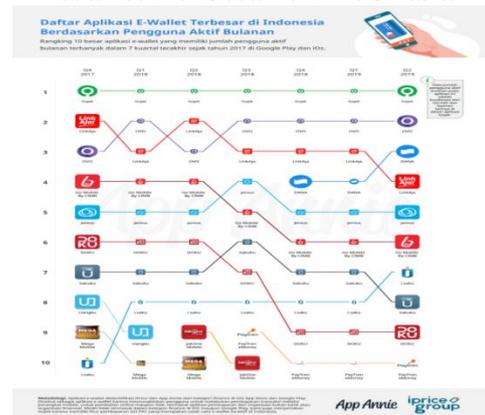
Go-Ride adalah layanan transportasi sepeda motor yang sebelumnya adalah ojek-ojek konvensional yang dijadikan mitra untuk bersama-sama memberi manfaat lebih dengan menggunakan *mobile services* sehingga seluruh pemesanan dapat dikendalikan dengan aplikasi GO-JEK. Dengan menggunakan Go-Ride maka konsumen dapat lebih mudah dan cepat untuk menuju tempat tujuan. Kemudahan yang ditawarkan inilah yang mendorong konsumen untuk menggunakan jasa GO-JEK khususnya Go-Ride, dengan kemudahan tersebut membuat konsumen semakin nyaman dalam menggunakan jasa Go-Ride.

GO-JEK mengeluarkan fitur layanan baru untuk mempermudah pembayaran dari seluruh produk yang ditawarkan oleh GO-JEK. Fitur tersebut adalah Go-Pay. Go-Pay merupakan *mobile wallet* yang digunakan untuk menyimpan GO-JEK *credit* dan digunakan untuk membayar transaksi layanan produk-produk GO-JEK. Go-Pay memiliki berbagai macam keunggulan seperti mudahnya transaksi, transaksi tanpa uang kembalian, kemudahan pengisian saldo dan berbagai potongan harga.

Penggunaan sistem (*actual system usage*) adalah kondisi nyata dari penggunaan suatu sistem

teknologi yang dapat diukur berdasarkan intensitas penggunaan dan durasi penggunaan (Davis, 1989). Sehingga apabila menggunakan layanan Go-Pay secara intensif maka dapat dikatakan para pengguna mengetahui sistem pembayaran Go-Pay dengan baik.

Gambar 2 Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia



Sumber : iPrice Group

Berdasarkan data i-Price, data jumlah download aplikasi dan pengguna aktif bulanan. Berdasarkan data Q2 2019 yang didapatkan dari App Annie 5 besar aplikasi dengan pengguna aktif bulanan terbanyak adalah diduduki oleh pemain lokal yaitu Go-Pay.

Selain menggunakan Go-Pay, pembayaran juga bisa dilakukan dengan pembayaran secara cash atau dengan menggunakan uang tunai, yang merupakan pembayaran atas harga barang atau jasa secara tunai, dimana pihak pembeli menyerahkan uang sebagai bukti pembayaran sebesar harga barang yang dibeli bersamaan dengan surat pesanan.

Terutama untuk para mahasiswa, khususnya mahasiswa Universitas Riau, dengan adanya uang elektronik Go-Pay sebagai alat pembayaran secara non-tunai

mahasiswa lebih memilih untuk melakukan transaksi secara non-tunai dibandingkan cash, selain lebih murah dengan *discount* yang tersedia, mahasiswa juga lebih dapat menghemat waktu mereka dalam bertransaksi saat menggunakan jasa transportasi online Go-Ride untuk berpergian. Sebagian dari mereka lebih memilih untuk pergi dengan berjalan kaki ke tujuan mereka dari pada menggunakan Go-Ride apabila saldo pada akun Go-Pay mereka habis, dibandingkan harus membayar secara cash. Dengan demikian, kita dapat melihat adanya fenomena yang terjadi antara transaksi dengan menggunakan sistem Go-Pay dan transaksi pembayaran secara cash pada mahasiswa Universitas Riau. Adapun beberapa faktor yang termasuk dalam pengujian berdasarkan model konstruksi *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan variabel lainnya yaitu persepsi risiko dan kepuasan.

Perumusan Masalah

1. Bagaimana Persepsi Kemudahan Penggunaan dari konsumen terhadap sistem pembayaran dengan menggunakan sistem Go-Pay dan Cash pada jasa transportasi online Go-Ride pada mahasiswa Universitas Riau?
2. Bagaimana Persepsi Manfaat dari konsumen terhadap sistem pembayaran dengan menggunakan sistem Go-Pay dan Cash pada jasa transportasi online Go-Ride pada mahasiswa Universitas Riau?
3. Bagaimana Persepsi Risiko dari konsumen terhadap sistem pembayaran dengan

menggunakan sistem Go-Pay dan Cash pada jasa transportasi online Go-Ride pada mahasiswa Universitas Riau?

4. Bagaimana Kepuasan dari konsumen terhadap sistem pembayaran dengan menggunakan sistem Go-Pay dan Cash pada jasa transportasi online Go-Ride pada mahasiswa Universitas Riau?

LANDASAN TEORI

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (free of effort) Davis (1989). Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto 2007:114).

2. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat adalah sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. (Vankates & Davis, 2000). Davis *et al* (1989: 320) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan peforma mereka dalam bekerja.

3. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Persepsi Risiko adalah keyakinan konsumen tentang potensi

negative ketidakpastian dari transaksi online. (Kim *et al*, 2008). Persepsi Risiko ialah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidak pastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan (Dowling dan Stealin, 1994).

4. Kepuasan Konsumen (Consumer Satisfaction)

Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya (Philip Kotler *et all*, 2000:50). Kepuasan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar 2005:65).

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan penelitian komperatif yaitu suatu penelitian yang bersifat membandingkan, dengan variabel pembanding yakni persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko dan kepuasan dari suatu produk dengan produk yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepuasan kosumen terhadap penggunaan sistem pembayaran melalui Go-Pay dan cash pada jasa transportasi online Go-Ride.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada kampus Universitas Riau. Waktu penelitian selama 2

bulan dan dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuesioner.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa Universitas Riau dengan kriteria pernah menggunakan sistem pembayaran secara cash dan sistem pembayaran elektronik Go-Pay pada saat menggunakan jasa Go-Ride, minimal sudah pernah melakukan tiga kali penggunaan. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui. Menurut Hair *et al* (2010), ukuran responden yang ideal adalah tergantung pada jumlah semua indikator pada variabel dikali 5-10. Pada penelitian ini terdapat 12 indikator variabel. Batas minimal populasi adalah $5 \times 12 = 60$, sedangkan batas maksimumnya adalah $10 \times 12 = 120$. Jadi total populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 120.

Sampel adalah bagian dari populasi dengan jumlah tertentu dan karakteristik (Sugiyono, 2010). Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling purposif, dengan mengambil jumlah sample sesuai dengan jumlah populasi yakni 120 orang.

Rumus :
$$\text{Jumlah sampel} = \frac{\text{Jumlah mahasiswa per fakultas}}{\text{Jumlah mahasiswa Universitas Riau}} \times \text{jumlah sampel}$$

4. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan skunder. Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data ini diperoleh dengan cara melakukan wawancara atau menyebarkan kuesioner pada responden. Data skunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu data yang diperoleh penulis dari dokumen-dokumen perusahaan dan buku-buku penunjang materi penelitian, jurnal, majalah, literatur-literatur yang didapat di perpustakaan.

a. Metode Analisis Data

Analisis Kualitatif dan Kuantitatif

Analisis kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku dapat diamati. Analisis penelitian kualitatif juga merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Analisis kuantitatif adalah metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memetakan gap setiap indikator variabel penelitian terhadap penggunaan sistem pembayaran menggunakan Go-Pay dan cash.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Valid berarti instrument yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2006). Uji validitas biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrument dengan skor

total (Sugiyono, 2007). Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah:

1. Jika r hitung positif dan r hitung $> r$ table maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung tidak positif serta r hitung $< r$ table maka variabel tersebut tidak valid.

Uji pada penelitian ini menggunakan korelasi *Bivariate Person*, yang mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap a Valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran dan analisis terhadap data mengenai apakah layak atau tidaknya data tersebut digunakan dalam suatu penelitian (Sugiono, 2008:176). Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas berkaitan dengan ketepatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian (Hadi, 2006). Uji reliabilitas dilakukan untuk menentukan apakah seluruh item pertanyaan tersebut memenuhi syarat keandalan atau reliabel sehingga dapat menghasilkan data yang baik.

Uji pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Data yang dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang dapat diterima apabila memiliki nilai

Cronbach Alpha > 0,6. Dengan demikian, kuesioner yang memiliki *Cronbach Alpha* > 0,6 maka dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut reliabel sehingga kuesioner tersebut layak digunakan sebagai alat pengumpulan data (Siregar,2013).

Uji Paired Sampel t Test

Paired sampel t test merupakan uji beda dua sampel berpasangan. Sampel berpasangan merupakan subjek yang sama namun mengalami perlakuan atau pengukuran yang berbeda. Kriteria pengambilan keputusan menggunakan nilai signifikan/*P-Value*:

1. Jika nilai signifikan/*P-Value* > 0,05 ; maka H_0 diterima
2. Jika nilai signifikan/*P-Value* < 0,05 ; maka H_0 ditolak

Pada penghitungan uji t peneliti menggunakan bantuan software SPSS (2.3).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji signifikan dilakukan dengan menggunakan r tabel. Nilai r tabel untuk sampel 120 dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan r tabel sebesar 0,1793 ($df = n-2 = 120-2 = 118$, $\alpha = 5\%$) dengan kriteria pengambilan keputusan: Jika r hitung (*corrected item total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

No. Item	r Hitung (<i>Corrected Item Total Correlation</i>)	r Tabel	Keterangan
1	0,702	0,1793	Valid
2	0,659	0,1793	Valid
3	0,587	0,1793	Valid

Sumber: *Data Olahan Menggunakan SPSS.23 (2020)*

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan secara keseluruhan item pertanyaan mempunyai nilai validitas yang valid, sehingga semua *item* pada variabel dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat

No. Item	r Hitung (<i>Corrected Item Total Correlation</i>)	r Tabel	Keterangan
1	0,702	0,1793	Valid
2	0,562	0,1793	Valid
3	0,598	0,1793	Valid

Sumber: *Data Olahan Menggunakan SPSS.23 (2020)*

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Persepsi Manfaat secara keseluruhan item pertanyaan mempunyai nilai validitas yang valid, sehingga semua *item* pada variabel dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko

No. Item	r Hitung (<i>Corrected Item Total Correlation</i>)	r Tabel	Keterangan
1	0,848	0,1793	Valid
2	0,880	0,1793	Valid
3	0,784	0,1793	Valid

Sumber: *Data Olahan Menggunakan SPSS.23 (2020)*

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Persepsi Risiko secara keseluruhan item pertanyaan mempunyai nilai validitas yang valid, sehingga semua *item* pada variabel dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

**Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel
Kepuasan Konsumen**

No. Item	r Hitung (Corrected Item Total Correlation)	r Tabel	Keterangan
1	0,866	0,1793	Valid
2	0,886	0,1793	Valid
3	0,802	0,1793	Valid

Sumber: Data Olahan Menggunakan SPSS.23 (2020)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Kepuasan Konsumen secara keseluruhan item pertanyaan mempunyai nilai validitas yang valid, sehingga semua *item* pada variabel dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi derajat ketergantungan dan stabilitas sebagai alat ukur terhadap pernyataan dalam kuesioner dikatakan reliabel atau valid jika nilai *cronbach's alfa* lebih besar dari 0,60. Adapun tingkat reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 6. Berikut ini:

Tabel 6 Tingkat Reliabilitas

No	r hitung	Kriteria
1	>0,6	Reliabilitas kurang baik
2	0,6-0,799	Reliabilitas diterima
3	0,8-1,0	Reliabilitas baik

Sumber: Sekaran 2014

Hasil uji reliabilitas variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini:

**Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas
Variabel Penelitian**

No	Variabel	<i>cronbach's alfa</i>	Kesimpulan	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,624	Reliabel	Reliabilitas diterima
2	Persepsi Manfaat	0,613	Reliabel	Reliabilitas diterima
3	Persepsi Risiko	0,670	Reliabel	Reliabilitas diterima
4	Kepuasan Konsumen	0,673	Reliabel	Reliabilitas diterima

Sumber: Data Olahan Menggunakan SPSS.23 (2020)

Dari hasil uji reliabilitas pada Tabel 7 tersebut menunjukkan variabel dalam penelitian yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, dan Kepuasan Konsumen berada pada status Reliabel, sehingga semua item pada variabel dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Hasil Pengujian Hipotesis Uji Beda

Uji perbedaan pada penelitian ini menggunakan teknik statistic *Independent-Sample T Test* dengan bantuan SPSS versi 23 *for windows*. Hasil uji perbedaan data penelitian ditampilkan pada Tabel 9 berikut,

**Tabel 9 Hasil Perhitungan Uji
Perbedaan Variabel Penelitian
pada Sistem Pembayaran Go-pay
dan Cash**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Persepsi Kemudahan Penggunaan Go-pay - Persepsi Kemudahan Penggunaan Cash	.51417	.60666	.05540	.50447	.72386	11,086	119	.000
Pair 2 Manfaat Go-pay - Persepsi Manfaat Cash	.45217	.55848	.05096	.35122	.55311	8,869	119	.000
Pair 3 Persepsi Risiko Go-pay - Persepsi Risiko Cash	.69725	.91149	.08321	.53249	.86201	8,300	119	.000
Pair 4 Kepuasan Konsumen Go-pay - Kepuasan Konsumen Cash	.74992	.75319	.06876	.61377	.88606	10,907	119	.000

Sumber: Data Olahan Menggunakan SPSS.23 (2020)

Sumber: Data Olahan Menggunakan SPSS.23 (2020)

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan perolehan Tabel 9 diperoleh nilai t sebesar 11.086 dan taraf signifikansi $p = 0,000$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $p < 0,05$, berarti terdapat perbedaan Persepsi Kemudahan Penggunaan

sistem pembayaran Go-pay dan Cash.

2. Persepsi Manfaat

Berdasarkan perolehan Tabel 9 diperoleh nilai t sebesar 8.869 dan taraf signifikansi $p = 0,000$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $p < 0,05$, berarti terdapat perbedaan Persepsi Manfaat sistem pembayaran Go-pay dan Cash.

3. Persepsi Risiko

Berdasarkan perolehan Tabel 9 diperoleh nilai t sebesar 8.380 dan taraf signifikansi $p = 0,000$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $p < 0,05$, berarti terdapat perbedaan Persepsi Risiko sistem pembayaran Go-pay dan Cash.

4. Kepuasan Konsumen

Berdasarkan perolehan Tabel 9 diperoleh nilai t sebesar 10.907 dan taraf signifikansi $p = 0,000$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $p < 0,05$, berarti terdapat perbedaan Kepuasan Konsumen terhadap sistem pembayaran Go-pay dan Cash.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan konsumen terhadap Go-pay lebih tinggi dibandingkan cash. Pengguna Go-ride lebih memilih melakukan pembayaran dengan menggunakan Go-pay karena Go-pay terdapat fitur-fitur yang mempermudah dalam bertransaksi.
2. Persepsi Manfaat terhadap Go-pay lebih tinggi dibandingkan secara cash. Pengguna Go-ride lebih

memilih melakukan pembayaran dengan menggunakan Go-pay karena Go-pay dapat meningkatkan efektifitas pengguna saat melakukan transaksi seperti menghemat waktu dan usaha dan juga karena terdapat banyak potongan harga (*discount*) sehingga pengguna mendapatkan harga yang jauh lebih murah dibandingkan membayar secara Cash.

3. Persepsi Risiko terhadap Go-pay lebih tinggi dibandingkan cash. Akan tetapi mahasiswa pengguna Go-ride lebih memilih melakukan pembayaran dengan menggunakan Go-pay meskipun memiliki risiko seperti terjadinya kecurangan yang dilakukan driver sehingga merugikan mereka, Itu disebabkan karena mahasiswa mempertimbangkan ada banyak kemudahan dan manfaat yang ditawarkan Go-pay.
4. Kepuasan Konsumen terhadap Go-pay lebih tinggi dibandingkan Cash. Karena kinerja Go-pay sesuai dengan harapan mahasiswa yakni dapat meningkatkan efektifitas dan juga lebih bermanfaat, sehingga mahasiswa yang menjadi responden lebih memilih untuk menggunakan Go-pay kembali saat bertransaksi pada Go-ride.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik

beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari Persepsi Kemudahan Penggunaan, pada indikator Mudah Memahami Cara Penggunaan Go-pay mendapatkan nilai paling rendah dibandingkan indikator lainnya, disebabkan karena para pengguna masih merasakan kesusahan dalam melakukan Top-up dalam mengisi saldo Go-pay. Sehingga sebaiknya perusahaan lebih mempermudah cara untuk melakukan Top-up agar lebih mudah dilakukan.
2. Perlu adanya sosialisasi kepada konsumen mengenai fitur Go-Pay, agar kedepannya lebih memahami lagi sistem dari Go-Pay, mulai dari tata cara Top-Up sampai cara menggunakan, serta kelebihan dan kekurangannya. Karena selama ini memang dari pihak perusahaan tidak pernah melakukan pelatihan khusus/training terkait dengan fitur Go-Pay ini, alangkah lebih baik jika perusahaan mengadakan sosialisasi terkait Go-Pay kepada masyarakat sehingga mereka lebih memahami cara penggunaannya dan lebih paham manfaat apa saja yang bisa didapat dari Go-pay.
3. Perusahaan sebaiknya mengingatkan kepada pihak driver alangkah lebih baik jika dalam suatu transaksi jangan sampai terjadi kecurangan, apalagi sampai merugikan pihak lain, dalam hal ini adalah konsumen. karena tidak melaksanakan kewajibannya sebagai driver dan mengabaikan hak konsumen dengan mengambil keuntungan dan

merugikan pihak konsumen. Alangkah baiknya jika dalam suatu transaksi harus ada informasi yang jelas dan jujur sehingga tidak merusak kepercayaan pelanggan.

4. Dari Kepuasan Konsumen, pada indikator Merekomendasikan Kepada Orang Lain mendapatkan nilai paling rendah dibandingkan indikator lainnya, disebabkan karena masih terdapat risiko saat menggunakan Go-pay. Oleh karena itu perusahaan bisa meningkatkannya dengan cara mengurangi risiko pada Go-pay serta meningkatkan kualitas alat pembayaran Go-pay sehingga setelah merasakan kepuasan terhadap Go-pay pengguna akan merekomendasikannya kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjar Priyono. Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay.
- Anjelina. Persepsi konsumen terhadap pengguna E-Money.
- Anton Arisman. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E- money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-pay)
- Brenda Melania Tuilan, Sifrid S Pangemanan, Maria VJ Tielung. Analyzing consumers perception of the electronic payment in Manado.

- Budi Santoso. 2010. Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Enjoyment Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi (Studi Empiris di Kabupaten Sragen)
- Davis, F.D. 1989, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Acceptance of Information System Technology, *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, h.319-339
- Davis, F.D. 1998. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, And User Acceptance Technology." *MIS Quarterly* 13(3): 319-340
- Dimotius Yogfa Caesar, Andriani Kusumawati, Brillyanes Sanawiri. The influence of perceived risk toward trust and its impact on purchase intention
- Featherman, M.S., dan Pavlou, P. A. 2003. "Predicting e-services adoption; A perceived risk facets perspective." *International journal of human Computer Studies* 59(4):451-474
- Huwaidi Y Hakim M, S dan Persada S, F. Analisis deskripif pengguna Go-Pay di Surabaya.
- Liu, L., dan Thai, P, T.2015. "A study of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam," *Economic World* 4(6): 10-12
- Muhammad Iqbal Mubarak.2017.Minat untuk menggunakan Go-Pay pada layanan Go-Ride.
- Mutia Putri Inayah, Megawati. Pengaruh reliability, responsibility,assurance, empathy, dan tangibel terhadap kepuasan pelanggan pengguna Go-Pay pada aplikasi Go-Jek (Studi pada mahasiswa A/I MDP).
- Nurits Nadia Kafiyah. 2018. Persepsi mahasiswa terhadap uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi OVO.
- Priyono, A. 2017."Analisis pengaruh trust and riskdalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay." *Jurnal siasat bisnis* 21(1): 88-106
- Rifqy Tazkiyyahturrohmah. Eksistensi uang elektronik sebagai alat transaksi keuangan modern.
- Riza Qani'atul Lutfi. 2018. Perbedaan transaksi pembayaran sistem Go=Pay dan cash.
- Rizaldi Rahardian Fitra. Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, M-payment experience dan perceived enjoyment terhadap penerimaan teknologi pembayaran ovo pada Grab dengan metode TAM (Studi pada pengguna Grab di Yogyakarta).

- Silva Cita Cania. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Go-Pay pada pelanggan maupun pengemudi Go-Jek.
- Siti Kurnia Rahayu. 2010, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Atas Aplikasi Keuangan Daerah (Survei pada Pemerintah Daerah Kotawaringih Barat Kalimantan Tengah), *Majalah Ilmiah UNIKOM, Vol. 13, No 1* hal 3-5
- Subhan, M. 2007. Pengaruh Variabel Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Psychological Attachment Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi. Yogya. UGM
- Sulistyo SetiUtami, Berlianingsi Kusumawati..Faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta).
- Tri Inda Fadhila Rahma. Persepsi Masyarakat kota Medan terhadap penggunaan *financial technology (fintech)*.
- Venkatesh, V dan F.D. Davis, 1996. “ A Model of The Antecedents of Perceived Ease of Use = Development dan Test “ , Decision Science Vol. 27,. H.451-481
- Yeow Pooi Mun, Haliyana Khalid, Devika Nadaraja.Millennial’s perception on mobil payment services in Malaysia