

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
PENGUNAAN GOPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI**

**(Studi Kasus : Pengguna Layanan GoPay di Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Nama: Pradana Reza Albahar**

**Nomor Mahasiswa: 19312355**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
PENGUNAAN GOPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI**

**(Studi Kasus : Pengguna Layanan GoPay di Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan  
Ekonomika Universitas Islam Indo



**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, 12 September 2024

Penulis,

(Pradana Reza Albahar)

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
PENGUNAAN GOPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI**

**(Studi Kasus : Pengguna Layanan GoPay di Yogyakarta)**

SKRIPSI



الجامعة الإسلامية  
الاندونيسية

Telah disetujui oleh Dosen  
Pembimbing Pada Tanggal

18/05/2021

Dosen Pembimbing,

(Drs. Yunan Najamudin M.B.A.)



**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

Nomor: 013/Ka.ProdiAkt/10/Prodi.Ak/US/IX/2024

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Pada Semester Ganjil 2024/2025, hari Rabu, tanggal 02 Oktober 2024, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : PRADANA REZA ALBAHAR  
NIM : 19312355  
Judul Tugas Akhir : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
PENGGUNAAN GOPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI  
Dosen Pembimbing : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

**Lulus**

Nilai : A  
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

**Tim Penguji:**

Ketua Tim : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF  
Anggota Tim : Sugeng Indardi, MBA., SAS.

Yogyakarta, 02 Oktober 2024

Ketua Program Studi Akuntansi,



Prof. Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS  
NIK. 033120104

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN GOPAY SEBAGAI  
ALAT TRANSAKSI**

Disusun oleh : PRADANA REZA ALBAHAR

Nomor Mahasiswa : 19312355

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Rabu, 02 Oktober 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Penguji : Sugeng Indardi, MBA., SAS.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

## DAFTAR ISI

|                                                                  |      |
|------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL                                                    | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME                             | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN                                               | iv   |
| DAFTAR ISI                                                       | v    |
| DAFTAR TABEL                                                     | viii |
| ABSTRAK                                                          | xi   |
| BAB I PENDAHULUAN                                                | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah                                       | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah                                              | 5    |
| 1.3 Tujuan Penelitian                                            | 5    |
| 1.4 Manfaat Penelitian                                           | 6    |
| 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi                                | 7    |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA                                            | 8    |
| 2.1 Landasan Teori                                               | 8    |
| 2.1.1 Electronic Wallet (E-Wallet)                               | 8    |
| 2.1.2 Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT2) | 12   |
| 2.1.3 Persepsi Kemudahan                                         | 13   |
| 2.1.4 Persepsi Manfaat                                           | 13   |
| 2.1.5 Persepsi Risiko                                            | 14   |
| 2.1.6 Kepercayaan                                                | 15   |
| 2.1.7 Persepsi Keamanan                                          | 15   |
| 2.1.8 Promosi                                                    | 16   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu                                         | 17   |
| 2.3 Hipotesis Penelitian                                         | 19   |
| 2.3.1 Hubungan persepsi kemudahan dengan minat penggunaan GoPay  | 19   |
| 2.3.2 Hubungan persepsi manfaat dengan minat penggunaan GoPay    | 21   |
| 2.3.3 Hubungan persepsi risiko dengan minat penggunaan GoPay     | 23   |

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.4 Hubungan kepercayaan dengan minat penggunaan GoPay       | 24        |
| 2.3.5 Hubungan persepsi keamanan dengan minat penggunaan GoPay | 25        |
| 2.3.6 Hubungan promosi dengan minat penggunaan GoPay.          | 27        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                               | <b>29</b> |
| 3.1 Populasi dan Sampel                                        | 29        |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data                                      | 30        |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data                                    | 30        |
| 3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel                           | 30        |
| 3.4.1 Variabel Independent (X)                                 | 30        |
| 3.4.2 Variabel Dependen (Y)                                    | 31        |
| 3.5 Metode Analisa Data                                        | 32        |
| 3.6 Uji Kualitas Data                                          | 32        |
| 3.6.1 Uji Validitas                                            | 32        |
| 3.6.2 Uji Realibilitas                                         | 33        |
| 3.7 Uji Asumsi Klasik                                          | 33        |
| 3.7.1 Uji Normalitas                                           | 33        |
| 3.7.2 Uji Heteroskeditas                                       | 33        |
| 3.7.3 Uji Multikolinearitas                                    | 34        |
| 3.8 Analisis Regresi Linear Berganda                           | 34        |
| 3.9 Uji Hipotesa                                               | 35        |
| 3.9.1 Uji T                                                    | 35        |
| 3.9.2 Uji F                                                    | 35        |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>                     | <b>36</b> |
| 4.1. Analisis Data                                             | 36        |
| 4.2 Karakteristik responden                                    | 36        |
| 4.3 Hasil Uji Kualitas data                                    | 38        |
| 4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas                     | 38        |
| 4.4 Variabel penelitian                                        | 42        |
| 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik                                    | 44        |
| 4.5.1 Uji Normalitas                                           | 44        |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 4.5.2 Uji Multikolinearitas                | 44 |
| 4.5.3 Uji Autokorelasi                     | 45 |
| 4.5.4 Uji Heteroskedastisitas              | 46 |
| 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 47 |
| 4.6.1 Persamaan regresi dan hasil uji t    | 47 |
| 4.6.2 Hasil Uji F                          | 52 |
| 4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi          | 52 |
| 4.7 Pembahasan                             | 53 |
| BAB V PENUTUP                              | 59 |
| 5.1. Kesimpulan                            | 59 |
| 5.2 . Saran-saran                          | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA                             | 62 |
| LAMPIRAN                                   | 65 |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu                                 | 17 |
| Tabel 4.1. Karakteristik Data Responden                        | 36 |
| Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan     | 38 |
| Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat       | 38 |
| Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko        | 39 |
| Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan            | 39 |
| Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Keamanan      | 40 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi                | 40 |
| Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Minat penggunaan GoPay | 41 |
| Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian          | 42 |
| Tabel 4.10. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian            | 43 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas                                | 44 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas                         | 45 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi                              | 45 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisita                        | 46 |
| Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda              | 47 |
| Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda              | 52 |
| Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda              | 53 |

## ABSTRACT

GoPay is one of the most popular digital wallet services in Indonesia, and the factors influencing its usage intention can be understood through various perceptions such as perceived ease of use, perceived benefits, perceived risks, perceived trust, perceived security, and promotions. These factors play a significant role in determining the interest in using GoPay. This research is a descriptive quantitative study conducted by distributing questionnaires to a sample of 100 GoPay users in Yogyakarta. The study was analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software. The results indicate that perceived ease of use, perceived benefits, perceived trust, perceived security, and promotions positively influence the intention to use GoPay, while perceived risk has a negative effect on the intention to use GoPay.

**Keywords:** perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, perceived trust, perceived security, promotion, and interest in using GoPay.

## ABSTRAK

GoPay adalah salah satu layanan dompet digital yang populer di Indonesia, dan faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaannya dapat dipahami melalui berbagai persepsi seperti, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, dan promosi. Faktor-faktor di atas dapat menentukan minat penggunaan GoPay. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dengan sampel pengguna layanan GoPay di Yogyakarta sebanyak 100 responden. Penelitian ini di uji menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay, namun persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan GoPay.

**Kata Kunci:** persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, promosi dan minat penggunaan GoPay.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Masyarakat di Indonesia saat ini banyak mengikuti perkembangan teknologi. Internet saat ini sangat mudah di akses hingga ke pelosok daerah. Sehingga dapat menjadi peluang yang menjanjikan di era industri 4.0 khususnya industri perbankan dan bisnis e-commerce. Berkat perkembangan teknologi apalagi di bidang perbankan, munculah inovasi baru berupa dompet digital / E-wallet. E-wallet sendiri memanfaatkan media internet untuk dapat mengakses dompet digital sebagai alat transaksi seperti Shopee Pay, Go Pay, Ovo, Dana, Link Aja dan masih banyak lagi. Dengan adanya perkembangan teknologi membuat masyarakat semakin terbantu untuk mendapatkan sebuah layanan.

E-wallet sendiri adalah sebuah layanan dompet digital yang memudahkan penggunaanya dalam menyimpan uang. Hampir sama seperti M-Banking tetapi e-wallet tidak perlu membuka rekening terlebih dahulu sehingga memudahkan calon penggunaanya yang belum memiliki rekening untuk mendaftar e-wallet yang mereka inginkan. E-wallet dapat memberikan jasa-jasa yang dapat membantu masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran dan transaksi akan menjadi lebih mudah. E-wallet dapat melakukan transaksi apa saja hanya dengan menggunakan gadget seperti membayar tagihan, membeli pulsa, paket data internet, TV kabel, hingga investasi. Dompet digital juga bisa digunakan untuk menyimpan uang, untuk kemudian di transfer ke rekening bank atau tarik

tunai. E-wallet dapat menyimpan riwayat transaksi keluar dan masuk menggunakan aplikasi tersebut. Dengan pesatnya perkembangan teknologi ini e-wallet memiliki peranan yang cukup besar sebagai alat transaksi di Indonesia. Sesuai dengan kampanye yang dilakukan oleh Bank Indonesia yang disebut “Gerakan Nasional tanpa Uang Tunai” (GNTT) yang diluncurkan pada tanggal 14 agustus 2014. GNTT ini diadakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan mengurangi penggunaan uang tunai sehingga nilai mata uang tetap stabil dan tidak jatuh.

E-wallet juga membawa dampak yang negatif seperti, e-wallet hanya dapat diakses dengan menggunakan internet, sehingga jika terjadi kondisi yang membuat internet susah mendapatkan sinyal atau jaringan internet terputus maka transaksi pembayaran tidak akan di proses. Oleh karena itu, transaksi dengan e-wallet sangat bergantung dengan internet. Dampak negatif yang selanjutnya, e-wallet dapat meningkatkan gaya hidup yang lebih konsumtif. Karena transaksi menggunakan e-wallet sendiri sangatlah mudah dan banyaknya promo menarik bagi penggunanya yang ditawarkan, membuat para penggunanya bisa terjebak dengan gaya hidup yang konsumtif. Sehingga para pengguna e-wallet perlu bijak dalam melakukan transaksi ketika menggunakan e-wallet dan dapat mengontrol diri. Dampak negatif yang ketiga adalah rentanya pencurian data. Pencurian data adalah kekurangan dari e-wallet itu sendiri. Peretasan dapat saja terjadi sewaktu-waktu dan jika peretasan itu terjadi, data-data pribadi yang terdapat pada e-wallet dapat di salahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Dampak negatif

yang terakhir adalah memiliki resiko terjadinya penipuan. E-wallet sendiri dapat di akses menggunakan beberapa device sehingga jika kita tidak rajin merubah pin dan jika e-wallet kita diretas, saldo didalam e-wallet dapat terkuras habis.

Pertumbuhan e-wallet di Indonesia sendiri sangat pesat, pertumbuhan yang pesat ini menjadikan persaingan antara pebisnis pengelola keuangan untuk bersaing dalam menarik minat masyarakat untuk berpindah menggunakan dompet digital. Sejak pandemik covid 19 muncul minat penggunaan e-wallet sendiri menjadi tinggi. InsightAsia barusaja merilis sebuah riset yang berjudul “Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook” pada tanggal 28/11/2022. Hasil dari riset tersebut menunjukkan 71% responden aktif menggunakan dompet digital untu melakukan berbagai macam transaksi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam hasil riset yang dilakukan oleh InsightAsia penggunaan dari dompet digital sendiri mampu mengungguli metode pembayaran lainnya seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%) dan VA transfer (16%). Dalam riset tersebut GoPay dinilai sebagai platform dompet digital yang paling banyak di gunakan oleh konsumennya selama lebih dari 5 tahun terakhir. Adapun sebagian besar pengguna dompet digital pernah menggunakan GoPay (71%) dan menggunakan sampai saat ini (58%). Hasil riset juga menunjukkan tingkat kepuasan konsumen pengguna GoPay mencapai angka 84%. Menurut riset tersebut, perusahaan yang menaungi dompet digital dan e-commerce memiliki potensi yang lebih tinggi untuk menjadi pemenang pasar dikarenakan menyediakan kelengkapan dan kemudahan dalam

bertransaksi, seperti perusahaan yang baru lahir pada tahun 2021 GoTo, hasil merger antara PT Gojek Indonesia (Gojek) dengan PT Tokopedia (Tokopedia) sehingga memiliki Tokopedia dan GoPay dalam satu ekosistem.

GoPay merupakan salah satu layanan dompet digital yang berada di Indonesia, GoPay sendiri awalnya terdapat pada aplikasi ojek online yaitu GoJek. Pada awal kemunculan aplikasi GoJek di Indonesia, gopay menjadi satu kesatuan di dalam aplikasi gojek itu sendiri. Pada tanggal 26 Juli 2023 PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) melalui unit bisnisnya, GoTo Financial, resmi meluncurkan aplikasi GoPay, dengan peluncuran aplikasi GoPay ini GoPay memiliki aplikasi sendiri yang dapat di akses tanpa harus menggunakan aplikasi GoJek. Pemisahan GoPay dengan Gojek Tokopedia ini bukan merupakan Spin Off dikarenakan masih dalam naungan PT yang sama. Walaupun GoPay merupakan aplikasi milik PT Dompet Anak Bangsa, PT yang berbeda dengan Gojek namun masih dalam naungan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa. PT Aplikasi Karya Anak Bangsa merupakan PT yang menaungi GoJek, sehingga GoPay dan GoJek masih dalam satu naungan PT yang sama. Dengan memisahkan diri dari aplikasi GoJek, GoPay sendiri diharapkan dapat merambah masyarakat yang lebih luas lagi, terutama bagi yang belum menjadi konsumen dari GoJek dan Tokopedia. Dengan memisahkan diri dari aplikasi GoJek, GoPay lebih mudah di akses lagi dan memiliki pasar yang lebih luas lagi, sehingga pemisahan diri ini diharapkan bisa menjadi pintu untuk para penggunanya yang sebelumnya tidak menggunakan aplikasi GoJek dan Tokopedia untuk menjadi pelanggan layanan

GoJek dan Tokopedia. Sehingga dengan pemisahan ini layanan GoJek dan Tokopedia juga diuntungkan. Pokok masalah yang di bahas pada penelitian ini berkaitan dengan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, dan promosi atas penggunaan dompet digital. Pokok-pokok masalah tersebut telah di bahas oleh penelitian-penelitian terdahulu. Pada penelitian ini ditambahkan satu variabel yang belum pernah di teliti sebelumnya yakni variabel persepsi risiko terhadap penggunaan dompet digital dengan obyek pada penggunaan GoPay.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diambil adalah :

1. Apakah persepsi kemudahan dapat mempengaruhi minat penggunaan GoPay?
2. Apakah persepsi manfaat dapat mempengaruhi minat penggunaan GoPay?
3. Apakah persepsi risiko dapat mempengaruhi minat penggunaan GoPay?
4. Apakah persepsi kepercayaan mempengaruhi minat penggunaan GoPay?
5. Apakah persepsi keamanan dapat mempengaruhi minat penggunaan GoPay?
6. Apakah promosi dapat mempengaruhi minat penggunaan GoPay?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Untuk menganalisis persepsi apa yang mendorong masyarakat menggunakan GoPay.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini harapannya supaya dapat menyumbangkan manfaat untuk :

1. Konsumen pengguna e-wallet

Penelitian yang saya buat ini diharapkan dapat memberikan kejelasan terhadap konsumen pengguna e-wallet terutama GoPay bahwa e-wallet merupakan dompet digital dan juga alat transaksi non- tunai yang dapat mempermudah para penggunanya dalam melakukan transaksi dan dapat memberikan banyak manfaat dalam menggunakan e-wallet. Dan juga dapat memberikan penjelasan terhadap konsumen tentang kelebihan dan kelemahan dalam menggunakan aplikasi e-wallet.

2. Pihak Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan masukan/saran untuk pihak perusahaan Gojek Tokopedia yang menyediakan pelayanan dompet digital yaitu GoPay agar menjadi pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan inovasi pelayanan yang lebih baik lagi

## **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

### **BAB I : Pendahuluan**

BAB I memaparkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian

### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

BAB II berisi mengenai landasan teori yang di gunakan pada penelitian, mengutuarakan penelitian-penelitian terdahulu dan perbedaan dengan penelitian yang sedang dijalankan, model dari penelitian, serta perumusan hipotesis

### **BAB III : Metode Penelitian**

BAB III mendeskripsikan tentang rancangan penelitian yang akan dipakai oleh peneliti, contohnya pengambilan sampel, data dan teknik pengambilan data, definisi serta pengukuran variabel penelitian, dan metode analisis.

### **BAB IV : Analisis data dan pembahasan**

BAB IV mendeskripsikan tentang proses analisis data dari penelitian serta pengujian hipotesis

### **BAB V : Kesimpulan serta Saran**

BAB V peneliti akan mengkaji kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, peneliti juga akan memberikan saran yang berguna untuk pihak yang akan menjalankan penelitian berikutnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Electronic Wallet (E-Wallet)**

*Electronic Wallet* atau bisa di singkat *E-Wallet* merupakan sebuah aplikasi/perangkat/layanan digital elektronik yang memudahkan penggunanya dalam menyimpan uang serta sebagai alat transaksi pembayaran non tunai. Penggunaan *e-wallet* lebih praktis, aman, dan juga menguntungkan bagi penggunanya. Didalam aplikasi *e-wallet* juga dapat menyimpan informasi transaksi yang sudah dilakukan penggunanya, seperti transaksi pembayaran menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), mengirim uang ke bank/*e-wallet* lain, transaksi didalam aplikasi *e-wallet*, pencatatan uang masuk, Sehingga pengguna *e-wallet* dapat mengontrol pemasukan dan pengeluaran hanya dengan melihat riwayat transaksi. Proses transaksi menggunakan *e-wallet* dapat dikatakan relatif cepat, pengguna *e-wallet* hanya cukup *scan barcode* (QRIS) yang disediakan para pelaku usaha, sehingga dapat mengurangi peredaran uang palsu. Selain itu hampir semua *e-wallet* juga memberikan promo-promo menarik didalamnya seperti salah satu contohnya bebas biaya admin dalam mengirim uang ke *e-wallet*/bank lainnya. Promo ini jarang ditemukan di bank-bank konvensional lainnya, sehingga membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan *e-wallet* untuk kebutuhan transaksi sehari-hari.

GoPay merupakan sebuah layanan transaksi digital elektronik dari PT Dompot Anak Bangsa yang lahir pada tahun 2016. GoPay sendiri terlahir atas masalah ketidaknyamanan pelanggan dan mitra pengemudi saat melakukan transaksi GoRide. GoPay sendiri awal kemunculanya merupakan sebuah fitur di dalam aplikasi GoJek yang sudah lebih dulu lahir di tahun 2010. Setahun setelah lahirnya GoPay tepatnya pada tahun 2017 GoPay berhasil memenangkan penghargaan Bank Indonesia untuk kategori Fintech Teraktif Pendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), Inklusi dan Edukasi Keuangan, serta pemberdayaan UMKM. Pada tahun 2019 majalah Fortune memasukan GoJek kedalam artikel yang berjudul Perusahaan Yang Mengubah Dunia, keberhasilan dari GoJek ini tidak luput dari peranan GoPay yang telah berhasil mendorong perekonomian digital di Indonesia. GoPay sendiri memiliki banyak fitur di dalamnya seperti transfer tanpa biaya admin, GoPay top-up yang menyediakan pembayaran pulsa, BPJS, PLN dan lain-lain. GoPay juga menyediakan fitur laporan keuangan secara real time, dan juga didukung dengan fitur keamanan berlapis.

GoPay memiliki banyak fitur didalamnya yang dapat digunakan para penggunanya. Berikut adalah ranguman dari fitur-fitur yang ditawarkan oleh GoPay:

1. Pembayaran Digital:

Pembayaran digital dapat dilakukan untuk melakukan pembayaran di merchant GoPay seperti pembayaran tagihan listrik, air, internet, dll; pembelian pulsa dan paket data, bisa juga digunakan untuk pembayaran menggunakan *scan barcode* QRIS.

2. Transfer uang:

Pengguna GoPay dapat mengirim uang ke sesama pengguna GoPay ataupun ke rekening bank lain tanpa dikenakan biaya admin.

3. *Top-Up* Saldo:

Pengguna GoPay mendapatkan kemudahan akses dalam pengisian saldo GoPay mereka, pengisian saldo sendiri dapat dilakukan melalui transfer bank ataupun melalui gerai-gerai *retail* seperti minimarket yang menyediakan layanan *top-up* saldo GoPay. Selain di minimarket pengguna juga dapat melakukan pengisian saldo di konter pulsa terdekat.

4. GoPayLater:

GoPayLater merupakan fitur pembayaran secara cicilan. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian dan membayarnya dengan cara angsuran/cicilan tiap bulannya, fitur ini dapat digunakan di merchant ataupun aplikasi tertentu yang bekerjasama dengan pihak GoPay.

5. Fitur Pencatatan Keuangan:

GoPay memiliki fitur riwayat transaksi yang memudahkan penggunanya untuk melacak riwayat transaksi yang sudah mereka lakukan, fitur ini juga dapat digunakan untuk memantau pengeluaran dan pemasukan bagi para penggunanya.

#### 6. Promo

GoPay kerap menawarkan kupon dan penawaran khusus yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi di aplikasi GoJek dan juga dapat digunakan di merchant yang bekerjasama dengan pihak GoJek dan GoPay.

#### 7. Investasi

GoInvestasi merupakan sebuah produk investasi yang ditawarkan GoPay. Fitur ini memberikan kemudahan bagi penggunanya dengan tampilan yang sederhana dan proses investasi yang tidak rumit. Pengguna dapat melihat informasi tentang berbagai produk investasi yang ditawarkan GoPay, memantau kinerja investasi, dan melakukan transaksi langsung dari aplikasi GoPay.

#### 8. Fitur Keamanan

GoPay sebagai salah satu *platform* dompet digital terkemuka di Indonesia, menawarkan berbagai fitur keamanan untuk melindungi transaksi dan informasi bagi penggunanya seperti, verifikasi dua langkah dan pengaturan keamanan lainnya.

### **2.1.2 Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT2)**

*Unified Theory of Acceptance and Use Technology* (UTAUT) adalah sebuah model yang dikembangkan untuk memahami dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Model ini diperkenalkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, pada tahun 2003. UTAUT merupakan model teori yang menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. UTAUT dirumuskan dengan empat faktor utama dari niat dan penggunaan, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*.

Sedangkan UTAUT2 merupakan pengembangan lebih lanjut dari UTAUT, dimana UTAUT2 mengkaji penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh *et al.*, 2012) yaitu model terkini dengan tiga konstruksi yang menjelaskan kekurangan pada model UTAUT dari sudut pandang konsumen, tiga konstruk tambahan di model UTAUT2 yaitu *hedonic motivation*, *price value*, *habit*. Model UTAUT2 bertujuan untuk mengidentifikasi tiga konstruksi penting dari penelitian mengenai penerimaan dan penggunaan teknologi baik bagi masyarakat maupun konsumen dengan cara mengidentifikasi beberapa hubungan baru (Venkatesh *et al.*, 2012).

### **2.1.3 Persepsi Kemudahan**

Konsep yang sering dihubungkan dalam konteks teknologi terutama dalam teori penerimaan teknologi adalah persepsi kemudahan. Berbagai ahli berpendapat, kemudahan merujuk kepada seberapa mudah seseorang menganggap teknologi dapat digunakan. Menurut Davis, (1989) mengartikan persepsi kemudahan sebagai kepercayaan seseorang terhadap kemudahan, yakni pengguna teknologi/sistem akan merasa dipermudah saat menggunakan teknologi/sistem tersebut. Pendapat diatas didukung oleh Wibowo, (2006) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi dapat didefinisikan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami, sehingga seseorang percaya bahwa dalam penggunaan sistem informasi dapat meningkatkan kinerja.

Persepsi seseorang tentang kemudahan yaitu seseorang percaya bahwa saat menggunakan sistem akan bebas dari kesalahan, sehingga semakin mudah sistem digunakan maka upaya yang diharus digunakan juga lebih sedikit. Secara umum, faktor kunci dalam penerimaan dan adopsi teknologi adalah persepsi kemudahan.

### **2.1.4 Persepsi Manfaat**

Manfaat menurut KBBI adalah guna atau faedah, laba atau untung. Dari pengertian tersebut bisa disebut bahwa manfaat dapat menyebabkan perubahan-perubahan terhadap sesuatu pranata. Menurut Kim *et al.*, (2008) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan konsumen mengenai

sejauh mana konsumen akan mendapatkan suatu yang lebih baik dalam menggunakan teknologi/sistem. Sedangkan menurut Bhatti, (2007) manfaat yang didapatkan digunakan sebagai acuan sejauh mana konsumen percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja dari tugas konsumen tersebut. Konsumen kemudian mengevaluasi manfaat yang di dapatkan untuk menjadikan faktor utama dalam memilih menggunakan teknologi/sistem tersebut.

Persepsi manfaat dapat disimpulkan bahwa jika seseorang yakin bahwa sesuatu teknologi itu bermanfaat maka ia akan menggunakannya. Namun, jika teknologi tersebut dirasa kurang bermanfaat maka ia tidak akan menggunakannya. Kesimpulan diatas di dukung oleh Thompson, (2007) menyebutkan bahwa jika seseorang mengetahui manfaat positif dari teknologi/sistem maka ia akan menggunakannya. Oleh karena itu, kehadiran teknologi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi setiap penggunanya, sehingga pengguna dapat menggunakan teknologi tersebut dengan berbagai manfaat yang diberikanya.

#### **2.1.5 Persepsi Risiko**

Persepsi risiko merupakan asumsi ketidakpastian dan akibat yang tidak diinginkan dari pengambilan suatu keputusan tindakan tertentu. Menurut Oentario et all, (2017) persepsi risiko merupakan tingkat dimana konsumen memperkirakan betapa tidak pastinya suatu teknologi keuangan. ketika

pengguna menggunakan sistem teknologi, maka terdapat risiko yang akan diterima pengguna. Pengguna dapat memprediksi sendiri risiko apa yang akan dihadapinya ketika menggunakan suatu sistem teknologi. Oentario et all, (2017) persepsi risiko dapat menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi minat penggunaan teknologi keuangan seperti e-wallet. Persepsi risiko merupakan faktor penting dalam penggunaan e-wallet, jika suatu e-wallet memiliki risiko yang rendah maka minat penggunaan e-wallet tersebut dapat meningkat, begitu pula sebaliknya jika e-wallet tersebut memiliki tingkat risiko yang tinggi maka akan mengurangi minat penggunaan e-wallet tersebut.

#### **2.1.6 Kepercayaan**

Kepercayaan adalah keyakinan atau harapan positif seseorang terhadap seseorang, sesuatu, atau suatu sistem, yang melibatkan perasaan aman dan nyaman dalam mengandalkan atau bergantung pada entitas tersebut. Menurut Rahmad, dkk. (2017) kepercayaan yang dirasakan adalah proses dimana seseorang mengembangkan kepercayaan terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang di ketahui tentang penyedia layanan tersebut. Sedangkan menurut Jumaili (2015), kepercayaan diperlukan agar pengguna sistem informasi yang baru dapat merasakan bahwa teknologi sistem informasi yang baru dapat meningkatkan kinerja individu dalam organisasi/perusahaan.

#### **2.1.7 Persepsi Keamanan**

Persepsi keamanan dapat diartikan sebagai keyakinan konsumen terhadap keamanan saat melakukan transaksi. Persepsi keamanan merupakan sebuah keyakinan seseorang terhadap teknologi yang digunakannya untuk mengirimkan informasi sensitif, seperti informasi data konsumen dan informasi transaksi keuangan dapat dijamin keamanannya. Menurut Flavia'n and guinali'u, (2006) mengartikan persepsi keamanan sebagai peluang untuk mendapatkan kepercayaan subjektif dari konsumen bahwa pihak lain tidak melihat, menyimpan atau memproses data pribadi mereka (dalam aspek perdata dan moneter) sehingga dapat terus meningkatkan ekspektasi kepercayaan konsumen.

#### **2.1.8 Promosi**

Promosi merupakan sebuah konsep yang penting dalam pemasaran yang berkaitan dengan bagaimana konsumen memahami dan menilai upaya promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Phillip Kottler & Gary Amstrong, (2008) dalam memasarkan suatu produk, baik itu barang ataupun layanan jasa, perusahaan perlu melakukan kegiatan yang dapat menginformasikan kepada masyarakat tentang barang atau jasa tersebut guna dapat mempengaruhi penggunaan barang ataupun layanan jasa tersebut. Sedangkan menurut Hendro, (2011) promosi merupakan suatu kegiatan yang di selenggarakan oleh perusahaan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempopulerkan produk perusahaan kepada sasaran pasar.

## 2.1 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Judul Penelitian                                                                                                 | Nama Peneliti, Tahun                                                     | Variabel Penelitian                                                                                                                        | Hasil Penelitian                                                                                                                                      |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>E-wallet</i> (studi kasus pada mahasiswa kota makassar)     | Mutiarini Mubyl, Abdullah Abidin, Nurfadhilah Maghfirah Ramadhani (2021) | <b>Variabel Independen:</b> Kepercayaan, kemudahan, dan keamanan<br><b>Variabel Dependen:</b> Minat penggunaan <i>e-wallet</i>             | Kepercayaan, kemudahan, kemanan masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-wallet</i> .                    |
| 2. | Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang <i>E-Wallet</i> Pada Generasi Milenial di Daerah | Adhi Prakosa dan Dimas Jati Wintaka (2020)                               | <b>Variabel Independen:</b> <i>perceived ease of use</i> , <i>percieved usefulness</i> , dan pengalaman<br><b>Variabel Dependen:</b> Minat | <i>Perceived ease of use</i> , <i>Percieved usefulness</i> , dan Pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ulang GoPay. |

|    |                                                                                                                                                                        |                                                                                             |                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Istimewa<br>Yogyakarta<br>(Dalam jurnal<br>Bisman:<br>Volume 3.<br>Nomor 1,<br>Februari 2020.                                                                          |                                                                                             | penggunaan<br>ulang                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 3. | Pengaruh<br>Perceived<br>Usefulness,<br>Perceived Ease<br>Of Use, Trust,<br>Dan security<br>Terhadap<br>Minat<br>Penggunaan<br>GoPay Pada<br>Generasi X Di<br>Surabaya | Debby<br>Cynthia<br>Kumala,<br>Joshua<br>Wilson<br>Pranata,<br>dan Sienny<br>Thio<br>(2020) | <b>Variabel<br/>Independen:</b><br>Perceived<br>usefulness,<br>perceived<br>ease of use,<br>trust, dan<br>security<br><b>Variabel<br/>Dependen:</b><br>Minat<br>penggunaan<br>(Intention to<br>use) | Perceived<br>usefulness,<br>perceived ease of use,<br>trust, dan security<br>berpengaruh positif<br>dan signifikan<br>terhadap minat<br>penggunaan GoPay<br>pada generasi X.<br>Namun dari empat<br>dimensi tersebut,<br>hanya trust yang<br>secara persial tidak<br>berpengaruh<br>signifikan terhadap<br>minat penggunaan<br>GoPay. |
| 4. | Pengaruh<br>Fintech <i>E-<br/>Wallet</i><br>Terhadap                                                                                                                   | Ali<br>Mujahidin,<br>dan Rika<br>Pristian                                                   | <b>Variabel<br/>Independen:</b><br>Pelayanan,<br>persepsi                                                                                                                                           | Persepsi kemudahan,<br>penggunaan, persepsi<br>manfaat, dan promosi<br>dari aplikasi <i>FinTech</i>                                                                                                                                                                                                                                   |

|  |                                             |                     |                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|---------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial | Fitri Astuti (2020) | kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan promosi.<br><b>Variabel</b><br><b>Dependen:</b><br>Prilaku konsumtif. | <i>e-wallet</i> , seperti OVO dan GoPay, memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi millennial. Generasi millennial cenderung memilih aplikasi yang mudah digunakan dan beranggapan OVO serta GoPay bermanfaat sebagai alat pembayaran dan dompet digital |
|--|---------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 2.3 Hipotesis Penelitian

### 2.3.1 Hubungan persepsi kemudahan dengan minat penggunaan GoPay

Hubungan antara persepsi kemudahan dan minat penggunaan GoPay dapat dijelaskan melalui pengaruh signifikan yang dirasakan pengguna terhadap kemudahan penggunaan aplikasi tersebut. Persepsi kemudahan mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa GoPay mudah dipahami dan dioperasikan tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Kemudahan mengacu pada kualitas atau keadaan sesuatu yang memfasilitasi suatu proses atau kegiatan dan mengurangi upaya atau kesulitan yang diperlukan untuk

mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks penggunaan teknologi atau aplikasi, seperti GoPay, kemudahan dapat diartikan bahwa sistem atau alat tersebut dapat digunakan tanpa hambatan atau kesulitan yang berarti bagi penggunanya. Hal tersebut didukung oleh Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi dapat didefinisikan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami, sehingga seseorang percaya bahwa dalam penggunaan sistem informasi dapat meningkatkan prestasi kerja. Venkatesh dan Davis (2000) membagi persepsi kemudahan menjadi seperti berikut:

1. *Clear and understandable*

*Clear and understandable* diartikan sebagai Hubungan antara individu dan sistem tampak jelas serta mudah dipahami

2. *Does not require a lot of mental effort*

*Does not require a lot of mental effort* diartikan sebagai tidak diperlukannya upaya/usaha yang banyak saat berinteraksi dengan suatu sistem.

3. *Easy to get the system to do what he/she wants to do*

*Easy to get the system to do what he/she wants to do* dapat diartikan sebagai pengoperasian suatu sistem dapat dilakukan dengan mudah dan sesuai dengan kebutuhan individu tersebut.

#### 4. *Easy to use*

*Easy to use* dapat di artikan sebagai suatu sistem dapat digunakan dengan mudah

Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1:** Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay

#### **2.3.2 Hubungan persepsi manfaat dengan minat penggunaan GoPay**

Manfaat adalah keuntungan, atau nilai positif yang diperoleh dari sesuatu yang digunakan atau diterima. Dalam konteks penelitian atau penggunaan teknologi, manfaat merujuk pada berbagai manfaat atau nilai yang dirasakan individu sebagai hasil dari menggunakan suatu produk, layanan, atau sistem. Manfaat ini biasanya berkaitan dengan efisiensi atau kemudahan dalam melakukan aktivitas tertentu. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Kim et al. (2008) & Bhatti (2007) persepsi manfaat mencerminkan keyakinan konsumen tentang sejauh mana mereka akan mendapatkan keuntungan dari menggunakan teknologi atau sistem tertentu. Manfaat yang dirasakan oleh konsumen digunakan sebagai acuan untuk menilai apakah penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam melaksanakan tugas. Konsumen kemudian mengevaluasi manfaat yang didapatkan untuk menentukan apakah faktor ini menjadi alasan utama dalam

memilih untuk menggunakan teknologi. Venkatesh dan Davis (2016) membagi persepsi manfaat menjadi berikut:

1. *Effectiveness*

*Effectiveness* adalah sebuah konsep yang menunjukkan penghematan waktu dalam penggunaan suatu sistem. Dalam kasus keuangan digital, *Effectiveness* mengacu pada penghematan waktu yang dirasakan pengguna aplikasi dalam suatu aktivitas tertentu.

2. *Accomplish faster*

*Accomplish faster* adalah dimensi yang menjelaskan seberapa cepat sistem dapat menyelesaikan pekerjaan penggunanya. Dalam dunia keuangan digital, dimensi ini mengacu pada kecepatan proses transaksi dan penyelesaian pembayaran antara pengguna dan layanan keuangan.

3. *Useful*

*Useful* adalah dimensi yang menggambarkan sejauh mana sebuah sistem dapat memberikan manfaat bagi kegiatan individu, khususnya dalam hal yang berkaitan dengan transaksi dan manajemen keuangan digital.

4. *Advantageous*

*Advantageous* merujuk pada manfaat-manfaat yang diperoleh individu dari penggunaan sebuah sistem. Dalam konteks keuangan

digital, manfaat yang dirasakan oleh pengguna akan mempengaruhi sejauh mana mereka akan terus menggunakan sebuah aplikasi keuangan digital tersebut.

Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2:** Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay

### **2.3.3 Hubungan persepsi risiko dengan minat penggunaan GoPay**

Hubungan persepsi risiko dalam minat penggunaan GoPay sangatlah penting dalam konteks adopsi teknologi keuangan digital di masyarakat. Persepsi risiko mencakup evaluasi individu terhadap kemungkinan kerugian atau bahaya yang terkait dengan penggunaan suatu produk atau layanan. Dalam konteks GoPay sendiri, persepsi risiko mencakup kekhawatiran mengenai keamanan transaksi, kerahasiaan informasi atau data pribadi, potensi penipuan, dan masalah teknis. Pengguna GoPay memiliki kemungkinan menghadapi risiko-risiko seperti yang sudah di sebutkan di atas. Hal tersebut di dukung oleh Oentario et all, (2017) persepsi risiko dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat menggunakan teknologi finansial seperti *e-wallet*, jika risiko *e-wallet* rendah maka minat menggunakan *e-wallet* akan meningkat, begitu juga sebaliknya jika tingkat resiko *e-wallet* tinggi, maka akan mengurangi minat penggunaan *e-wallet* tersebut. Sedangkan Schiffman & Kanuk, (2010) mendeskripsikan persepsi risiko sebagai keadaan ketidak pastian yang dirasakan oleh konsumen saat mereka tidak dapat

mengantisipasi hasil dari keputusan pembelian yang mereka buat. Persepsi risiko berperan lebih besar dalam mengurangi ketertarikan individu untuk menggunakan teknologi, sehingga persepsi risiko memiliki dampak negatif terhadap minat penggunaan GoPay, (Yogananda & Dirgantara, 2017). Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang bagaimana persepsi risiko dapat mempengaruhi penggunaan GoPay dapat membantu pengembangan layanan keuangan digital dalam merancang strategi yang efektif untuk meningkatkan adopsi dan kepercayaan pengguna terhadap teknologi ini. Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3:** Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan GoPay

#### **2.3.4 Hubungan persepsi kepercayaan dengan minat penggunaan GoPay**

Hubungan antara kepercayaan dengan minat penggunaan GoPay sangat erat dan signifikan dalam menentukan keputusan pengguna dalam mengadopsi layanan pembayaran digital. Kepercayaan yang dirasakan, mencakup keyakinan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan privasi transaksi melalui GoPay, memainkan peran kunci untuk mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan platform tersebut. Ketika pengguna merasa percaya bahwa transaksi mereka aman dan data pribadi mereka terlindungi dengan baik, mereka akan cenderung untuk menggunakan GoPay dalam kegiatan sehari-hari mereka. Sebaliknya, jika muncul keraguan tentang keamanan atau keandalan, minat untuk menggunakan GoPay dapat menurun.

Karena itu, membangun dan menjaga persepsi positif mengenai kepercayaan merupakan strategi yang sangat penting untuk menarik dan mempertahankan penggunaanya. Hal tersebut di dukung oleh Rahmad, dkk. (2017), yang menyatakan bahwa kepercayaan yang dirasakan adalah proses dimana seseorang mengembangkan kepercayaan terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang di ketahui tentang penyedia layanan tersebut. Hal ini juga di perkuat oleh Nuraeni & Bambang Soemantri (2020), Kepercayaan berhubungan dengan kemauan konsumen untuk mempercayai suatu produk/layanan, meskipun ada risiko yang mungkin timbul dari harapan yang dijanjikan pemilik layanan dalam memenuhi harapan konsumen untuk memberikan hasil yang di inginkan. Sedangkan menurut Priyono dalam Rodiah & Inaya Sari Melati (2020), Kondisi ketidakpastian mengandung unsur risiko. Dalam situasi yang beresiko, pihak yang terlibat perlu memiliki kepercayaan untuk mengambil tindakan. Transaksi digital juga melibatkan unsur ketidakpastian dan risiko. Oleh sebab itu, kepercayaan memiliki dampak positif terhadap minat penggunaan GoPay. Kepercayaan menjadi satu faktor yang dipertimbangkan dalam memutuskan penggunaan layanan GoPay. Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H4:** Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay.

### **2.3.5 Hubungan persepsi keamanan dengan minat penggunaan GoPay**

Dalam era digital saat ini, layanan keuangan berbasis teknologi seperti GoPay semakin populer dikalangan masyarakat. Keamanan dari suatu teknologi keuangan seperti GoPay menjadi faktor krusial yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan GoPay. Oleh karena itu, persepsi keamanan memainkan peran penting dalam menentukan minat konsumen terhadap layanan keuangan digital seperti GoPay. Persepsi keamanan mencakup keyakinan pengguna bahwa informasi dan transaksi pribadi mereka terlindungi dari ancaman seperti pencurian data, dan penipuan. Menurut Kumala et al, (2020) Persepsi keamanan adalah penilaian yang menggambarkan tingkat keyakinan seseorang terhadap keamanan suatu teknologi seperti teknologi digital. Persepsi keamanan sendiri di artikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak akan diakses oleh pihak lain selain diri mereka sendiri, karena data tersebut telah disimpan dengan aman dan tidak dapat dimanipulasi oleh pihak luar. Dengan demikian konsumen merasa lebih percaya untuk menggunakan teknologi yang dianggap memiliki tingkat keamanan yang terjamin. Hal tersebut di dukung oleh Flavia'n and guinali'u, (2006), mengartikan persepsi keamanan sebagai peluang untuk mendapatkan kepercayaan subjektif dari konsumen bahwa pihak lain tidak melihat, menyimpan atau memproses data pribadi mereka (dalam aspek perdata dan moneter) sehingga dapat terus meningkatkan ekspektasi kepercayaan konsumen. Suryadharma dan Budyastuti (2019) menjelaskan bahwa keamanan sistem informasi melibatkan kebijakan,

prosedur, dan langkah teknis yang diterapkan untuk mencegah akses tidak sah, perubahan program, pencurian, dan keruakan fisik terhadap sistem informasi. Dengan ini dapat disimpulkan persepsi keamanan memiliki dampak yang signifikan terhadap minat penggunaan GoPay. Ketika pengguna merasa bahwa GoPay menawarkan tingkat keamanan tinggi, mereka akan cenderung lebih tertarik dan percaya untuk menggunakan layanan tersebut secara terus-menerus. Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H5:** Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay.

#### **2.3.6 Hubungan promosi dengan minat penggunaan GoPay.**

Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan GoPay. Kegiatan promosi mencakup berbagai strategi pemasaran seperti diskon, cashback, penawaran khusus, dan program referral yang bertujuan untuk menarik perhatian dan mendorong lebih banyak calon pengguna. Menurut Phillip Kotler & Gary Armstrong, (2008) dalam memasarkan suatu produk, baik itu barang ataupun layanan jasa, perusahaan perlu melakukan kegiatan yang dapat menginformasikan kepada masyarakat tentang barang atau jasa tersebut guna dapat mempengaruhi penggunaan barang ataupun layanan jasa tersebut. Menurut Sunyoto (2012), Promosi adalah salah satu elemen penting dalam pemasaran yang harus dijalankan oleh

perusahaan dalam upaya pemasaran sebuah produk/layanan. Promosi adalah salah satu faktor kunci dalam keberhasilan strategi pemasaran untuk menginformasikan suatu produk (Schmitt, 2010). Tanpa strategi promosi yang efektif, upaya pemasaran/promosi dapat kehilangan dampaknya, karena konsumen mungkin tidak akan mengetahui/memahami nilai yang ditawarkan oleh produk tersebut. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2012) terdapat beberapa alat promosi yang sering digunakan untuk mengkomunikasikan produk yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah komunikasi non\_personal yang di sebarakan melalui media seperti televisi, radio, dan internet untuk menginformasikan, membujuk, atau meningkatkan konsumen tentang produk atau layanan, dengan jangkauan yang luas dan cepat.

2. Penjualan personal (*Personal Selling*)

Penjualan personal adalah komunikasi langsung antara penjual dan pembeli yang memungkinkan penjual menyesuaikan presentasi sesuai kebutuhan konsumen dan menjawab pertanyaan mereka, sehingga membangun hubungan dekat dan meningkatkan peluang penjualan.

3. Pemasaran langsung (*Direct selling*)

Pemasaran langsung adalah strategi komunikasi langsung antara perusahaan dan konsumen menggunakan alat seperti surat, email, atau telepon, untuk mendorong respon langsung seperti pembelian atau permintaan informasi lebih lanjut.

#### 4. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek, seperti diskon atau kupon, yang dirancang untuk mendorong pembelian dan menarik perhatian konsumen terhadap produk tertentu.

Dengan demikian peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H6:** Promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah suatu objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya oleh peneliti. Objek dalam penelitian ini adalah pengguna GoPay yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah terdaftar/pernah bertransaksi menggunakan GoPay. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah masyarakat pengguna GoPay di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sampel penelitian adalah sekelompok individu, objek, atau data yang diambil dari populasi yang lebih besar untuk digunakan dalam penelitian. Pengambilan sampel bertujuan untuk memperoleh data yang dapat merepresentasikan populasi secara keseluruhan, sehingga temuan penelitian bisa diterapkan atau digeneralisasi pada populasi tersebut. Menurut Fraenkel dan Wallen dalam Amiyani (2016;06) berpendapat bahwa jumlah dari sampel minimum untuk penelitian deskriptif adalah sebanyak 100. Berlandaskan teori tersebut, jumlah sampel yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah 100 responden. kriteria dari sample penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Masyarakat pengguna GoPay
- b) Memiliki akun GoPay
- c) Pernah bertransaksi menggunakan GoPay

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuisisioner elektronik dengan menggunakan Google Form kepada masyarakat pengguna dompet elektronik GoPay

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data akan di kumpulkan melalui kuesioner. Peneliti akan membagikan kuesioner tersebut dengan membagikan Google Form melalui media sosial. Demi menjaga privasi responden, responden tidak diminta untuk

mencantumkan identitas responden saat pengisian kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan peneliti dalam kuesioner di ambil dari penelitian sebelumnya dan telah disesuaikan dengan kebutuhan penelitian ini. Untuk menguji variabel, peneliti akan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala empat poin yang terdiri dari : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Petunjuk dari pengisian kuesioner diberikan untuk memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan yang di berikan oleh peniliti.

### **3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel**

#### **3.4.1 Variabel Independent (X)**

Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terkait. Dalam penelitian ini terdapat 6 variabel bebas yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Persepsi Keamanan, Promosi. Persepsi Kemudahan didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang terhadap kemudahan yakni pengguna teknologi/sistem akan merasa dipermudah saat menggunakan teknologi/sistem tersebut, (Davis, 1989). Persepsi Manfaat diartikan sebagai keyakinan konsumen mengenai sejauh mana konsumen akan mendapatkan suatu yang lebih baik dalam menggunakan teknologi/sistem, (Kim *et al*, 2008). Persepsi Risiko diartikan sebagai dimana konsumen memperkirakan betapa tidak pastinya suatu teknologi keuangan. ketika pengguna menggunakan sistem teknologi, maka terdapat risiko yang akan diterima pengguna. Pengguna dapat memprediksi sendiri risiko apa yang akan dihadapinya ketika menggunakan suatu

sistem teknologi, (Oentario *et al*, 2017). Kepercayaan didefinisikan sebagai adalah proses dimana seseorang mengembangkan kepercayaan terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang di ketahui tentang penyedia layanan tersebut, (Rahmad, dkk, 2017). Persepsi Keamanan dapat diartikan sebagai bahwa keamanan sistem informasi melibatkan kebijakan, prosedur, dan langkah teknis yang diterapkan untuk mencegah akses tidak sah, perubahan program, pencurian, dan keruakan fisik terhadap sistem informasi, (Suryadharma dan Budyastuti, 2019). Promosi didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang di selenggarakan oleh perusahaan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempopulerkan produk perusahaan kepada sasaran pasar, (Hendro, 2011)

#### **3.4.2 Variabel Dependen (Y)**

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah minat masyarakat dalam penggunaan GoPay di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **3.5 Metode Analisa Data**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisi regresi berganda karena penelitian ini melibatkan enam variabel independen (X) dan satu Variabel dependen (Y). Penelitian ini akan menggunakan persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan:

- $Y_1$  = Minat penggunaan GoPay
- $X_1$  = Persepsi Kemudahan
- $X_2$  = Persepsi Manfaat
- $X_3$  = Persepsi Risiko
- $X_4$  = Kepercayaan
- $X_5$  = Persepsi Keamanan
- $X_6$  = Promosi
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta$  = Koefisien regresi
- $e$  = Kesalahan residual

### **3.6 Uji Kualitas Data**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah proses untuk menilai seberapa tepat instrumen yang digunakan dalam penelitian (seperti kuesioner) dalam mengukur konsep atau variabel yang dimaksud. Dengan kata lain, uji validitas adalah metode untuk menentukan apakah sebuah kuesioner valid atau tidak. kuesioner yang dianggap valid jika memiliki tingkat validitas yang tinggi, sementara kuesioner yang memiliki tingkat validitas rendah dianggap kurang valid

#### **3.6.2 Uji Realibilitas**

Uji reabilitas merupakan instrumen untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang

konsisten (Sugiyono, 2017). Untuk menentukan sejauh mana variabel dikatakan reliabel atau tidak, dapat diukur dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Uji reabilitas ini dilakukan pada 100 responden pengguna GoPay di Yogyakarta. Variabel akan dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,06.

### **3.7 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.7.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan data yang diperoleh dari suatu penelitian terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas sangat penting dalam analisis data dikarenakan banyak metode statistik. Selain itu, normalitas data penting karena data yang mengikuti distribusi normal lebih representatif terhadap populasi. Dalam uji normalitas, data dapat dikatakan normal jika nilai probabilitas lebih besar dari 5% (alpha)

#### **3.7.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah data bersifat homogen atau heterogen, serta untuk mengidentifikasi adanya perbedaan residual antara pengamatan satu dengan yang lainnya dalam sebuah model regresi. Untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas dalam suatu penelitian, perhatikan nilai probabilitasnya; jika nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 5% (alpha)

#### **3.7.3 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas merupakan proses untuk mengidentifikasi seberapa kuat hubungan antara variabel-variabel independen dalam model regresi berganda. Tujuan

dari uji ini adalah untuk mendeteksi apakah ada korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen. Untuk mengidentifikasi multikolinearitas dalam model regresi berganda dengan cara perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* pada masing masing variabel. Nilai VIF diatas 10 biasanya dianggap menunjukan adanya multikolinearitas yang signifikan. Semakin tinggi nilai VIF maka semakin besar masalah multikolinearitasnya.

### **3.8 Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda metode yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Tujuan dari analisis ini untuk menilai bagaimana variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan menentukan arah hubungan tersebut. Untuk mengidentifikasinya dapat dilihat dari nilai  $R^2$ , jika  $R^2$  rendah, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen juga akan rendah. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  tinggi, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen juga akan tinggi.

### **3.9 Uji Hipotesa**

#### **3.9.1 Uji T**

Uji T bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana setiap variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Pengambilan keputusan didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi dan nilai alpha yang ditetapkan sebesar 5%. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (alpha), maka  $H_0$

akan ditolak. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan 5% (alpha) maka  $H_0$  tidak ditolak”

### **3.9.2 Uji F**

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Pengambilan keputusan didasarkan pada perbandingan nilai signifikansi terhadap nilai alpha sebesar 5%. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (alpha), maka variabel dependen dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel independen secara simultan.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Analisis Data**

Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t, dan koefisien determinasi. Adapun hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada uraian berikut ini.

#### 4.2 Karakteristik responden

Karakteristik pengguna GoPay yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah terdaftar/pernah bertransaksi menggunakan GoPay. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, status, pemasukan, penggunaan GoPay dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.1.**  
**Karakteristik Data Responden**

| No | Karakteristik     | Frekuensi (F) | Presentase (%) |
|----|-------------------|---------------|----------------|
| 1. | Jenis kelamin     |               |                |
|    | Laki-laki         | 45            | 45,0           |
|    | perempuan         | 55            | 55,0           |
|    | Jumlah            | 100           | 100,0          |
| 2. | Usia              |               |                |
|    | ≤ 20 tahun        | 5             | 5,0            |
|    | 21 – 30 tahun     | 53            | 53,0           |
|    | 31 – 40 tahun     | 20            | 20,0           |
|    | 41 – 50 tahun     | 14            | 14,0           |
|    | > 50 tahun        | 8             | 8,0            |
|    | Jumlah            | 100           | 100,0          |
| 3. | Status            |               |                |
|    | Pelajar/mahasiswa | 25            | 25,0           |
|    | Kerja             | 75            | 75,0           |
|    | Jumlah            | 100           | 100,0          |

|    |                                                                                                                      |                            |                                      |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| 4. | Pemasukan<br>< Rp 1.000.000<br>Rp 1.000.000 – Rp 2.00.000<br>Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000<br>> Rp 3.000.000<br>Jumlah | 9<br>26<br>22<br>43<br>100 | 9,0<br>26,0<br>22,0<br>43,0<br>100,0 |
| 5. | Lama penggunaan GoPay<br>6 bulan – 1 tahun<br>1 tahun – 2 tahun<br>> 2 tahun<br>Jumlah                               | 18<br>14<br>68<br>100      | 18,0<br>14,0<br>68,0<br>100,0        |
| 6. | Frekuensi penggunaan GoPay per bulan<br>4- 6 kali<br>7- 9 kali<br>> 10 kali<br>Jumlah                                | 29<br>11<br>60<br>100      | 29,0<br>11,0<br>60,0<br>100,0        |

Berdasarkan tabel 4.1 tersebut diatas dapat diketahui bahwa di atas responden perempuan (55,0%) sedikit lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki (45,0%). Responden terbanyak berusia 21 sampai 30 tahun (53,0%) dan paling sedikit kurang dari atau sama dengan 20 tahun (5,0%). Responden penelitian sebagian besar telah bekerja (75,0%) dan mempunyai pemasukan perbulan dai atas Rp 3.000.000 per bulan (43,0%). Lama penggunaan GoPay didominasi telah berjalan lebih dari 2 tahun (68,0%) dan penggunaan GoPay perbulan lebih dari 10 kali (60,0%).

#### 4.3 Hasil Uji Kualitas data

##### 4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum kuesiner digunakan pada sampel penelitian, terlebih dahulu dilakukan uji coba (*try out*) untuk mengetahui apakah instrumen penelitian dapat digunakan

untuk mengukur variabel penelitian atau tidak. Hasil uji validitas untuk variabel persepsi kemudahan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.2.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan**

| <b>Item pertanyaan</b> | <b>Koef. korelasi</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------|-----------------------|-------------|-------------------|
| X1.1                   | 0,742                 | 0,000       | valid             |
| X1.2                   | 0,865                 | 0,000       | valid             |
| X1.3                   | 0,858                 | 0,000       | valid             |
| X1.4                   | 0,821                 | 0,000       | valid             |
| X1.5                   | 0,762                 | 0,000       | valid             |

Berdasarkan hasil uji validitas seperti yang terangkum dalam Tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada masing-masing item pertanyaan persepsi kemudahan lebih kecil dari 0,05, maka semua butir pertanyaan dalam variabel tersebut adalah valid. Hasil uji validitas untuk variabel persepsi manfaat dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.3.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat**

| <b>Item pertanyaan</b> | <b>Koef. korelasi</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------|-----------------------|-------------|-------------------|
| X2.1                   | 0,808                 | 0,000       | valid             |
| X2.2                   | 0,765                 | 0,000       | valid             |
| X2.3                   | 0,817                 | 0,000       | valid             |
| X2.4                   | 0,816                 | 0,000       | valid             |
| X2.5                   | 0,737                 | 0,000       | valid             |

Berdasarkan hasil uji validitas seperti yang terangkum dalam Tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada masing-masing item pertanyaan persepsi manfaat lebih kecil dari 0,05, maka semua butir pertanyaan dalam variabel

tersebut adalah valid. Hasil uji validitas untuk variabel persepsi risiko dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.4.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko**

| <b>Item pertanyaan</b> | <b>Koef. korelasi</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------|-----------------------|-------------|-------------------|
| X3.1                   | 0,745                 | 0,000       | valid             |
| X3.2                   | 0,813                 | 0,000       | valid             |
| X3.3                   | 0,797                 | 0,000       | valid             |
| X3.4                   | 0,755                 | 0,000       | valid             |
| X3.5                   | 0,815                 | 0,000       | valid             |

Berdasarkan hasil uji validitas seperti yang terangkum dalam Tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada masing-masing item pertanyaan persepsi risiko lebih kecil dari 0,05, maka semua butir pertanyaan dalam variabel tersebut adalah valid. Hasil uji validitas untuk variabel kepercayaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.5.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kepercayaan**

| <b>Item pertanyaan</b> | <b>Koef. korelasi</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------|-----------------------|-------------|-------------------|
| X4.1                   | 0,840                 | 0,000       | valid             |
| X4.2                   | 0,855                 | 0,000       | valid             |
| X4.3                   | 0,852                 | 0,000       | valid             |
| X4.4                   | 0,807                 | 0,000       | valid             |
| X4.5                   | 0,763                 | 0,000       | valid             |

Berdasarkan hasil uji validitas seperti yang terangkum dalam Tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada masing-masing item pertanyaan kepercayaan lebih kecil dari 0,05, maka semua butir pertanyaan dalam variabel

tersebut adalah valid. Hasil uji validitas untuk variabel persepsi keamanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.6.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Keamanan**

| <b>Item pertanyaan</b> | <b>Koef. korelasi</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------|-----------------------|-------------|-------------------|
| X5.1                   | 0,761                 | 0,000       | valid             |
| X5.2                   | 0,834                 | 0,000       | valid             |
| X5.3                   | 0,853                 | 0,000       | valid             |
| X5.4                   | 0,855                 | 0,000       | valid             |
| X5.5                   | 0,763                 | 0,000       | valid             |

Berdasarkan hasil uji validitas seperti yang terangkum dalam Tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada masing-masing item pertanyaan kepercayaan lebih kecil dari 0,05, maka semua butir pertanyaan dalam variabel tersebut adalah valid. Hasil uji validitas untuk variabel promosi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.7.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

| <b>Item pertanyaan</b> | <b>Koef. korelasi</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------|-----------------------|-------------|-------------------|
| X6.1                   | 0,754                 | 0,000       | valid             |
| X6.2                   | 0,807                 | 0,000       | valid             |
| X6.3                   | 0,875                 | 0,000       | valid             |
| X6.4                   | 0,843                 | 0,000       | valid             |
| X6.5                   | 0,846                 | 0,000       | valid             |

Berdasarkan hasil uji validitas seperti yang terangkum dalam Tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada masing-masing item pertanyaan kepercayaan lebih kecil dari 0,05, maka semua butir pertanyaan dalam variabel

tersebut adalah valid. Hasil uji validitas untuk variabel minat penggunaan GoPay dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.8.**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Minat penggunaan GoPay**

| <b>Item pertanyaan</b> | <b>Koef. korelasi</b> | <b>Sig.</b> | <b>Keterangan</b> |
|------------------------|-----------------------|-------------|-------------------|
| Y.1                    | 0,748                 | 0,000       | valid             |
| Y.2                    | 0,823                 | 0,000       | valid             |
| Y.3                    | 0,825                 | 0,000       | valid             |
| Y.4                    | 0,814                 | 0,000       | valid             |
| Y.5                    | 0,814                 | 0,000       | valid             |

Berdasarkan hasil uji validitas seperti yang terangkum dalam Tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada masing-masing item pertanyaan minat penggunaan GoPay lebih kecil dari 0,05, maka semua butir pertanyaan dalam variabel tersebut adalah valid. Setelah semua item-item pertanyaan pada variabel penelitian valid maka pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.9.**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

| <b>Item pertanyaan</b>  | <b>Koef. alpha</b> | <b>Nilai kritis</b> | <b>Keterangan</b> |
|-------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|
| Persepsi kemudahan (X1) | 0,870              | 0,6                 | reliabel          |

|                            |       |     |          |
|----------------------------|-------|-----|----------|
| Persepsi manfaat (X2)      | 0,848 | 0,6 | reliabel |
| Persepsi risiko (X3)       | 0,845 | 0,6 | reliabel |
| Kepercayaan (X4)           | 0,881 | 0,6 | reliabel |
| Persepsi keamanan (X5)     | 0,871 | 0,6 | reliabel |
| Promosi (X6)               | 0,883 | 0,6 | reliabel |
| Minat penggunaan GoPay (Y) | 0,862 | 0,6 | reliabel |

Berdasarkan hasil uji validitas seperti yang terangkum dalam Tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa nilai alpha pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,6, maka semua variabel dalam penelitian ini (persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan, promosi dan minat penggunaan GoPay) adalah reliabel.

#### 4.4 Variabel penelitian

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian, didasarkan pada rata-rata total pada setiap item pertanyaan untuk variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan, promosi dan minat penggunaan GoPay. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut terlebih dahulu dilakukan pengkategorian untuk menentukan penilaian pada masing-masing variabel penelitian. Pengkategorian ini didasarkan pada penilaian terendah yaitu 1 (sangat tidak setuju), dan skor tertinggi adalah 5 (Sangat setuju).

$$\begin{array}{lcl} \text{Skor maksimum} & = & 5 \\ \text{Skor minimum} & = & 1 \end{array}$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor minimum}}{3}$$

$$= \frac{5 - 1}{3} = 1,33$$

Kategori ditentukan sebagai berikut:

Tinggi = 3,67 sampai 5

Sedang = 2,34 sampai 3,66

Rendah = 1 sampai 2,33

**Tabel 4.10.**  
**Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

| Item pertanyaan            | Minimal | Maksimal | Rata-rata | Kategori |
|----------------------------|---------|----------|-----------|----------|
| Persepsi kemudahan (X1)    | 1,80    | 4,60     | 3,34      | sedang   |
| Persepsi manfaat (X2)      | 2,00    | 4,60     | 3,33      | sedang   |
| Persepsi risiko (X3)       | 1,80    | 4,60     | 3,23      | sedang   |
| Kepercayaan (X4)           | 1,60    | 4,60     | 3,22      | sedang   |
| Persepsi keamanan (X5)     | 1,80    | 4,60     | 3,29      | sedang   |
| Promosi (X6)               | 1,80    | 4,60     | 3,29      | sedang   |
| Minat penggunaan GoPay (Y) | 1,80    | 4,60     | 3,19      | sedang   |

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas bahwa persepsi kemudahan mahasiswa, modal minimum, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan, promosi dan minat penggunaan GoPay masih dalam kategori sedang.

#### 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Uji prasyarat ini hanya digunakan pada analisis regresi linear berganda saja. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

#### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak, uji ini menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov*.

Adapun hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas**

| <i>Kolmogorov Smirnov</i> | sig   | Keterangan |
|---------------------------|-------|------------|
| 0,080                     | 0,115 | Normal     |

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas nilai *sig* sebesar 0,115 atau lebih besar 0,05 artinya data yang digunakan untuk penelitian ini berdistribusi normal.

#### 4.5.2 Uji Multikolinearitas

Analisis terhadap problem multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *variante inflation factor* (VIF), jika nilai VIF yang diamati  $> 10$  maka diduga terjadi problem multikolinearitas.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel                | Tolerance | VIF   | Keterangan                  |
|-------------------------|-----------|-------|-----------------------------|
| Persepsi kemudahan (X1) | 0,783     | 1,278 | Tidak ada multikolinearitas |
| Persepsi manfaat (X2)   | 0,716     | 1,397 | Tidak ada multikolinearitas |
| Persepsi risiko (X3)    | 0,860     | 1,163 | Tidak ada multikolinearitas |
| Kepercayaan (X4)        | 0,716     | 1,397 | Tidak ada multikolinearitas |
| Persepsi keamanan (X5)  | 0,747     | 1,338 | Tidak ada multikolinearitas |

|              |       |       |                             |
|--------------|-------|-------|-----------------------------|
| Promosi (X6) | 0,651 | 1,537 | Tidak ada multikolinearitas |
|--------------|-------|-------|-----------------------------|

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, modal minimum, persepsi risiko kepercayaan, persepsi keamanan dan promosi tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4.5.3 Uji Autokorelasi

Analisis terhadap problem autokorelasi dilakukan dengan melihat nilai dW hitung dibandingkan dengan nilai dU dan dL pada tabel Durbins Watson. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

| dW hitung | dW tabel<br>(n=100; k=6)<br>dL = 1,550; dU = 1,803 | Keterangan                   |
|-----------|----------------------------------------------------|------------------------------|
| 1,908     | $dU < dW < 4 - dU$<br>(1,803 < dW < 2,197)         | Tidak ada gejala autokorelai |

Nilai dW untuk model regresi sebesar 1,908 atau berada dalam interval  $1,803 < dW < 2,242$ . Hasil ini menunjukkan bahwa tidak ada gejala autokorelasi dalam model regresi.

#### 4.5.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Akibat dari adanya heteroskedastisitas pada hasil regresi, adalah varians tidak lagi minimum, pengujian dari koefisien regresi menjadi kurang kuat, koefisien penaksir menjadi bias dan kesimpulan yang diambil menjadi salah. Cara mendeteksi ada / tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi dengan uji Glejser. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Variabel                | t      | sig   | Keterangan                   |
|-------------------------|--------|-------|------------------------------|
| Persepsi kemudahan (X1) | -0,133 | 0,895 | Tidak ada heterokedastisitas |
| Persepsi manfaat (X2)   | -0,989 | 0,325 | Tidak ada heterokedastisitas |
| Persepsi risiko (X3)    | -1,688 | 0,095 | Tidak ada heterokedastisitas |
| Kepercayaan (X4)        | 1,178  | 0,242 | Tidak ada heterokedastisitas |
| Persepsi keamanan (X5)  | -1,270 | 0,207 | Tidak ada heterokedastisitas |
| Promosi (X6)            | 0,701  | 0,485 | Tidak ada heterokedastisitas |

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas, nilai sig. pada variabel persepsi kemudahan, modal minimum, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan dan promosi lebih besar dari 0,05 sehingga tidak ada gejala heteroskedastisitas. Hasil ini menunjukkan tidak terdapat gejala heterokedastiasitas dalam model regresi.

#### **4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis data yang digunakan untuk uji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Adapun hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

| Variabel                             | b      | t      | sig   |
|--------------------------------------|--------|--------|-------|
| Konstan                              | 0,638  | 1,316  | 0,191 |
| Persepsi kemudahan (X <sub>1</sub> ) | 0,214  | 3,109  | 0,002 |
| Persepsi manfaat (X <sub>2</sub> )   | 0,177  | 2,158  | 0,034 |
| Persepsi risiko (X <sub>3</sub> )    | -0,183 | -2,497 | 0,014 |
| Kepercayaan (X <sub>4</sub> )        | 0,173  | 2,412  | 0,018 |
| Persepsi keamanan (X <sub>5</sub> )  | 0,173  | 2,302  | 0,024 |
| Promosi (X <sub>6</sub> )            | 0,216  | 2,719  | 0,008 |

#### 4.6.1 Persamaan regresi dan hasil uji t

Persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut ini:

$$Y = 0,638 + 0,214X_1 + 0,177X_2 - 0,183X_3 + 0,173X_4 + 0,173X_5 + 0,216X_6$$

Interpretasi persamaan hasil regresi linier berganda dan hasil uji t pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan dan promosi terhadap minat penggunaan GoPay dapat diuraikan berikut ini.

1. Besarnya nilai konstanta apabila tidak ada pengaruh variabel independent (persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan dan promosi) atau nol maka besarnya minat penggunaan GoPay sebesar 0,638.
2. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sebesar 0,214 artinya apabila persepsi kemudahan mengalami kenaikan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay akan naik 0,214, jika persepsi kemudahan mengalami penurunan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay juga akan turun 0,214.

Adapun hipotesis untuk pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan GoPay adalah sebagai berikut:

$H_1$ : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi

Dasar pengambilan keputusan hipotesis ini adalah:

Nilai signifikansi pada  $t$  hitung  $\geq 0,05$  maka  $H_1$  ditolak

Nilai signifikansi pada  $t$  hitung  $< 0,05$  maka  $H_1$  diterima

Kesimpulan hipotesis:

Nilai signifikansi  $(0,002) < 0,05$  maka hipotesis 1 diterima artinya persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi.

3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi manfaat sebesar 0,177 artinya apabila persepsi manfaat mengalami kenaikan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay akan naik 0,177, jika persepsi manfaat mengalami penurunan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay juga akan turun 0,177. Adapun hipotesis untuk pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan GoPay adalah sebagai berikut:

$H_2$ : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi

Dasar pengambilan keputusan hipotesis ini adalah:

Nilai signifikansi pada  $t$  hitung  $\geq 0,05$  maka  $H_2$  ditolak

Nilai signifikansi pada  $t$  hitung  $< 0,05$  maka  $H_2$  diterima

Kesimpulan hipotesis:

Nilai signifikansi  $(0,034) < 0,05$  maka hipotesis 2 diterima artinya persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi.

4. Nilai koefisien regresi variabel persepsi risiko sebesar  $-0,183$  artinya apabila persepsi risiko mengalami kenaikan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay justru turun  $0,183$ , jika persepsi risiko mengalami penurunan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay justru akan naik  $0,183$ . Adapun hipotesis untuk pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan GoPay adalah sebagai berikut:

$H_3$ : Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi

Dasar pengambilan keputusan hipotesis ini adalah:

Nilai signifikansi pada  $t$  hitung  $\geq 0,05$  maka  $H_3$  ditolak

Nilai signifikansi pada  $t$  hitung  $< 0,05$  maka  $H_3$  diterima

Kesimpulan hipotesis:

Nilai signifikansi  $(0,034) < 0,05$  maka hipotesis 3 diterima artinya persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi.

5. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 0,173 artinya apabila kepercayaan mengalami kenaikan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay akan naik 0,173, jika persepsi risiko mengalami penurunan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay juga akan turun 0,173. Adapun hipotesis untuk pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan GoPay adalah sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi

Dasar pengambilan keputusan hipotesis ini adalah:

Nilai signifikansi pada  $t \text{ hitung} \geq 0,05$  maka H<sub>4</sub> ditolak

Nilai signifikansi pada  $t \text{ hitung} < 0,05$  maka H<sub>4</sub> diterima

Kesimpulan hipotesis:

Nilai signifikansi (0,018) < 0,05 maka hipotesis 4 diterima artinya kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi.

6. Nilai koefisien regresi variabel persepsi keamanan sebesar 0,173 artinya apabila persepsi keamanan mengalami kenaikan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay akan naik 0,173, jika persepsi keamanan mengalami penurunan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay juga akan turun 0,173. Adapun hipotesis untuk pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan GoPay adalah sebagai berikut:

H<sub>5</sub>: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi

Dasar pengambilan keputusan hipotesis ini adalah:

Nilai signifikansi pada  $t \text{ hitung} \geq 0,05$  maka H<sub>5</sub> ditolak

Nilai signifikansi pada  $t \text{ hitung} < 0,05$  maka H<sub>5</sub> diterima

Kesimpulan hipotesis:

Nilai signifikansi (0,024) < 0,05 maka hipotesis 5 diterima artinya persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi.

7. Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,216 artinya apabila kepercayaan mengalami kenaikan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay akan naik 0,216, jika promosi mengalami penurunan 1 satuan maka minat penggunaan GoPay juga akan turun 0,216. Adapun hipotesis untuk pengaruh promosi terhadap minat penggunaan GoPay adalah sebagai berikut:

H<sub>6</sub>: Promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi

Dasar pengambilan keputusan hipotesis ini adalah:

Nilai signifikansi pada  $t \text{ hitung} \geq 0,05$  maka H<sub>6</sub> ditolak

Nilai signifikansi pada  $t \text{ hitung} < 0,05$  maka H<sub>6</sub> diterima

Kesimpulan hipotesis:

Nilai signifikansi ( $0,008$ )  $< 0,05$  maka hipotesis 6 diterima artinya promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi.

#### 4.6.2 Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan dan promosi secara bersama-sama (simultan) terhadap minat penggunaan GoPay.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji F**

| Model | F      | Sig.  |
|-------|--------|-------|
| 1     | 21,316 | 0,000 |

Hasil analisis data pada Tabel 4.16 diperoleh nilai  $F_{hitung} = 21,316$  dengan signifikansi 0,000 berarti p value Sig.  $< 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan dan promosi secara simultan terhadap minat investasi.

#### 4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

| Model | R | R square |
|-------|---|----------|
|-------|---|----------|

|   |       |       |
|---|-------|-------|
| 1 | 0,761 | 0,579 |
|---|-------|-------|

Hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 4.17 diperoleh nilai  $R = 0,761$  dan koefisien determinan ( $R^2$ ) = 0,579. Pengaruh variabel bebas yang terdiri dari persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan dan promosi secara bersama-sama terhadap variabel terikat minat penggunaan GoPay sebesar 57,9% sedangkan 42,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel keenam variabel independent tersebut.

#### **4.7 Pembahasan**

##### **1. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan GoPay**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi ( $B = 0,214$  dan  $\text{sig.} = 0,002$ ). Apabila persepsi kemudahan mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika persepsi kemudahan mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun. Persepsi kemudahan didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Berdasarkan dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seseorang mengenai penggunaan sistem informasi yang akan digunakan. Jadi, semakin tinggi persepsi individu mengenai suatu teknologi informasi yang membebaskannya dari usaha, maka akan semakin tinggi sikap individu untuk menerima penggunaan GoPay.

Persepsi kemudahan juga diyakini memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukan sikap seorang individu dalam menerima sebuah teknologi informasi. Penolakan terhadap teknologi disebabkan perangkat teknologi yang dianggap rumit sehingga sukar untuk diaplikasikan. Sikap positif seseorang untuk menerima kehadiran GoPay karena dilandasi oleh keyakinan bahwa GoPay dapat membantu pekerjaannya atau bermanfaat sehingga timbul rasa suka. Ketidaksukaan seseorang dapat disebabkan oleh kesukaran dalam menggunakan GoPay namun apabila pengguna mempersepsikan secara baik kemudahan penggunaan GoPay akan berupaya mempelajari teknologi tersebut sehingga berdampak pada kepercayaan individu bahwa teknologi tersebut bermanfaat. Semakin mudah sebuah teknologi digunakan, semakin berguna teknologi tersebut.

## 2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan GoPay

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi ( $B = 0,177$  dan  $\text{sig.} = 0,034$ ). Apabila persepsi manfaat mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika persepsi manfaat mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun. Persepsi kebermanfaatan dapat diartikan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat memberikan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, misalnya penyelesaian tugas

yang lebih cepat dengan hasil yang memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakannya produk atau teknologi tersebut. Persepsi kebermanfaatan adalah satu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Manfaat dari penggunaan GoPay dapat meningkatkan produktivitas, kinerja, tugas, efektivitas, dan prestasi kerja seseorang yang menggunakannya.

### 3. Pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan GoPay

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi ( $B = -0,183$  dan  $\text{sig.} = 0,014$ ). Apabila persepsi risiko mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan menurun, namun jika persepsi risiko mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat.

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menjalankan suatu aktivitas tertentu. Ciri dari persepsi risiko yaitu dapat berupa kerugian tertentu, ada risiko tertentu, maupun ide-ide yang berisiko. Hal ini menunjukkan bahwa niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dapat meningkat apabila seseorang memperoleh informasi yang lengkap mengenai teknologi tersebut, produk yang sudah diketahui oleh konsumen, dan keyakinan pengguna yang tinggi dalam menilai teknologi tersebut.

### 4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan GoPay

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi ( $B = 0,173$  dan  $\text{sig.} = 0,018$ ). Apabila kepercayaan mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika kepercayaan mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun.

Kepercayaan adalah hal yang krusial dalam masalah pada transaksi online. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja seseorang dalam suatu kegiatan. Pengguna teknologi harus percaya bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan ekspektasi pengguna dan seluruh data transaksi pengguna tidak boleh di sebar luaskan kepada pihak yang tidak berwenang. Kepercayaan digambarkan sebagai situasi dimana seseorang yang percaya dalam integritas partnernya dan percaya bahwa partnernya dapat diandalkan.

#### 5. Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan GoPay

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi ( $B = 0,173$  dan  $\text{sig.} = 0,024$ ). Apabila persepsi keamanan mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika persepsi keamanan mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun.

Keamanan merupakan sebuah perlindungan dari ancaman yang dapat menciptakan kondisi, keadaan, atau kejadian yang menimbulkan penyalahgunaan data, penipuan, modifikasi data. Keamanan dalam suatu teknologi dengan terjaminnya privasi informasi dan pemahaman teknologi. Keamanan informasi dapat diidentifikasi sebagai perlindungan informasi yang dapat meminimalisir resiko dari berbagai ancaman. Keamanan dapat terwujud dengan adanya pemahaman pengguna terkait teknologi, menerapkan prosedur yang sesuai dengan kebijakan serta berfungsi untuk memberikan keamanan dari pengguna.

#### 6. Pengaruh promosi terhadap minat penggunaan GoPay

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi ( $B = 0,216$  dan  $\text{sig.} = 0,008$ ). Apabila promosi mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika promosi mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun.

Pemasaran tanpa memilih strategi promosi akan memberikan dampak buruk terhadap produknya, begitu juga jika kegiatan promosi tidak dilaksanakan maka pelanggan tidak tahu keberadaan produk tersebut. Promosi dibuat untuk membuat konsumen melihat, memilih, memakai produk tersebut. Promosi yang dilakukan GoPay dengan memberikan pesan promosi, cashback, potongan harga, voucher, dan promosi pengisian top up saldo tanpa biaya administrasi sepeser pun. Selain itu, dengan memperluas promosi ke media sosial juga menambah

jangkauan konsumen lebih luas karena media social merupakan salah satu cara terbaik yang lebih efektif, efisien, serta murah jika dibandingkan dengan media konvensional.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, persepsi keamanan dan promosi terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi dengan sampel 100 pengguna GoPay sebagai alat transaksi. Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi. Apabila persepsi kemudahan mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika persepsi kemudahan mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun
2. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi. Apabila persepsi manfaat mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika persepsi manfaat mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun
3. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi. Apabila persepsi risiko mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan menurun, namun jika persepsi risiko mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat.

4. Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi. Apabila kepercayaan mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika kepercayaan mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun.
5. Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi. Apabila persepsi keamanan mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika persepsi keamanan mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun.
6. Promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan GoPay sebagai alat transaksi. Apabila promosi mengalami peningkatan maka minat penggunaan GoPay akan meningkat, namun jika promosi mengalami penurunan maka minat penggunaan GoPay akan menurun.

## **5.2 . Saran-saran**

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya dan dari penarikan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak GoPay hendaknya mengurangi faktor-faktor resiko agar masyarakat semakin tertarik menggunakan GoPay. Perbaiki sistem secara cepat dan meminimalisir gangguan layanan agar pelanggan semakin merasa aman ketika menggunakan gopay. Gopay juga hendaknya menjaga dan

mempertahankan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Gopay. Mendengarkan keluhan dan saran dari masyarakat kemudian meresponnya dengan cepat supaya masyarakat tetap percaya menggunakan Gopay.

2. Bagi pihak GoPay, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi bagi masyarakat dalam mempertimbangkan langkah kebijakan perbaikan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran dan untuk mempertahankan pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar penelitian dikembangkan dengan menambahkan variabel lain agar memberikan hasil yang lebih akurat serta analisis yang lebih mendalam (*in-depth*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Adityo. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus.
- Anam, Khoirul. 2022. “Riset InsightAsia: e-Wallet GoPay Paling Banyak Digunakan” CNBC Indonesia
- Arief Wibowo. 2006, Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), Universitas Budi Luhur, Jakarta
- Bhatti, T. 2007. Exploring Factors Influencing the Adoption of Mobile Commerce. Journal of Internet Banking and Commerce, Vol.12, No.3 .
- Davis, Fred D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived ease of use of Information Technology. Management Information System Quarterly.
- Flavia'n, C. & M. Guinali'u. 2006. Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site. Industrial Management & Data Systems. 106 (5).601-620.
- Fraenkel, Jack. R., and Norman E. Wallen. (2016). How to Design and Evaluate Research in Education. 8th Edition. Boston: McGraw-Hill Higher Education
- Hendro, Dasar-dasar Kewirusahaan Jakarta: Erlangga, 2011, 393.
- <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221129173430-37-392232/riset-insightasia-e-wallet-gopay-paling-banyak-digunakan>
- Jumaili, S, 2005. Kepercayaan terhadap Teknologi Sistem Informasi Baru dalam Evaluasi Kinerja Individual. SNA VIII solo, 722-735
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. 2008. A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. Decision Support Systems, 44 , 544-564
- Kotler Philip, & Armstring Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga, Jilid 1
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. 2020. Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Niat Penggunaan Gopay

- Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Nuraeni, E. and Bambang Soemantri, 2020, Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan EWallet OVO di Masa Pandemi, *Winter Jurnal*, 1(2), 1–10.
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. 2017. Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intention to Buy Online patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26–31.
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. 2017. Pengaruh Kemudahan terhadap kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36–43.
- Rodiah, S. and Inaya Sari Melati, 2020, Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Semarang, Indonesia Abstrak, 1(2), 66–80.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L, 2010. *Consumer behavior* (10th ed.) USA: Prentice Hall International, Inc
- Schmitt, B. (2010). Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. *Foundations and Trends in Marketing*, 5(2), 55–112. <https://doi.org/10.1561/17000000027>
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung :Refika Aditama
- Suryadharma, dan Budyastuti, T. 2019. *Sistem Informasi Manajemen*. Uwais Inspirasi Indonesia. Jawa Timur.
- Thompson, A. 2007. In fantasy land, sports judges hear imaginary cases. *The Wall Street Journal*, p.A1.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G. B., & Davis, F. D. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. 2012. Consumer acceptance and use Of information: extending the unified theory of acceptance and use of technology MIS Quarterly 36 (1), 157-178.
- Venkatesh, Viswanath & Davis, Fred D. 2000. A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. Management Science 46 (2): 186-204.
- Yogananda, A., & Dirgantara, I. 2017. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang elektronik. Diponegoro Journal Of Management Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-7.

## **LAMPIRAN**

### **Lampiran 1 Kuesioner Penelitian**

#### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN GOPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI**

Assalamualaikum Wr.Wb.

Saudara/i yang terhormat, perkenalkan nama saya Pradana Reza Albahar. Pada saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyusun tugas akhir (skripsi) Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia mengenai “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan GoPay Sebagai Alat Transaksi”

Adapun Kriteria responden dalam penelitian ini:

1. Pengguna layanan GoPay di Yogyakarta
2. Pernah melakukan transaksi menggunakan GoPay

Dengan ini, saya memohon bantuanya kepada Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner ini. Data dan informasi saudara/i sangat dibutuhkan untuk keberhasilan penelitian ini. Jawaban dan identitas yang responden berikan akan terjamin kerahasiaanya. Atas kesediaan dan kerjasamanya yang responden berikan, saya ucapkan terimakasih,

#### **A. Identitas Data Resoinden**

1. Nama Responden:
2. Jenis kelamin: Laki-laki/Perempuan
3. Usia:
4. Domisili:
  - a. Kota Yogyakarta
  - b. Kabupaten Bantul
  - c. Kabupaten Sleman
  - d. Kabupaten Kulon Progo
  - e. Kabupaten Gunung Kidul
5. Status:
  - a. Kerja
  - b. Mahasiswa
  - c. Pelajar
6. Berapakah pemasukan anda dalam satu bulan?
  - a. < Rp. 1.000.000
  - b. Rp. 1.000.000 - 2.000.000
  - c. Rp. 2.000.000 – 3.000.000
  - d. > Rp. 3.000.000
7. Apakah anda pernah/sedang menggunakan gopay?
  - a. Ya
  - b. Tidak
8. Sudah berapa lama anda menggunakan GoPay
  - a. < 6 bulan
  - b. 6 bulan – 1 tahun
  - c. 1 tahun – 2 tahun
  - d. > 2 tahun
9. Seberapa sering anda menggunakan aplikasi GoPay dalam sebulan?
  - a. 1-3kali

- b. 4-6 kali
- c. 7-9 kali
- d. >10

## B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pernyataan-pernyataan berikut merupakan item-item mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan transaksi non cash pada aplikasi dompet elektronik (e-wallet). Untuk itu mohon saudara/i memberikan tick mark (✓) pada kolom jawaban yang disediakan sesuai dengan pengalaman dan setelah saudara/i menggunakan layanan transaksi melalui aplikasi GoPay. Adapun keterangan pada kolom jawaban yang disediakan adalah sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

## C. Pertanyaan

### 1. Persepsi Kemudahan

| No. | Pertanyaan                                                           | SS | S | TS | STS |
|-----|----------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|
| 1.  | Aplikasi GoPay sangat mudah dipahami dan digunakan                   |    |   |    |     |
| 2.  | Aplikasi GoPay sangat memudahkan saya dalam kegiatan bertansaksi     |    |   |    |     |
| 3.  | Saya dapat dengan mudah memahami fitur yang ada dalam aplikasi GoPay |    |   |    |     |
| 4.  | Saya tidak merasa kesulitan saat menggunakan aplikasi GoPay          |    |   |    |     |
| 5.  | Secara keseluruhan, saya merasa aplikasi GoPay mudah digunakan       |    |   |    |     |

## 2. Persepsi Manfaat

| No. | Pertanyaan                                                                             | SS | S | TS | STS |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|
| 1.  | Aplikasi GoPay mampu meningkatkan efektivitas pembayaran pada saat melakukan transaksi |    |   |    |     |
| 2.  | Saya merasa penggunaan aplikasi GoPay dapat mempercepat proses transaksi saya          |    |   |    |     |
| 3.  | Saya dapat melakukan beragam transaksi melalui aplikasi GoPay                          |    |   |    |     |
| 4.  | Saya merasa penggunaan GoPay dapat menghemat waktu dan tenaga saya                     |    |   |    |     |
| 5.  | Secara keseluruhan, saya merasa aplikasi GoPay memberikan manfaat bagi saya            |    |   |    |     |

## 3. Persepsi Risiko

| No. | Pertanyaan                                                                                            | SS | S | TS | STS |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|-----|
| 1.  | Saya merasa bahwa aplikasi GoPay memiliki risiko tertentu                                             |    |   |    |     |
| 2.  | Saya merasa khawatir mengalami kerugian saat menggunakan aplikasi GoPay                               |    |   |    |     |
| 3.  | Saya merasa khawatir jika aplikasi GoPay yang sedang saya gunakan tidak dapat difungsikan dengan baik |    |   |    |     |
| 4.  | Saya merasa khawatir akan terjadinya                                                                  |    |   |    |     |

|           |                                                                                   |  |  |  |  |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|           | kegagalan transaksi saat saya menggunakan aplikasi GoPay                          |  |  |  |  |
| <b>5.</b> | Saya merasa bahwa aplikasi GoPay menimbulkan risiko yang tinggi bagi penggunaanya |  |  |  |  |

#### **4. Kepercayaan Konsumen**

| <b>No.</b> | <b>Pertanyaan</b>                                                                                                        | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|------------|
| <b>1.</b>  | Saya akan menggunakan aplikasi GoPay sebagai alat pembayaran digital dalam jangka panjang                                |           |          |           |            |
| <b>2.</b>  | Saya percaya GoPay memberikan perlindungan terhadap saldo yang dimiliki oleh penggunaanya                                |           |          |           |            |
| <b>3.</b>  | Saya merasa aman dan percaya dalam melakukan transaksi di aplikasi GoPay                                                 |           |          |           |            |
| <b>4.</b>  | Saya percaya pihak Gopay cepat dalam menangani masalah-masalah keamanan jika terjadi masalah kemanan dan gangguan server |           |          |           |            |
| <b>5.</b>  | Secara keseluruhan, saya merasa percaya terhadap aplikasi GoPay sebagai aplikasi keuangan digital yang aman              |           |          |           |            |

#### **5. Persepsi Keamanan**

| <b>No.</b> | <b>Pertanyaan</b>                                                           | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|------------|
| <b>1.</b>  | GoPay memberikan informasi yang jelas tentang langkah-langkah keamanan yang |           |          |           |            |

|           |                                                                                                            |  |  |  |  |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|           | diterapkan untuk melindungi penggunanya                                                                    |  |  |  |  |
| <b>2.</b> | Saya merasa aman karena GoPay menawarkan fitur otentikasi tambahan, seperti PIN atau verifikasi dua faktor |  |  |  |  |
| <b>3.</b> | Saya percaya bahwa data transaksi saya dienkripsi dan dilindungi dengan baik oleh GoPay                    |  |  |  |  |
| <b>4.</b> | Saya percaya bahwa GoPay memiliki sistem keamanan yang efektif untuk melindungi data pribadi saya          |  |  |  |  |
| <b>5.</b> | Saya merasa bahwa aplikasi GoPay memiliki sistem keamanan yang baik                                        |  |  |  |  |

## 6. Pengaruh Promosi

| <b>No.</b> | <b>Pertanyaan</b>                                                                                                                          | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|------------|
| <b>1.</b>  | Promosi yang ditawarkan oleh aplikasi GoPay mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan aplikasi ini                                     |           |          |           |            |
| <b>2.</b>  | Saya cenderung menggunakan aplikasi GoPay lebih sering ketika ada penawaran atau diskon khusus                                             |           |          |           |            |
| <b>3.</b>  | Promosi yang disediakan oleh aplikasi GoPay, seperti cashback atau voucher, meningkatkan minat saya untuk melakukan transaksi lebih banyak |           |          |           |            |
| <b>4.</b>  | Saya merasa promosi yang aplikasi GoPay berikan, dapat memberikan nilai tambah yang                                                        |           |          |           |            |

|           |                                                                                          |  |  |  |  |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
|           | signifikan dalam penggunaan aplikasi GoPay                                               |  |  |  |  |
| <b>5.</b> | Saya merasa terinspirasi untuk mencoba aplikasi GoPay karena adanya promosi yang menarik |  |  |  |  |

### **7. Minat Penggunaan GoPay**

| <b>No.</b> | <b>Pertanyaan</b>                                                                                        | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|------------|
| <b>1.</b>  | Saya tertarik untuk menggunakan aplikasi GoPay                                                           |           |          |           |            |
| <b>2.</b>  | GoPay mempermudah saya dalam melakukan transaksi sehari-hari                                             |           |          |           |            |
| <b>3.</b>  | Saya merasa fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi GoPay cukup lengkap untuk kebutuhan transaksi saya |           |          |           |            |
| <b>4.</b>  | Saya merasa puas dengan dengan pelayanan pelanggan yang diberikan oleh GoPay                             |           |          |           |            |
| <b>5.</b>  | Saya akan merekomendasikan penggunaan GoPay kepada Orang lain                                            |           |          |           |            |

## **LAMPIRAN 2**

### **Data Penelitian**

| Res<br>P | Persepsi Kemudahan (X1)-- |          |          |          |          |          |         |
|----------|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
|          | X1.<br>1                  | X1.<br>2 | X1.<br>3 | X1.<br>4 | X1.<br>5 | X1r<br>t | X1<br>j |
| 1        | 4                         | 3        | 3        | 4        | 3        | 3,40     | 17      |
| 2        | 2                         | 3        | 3        | 2        | 2        | 2,40     | 12      |
| 3        | 4                         | 4        | 4        | 3        | 3        | 3,60     | 18      |
| 4        | 3                         | 4        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |
| 5        | 4                         | 5        | 5        | 4        | 4        | 4,40     | 22      |
| 6        | 3                         | 2        | 3        | 3        | 3        | 2,80     | 14      |
| 7        | 3                         | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,60     | 18      |
| 8        | 4                         | 3        | 3        | 3        | 4        | 3,40     | 17      |
| 9        | 3                         | 3        | 4        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 10       | 4                         | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,80     | 19      |
| 11       | 4                         | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,00     | 20      |
| 12       | 3                         | 3        | 3        | 2        | 3        | 2,80     | 14      |
| 13       | 3                         | 4        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |
| 14       | 2                         | 2        | 2        | 1        | 2        | 1,80     | 9       |
| 15       | 3                         | 3        | 4        | 4        | 3        | 3,40     | 17      |
| 16       | 3                         | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 17       | 3                         | 2        | 3        | 2        | 3        | 2,60     | 13      |
| 18       | 3                         | 3        | 3        | 3        | 2        | 2,80     | 14      |
| 19       | 4                         | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 20       | 4                         | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,00     | 20      |
| 21       | 3                         | 2        | 3        | 3        | 3        | 2,80     | 14      |
| 22       | 3                         | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 23       | 4                         | 3        | 3        | 3        | 4        | 3,40     | 17      |
| 24       | 4                         | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,00     | 20      |
| 25       | 5                         | 4        | 4        | 3        | 5        | 4,20     | 21      |
| 26       | 3                         | 4        | 3        | 3        | 4        | 3,40     | 17      |
| 27       | 3                         | 2        | 2        | 3        | 2        | 2,40     | 12      |
| 28       | 4                         | 4        | 4        | 5        | 4        | 4,20     | 21      |
| 29       | 5                         | 5        | 4        | 4        | 5        | 4,60     | 23      |
| 30       | 4                         | 3        | 3        | 3        | 4        | 3,40     | 17      |
| 31       | 5                         | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,20     | 21      |
| 32       | 3                         | 4        | 4        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 33       | 2                         | 2        | 2        | 2        | 2        | 2,00     | 10      |
| 34       | 3                         | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,60     | 18      |
| 35       | 3                         | 3        | 3        | 4        | 3        | 3,20     | 16      |
| 36       | 3                         | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 37       | 3                         | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 38       | 4                         | 3        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |

|    |   |   |   |   |   |      |    |
|----|---|---|---|---|---|------|----|
| 39 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 40 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 41 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 43 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4,40 | 22 |
| 44 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 50 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 51 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2,20 | 11 |
| 52 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 53 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 54 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4,00 | 20 |
| 55 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 56 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 59 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4,40 | 22 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4,20 | 21 |
| 61 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 64 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 68 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 71 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 72 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 73 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 75 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2,60 | 13 |
| 76 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2,40 | 12 |
| 77 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 78 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 79 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |

|     |   |   |   |   |   |      |    |
|-----|---|---|---|---|---|------|----|
| 80  | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 81  | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 82  | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 83  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 84  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 85  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 86  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 87  | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2,60 | 13 |
| 88  | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4,00 | 20 |
| 89  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 90  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 91  | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 92  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 93  | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 94  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 95  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 96  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 97  | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 98  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 99  | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2,20 | 11 |
| 100 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |

| Res<br>P | Persepsi Manfaat (X2) |          |          |          |          |          |         |
|----------|-----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
|          | X2.<br>1              | X2.<br>2 | X2.<br>3 | X2.<br>4 | X2.<br>5 | X2r<br>t | X2<br>j |
| 1        | 4                     | 3        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |
| 2        | 3                     | 3        | 3        | 4        | 4        | 3,40     | 17      |
| 3        | 3                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 4        | 3                     | 2        | 2        | 2        | 2        | 2,20     | 11      |
| 5        | 3                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 6        | 3                     | 3        | 4        | 4        | 4        | 3,60     | 18      |
| 7        | 3                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 8        | 3                     | 3        | 3        | 3        | 4        | 3,20     | 16      |
| 9        | 3                     | 4        | 3        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 10       | 3                     | 2        | 2        | 3        | 3        | 2,60     | 13      |
| 11       | 4                     | 4        | 4        | 3        | 4        | 3,80     | 19      |
| 12       | 4                     | 4        | 3        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 13       | 3                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 14       | 2                     | 2        | 2        | 2        | 2        | 2,00     | 10      |

|    |   |   |   |   |   |      |    |
|----|---|---|---|---|---|------|----|
| 15 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 18 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 20 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 21 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,40 | 12 |
| 22 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 23 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4,20 | 21 |
| 26 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 27 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2,60 | 13 |
| 28 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 30 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 31 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 33 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 34 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 35 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 36 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 38 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 39 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 43 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 44 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 45 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4,40 | 22 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 47 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4,40 | 22 |
| 48 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4,20 | 21 |
| 49 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 50 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 51 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2,60 | 13 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 53 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |

|    |   |   |   |   |   |      |    |
|----|---|---|---|---|---|------|----|
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 60 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 61 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 63 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 65 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 66 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 67 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2,80 | 14 |
| 69 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 72 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 74 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2,80 | 14 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 76 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,20 | 16 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 78 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 79 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 80 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 81 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 82 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 83 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 85 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 87 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 88 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 89 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 90 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 91 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 92 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 93 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 94 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,20 | 16 |
| 95 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 96 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |

|     |   |   |   |   |   |      |    |
|-----|---|---|---|---|---|------|----|
| 97  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 98  | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4,60 | 23 |
| 99  | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2,40 | 12 |
| 100 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2,40 | 12 |

| Res<br>p | Persepsi Resiko (X3) |          |          |          |          |          |         |
|----------|----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
|          | X3.<br>1             | X3.<br>2 | X3.<br>3 | X3.<br>4 | X3.<br>5 | X3r<br>t | X3<br>j |
| 1        | 3                    | 4        | 3        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 2        | 3                    | 4        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |
| 3        | 4                    | 4        | 3        | 3        | 4        | 3,60     | 18      |
| 4        | 3                    | 3        | 3        | 4        | 3        | 3,20     | 16      |
| 5        | 4                    | 4        | 3        | 3        | 4        | 3,60     | 18      |
| 6        | 3                    | 3        | 2        | 2        | 3        | 2,60     | 13      |
| 7        | 4                    | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 8        | 3                    | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 9        | 3                    | 2        | 2        | 3        | 3        | 2,60     | 13      |
| 10       | 3                    | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,60     | 18      |
| 11       | 1                    | 2        | 2        | 2        | 2        | 1,80     | 9       |
| 12       | 3                    | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,60     | 18      |
| 13       | 3                    | 3        | 3        | 3        | 4        | 3,20     | 16      |
| 14       | 4                    | 3        | 3        | 3        | 4        | 3,40     | 17      |
| 15       | 3                    | 4        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |
| 16       | 3                    | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 17       | 4                    | 4        | 3        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 18       | 4                    | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,00     | 20      |
| 19       | 3                    | 3        | 2        | 2        | 3        | 2,60     | 13      |
| 20       | 2                    | 3        | 3        | 2        | 2        | 2,40     | 12      |
| 21       | 4                    | 4        | 3        | 3        | 4        | 3,60     | 18      |
| 22       | 5                    | 4        | 5        | 4        | 4        | 4,40     | 22      |
| 23       | 2                    | 2        | 2        | 2        | 2        | 2,00     | 10      |
| 24       | 4                    | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 25       | 3                    | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 26       | 5                    | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,20     | 21      |
| 27       | 3                    | 4        | 3        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 28       | 3                    | 2        | 3        | 3        | 3        | 2,80     | 14      |
| 29       | 3                    | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |

|    |   |   |   |   |   |      |    |
|----|---|---|---|---|---|------|----|
| 30 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 32 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,20 | 11 |
| 33 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 34 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2,40 | 12 |
| 35 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 38 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 39 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4,20 | 21 |
| 40 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 41 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2,80 | 14 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 45 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 46 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 47 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 48 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2,20 | 11 |
| 49 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 50 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 52 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 53 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 56 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 58 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 61 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2,80 | 14 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2,60 | 13 |
| 65 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4,60 | 23 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 68 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 69 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |

|     |   |   |   |   |   |      |    |
|-----|---|---|---|---|---|------|----|
| 71  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 72  | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 73  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 74  | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 75  | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 76  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 77  | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,20 | 16 |
| 78  | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 79  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 80  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 81  | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3,20 | 16 |
| 82  | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 83  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 84  | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2,60 | 13 |
| 85  | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2,40 | 12 |
| 86  | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 87  | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 88  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 89  | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 90  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 91  | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 92  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 93  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 94  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 95  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 96  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 97  | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 98  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 99  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 100 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |

| Res<br>P | Kepercayaan (X4) |          |          |          |          |          |         |
|----------|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
|          | X4.<br>1         | X4.<br>2 | X4.<br>3 | X4.<br>4 | X4.<br>5 | X4r<br>t | X4<br>j |
| 1        | 4                | 4        | 4        | 3        | 3        | 3,60     | 18      |
| 2        | 2                | 1        | 1        | 2        | 2        | 1,60     | 8       |

|    |   |   |   |   |   |      |    |
|----|---|---|---|---|---|------|----|
| 3  | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,20 | 11 |
| 4  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 5  | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2,40 | 12 |
| 6  | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 7  | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 8  | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 9  | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 10 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2,80 | 14 |
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 13 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4,20 | 21 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2,60 | 13 |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,00 | 10 |
| 16 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,20 | 16 |
| 19 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 20 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 21 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 22 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 23 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 24 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2,40 | 12 |
| 25 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 26 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 27 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 30 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4,20 | 21 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 32 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 34 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,40 | 12 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 36 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 38 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 39 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2,60 | 13 |
| 40 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 41 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2,40 | 12 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |

|    |   |   |   |   |   |      |    |
|----|---|---|---|---|---|------|----|
| 44 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2,60 | 13 |
| 45 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 47 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4,40 | 22 |
| 48 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4,60 | 23 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 53 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 54 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2,80 | 14 |
| 56 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 57 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2,60 | 13 |
| 59 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4,40 | 22 |
| 60 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3,00 | 15 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 63 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 64 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 65 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 67 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 70 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1,80 | 9  |
| 71 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 74 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 75 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 76 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,20 | 11 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,80 | 19 |
| 78 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 79 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 80 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 81 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 82 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,40 | 12 |
| 83 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 84 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4,20 | 21 |

|     |   |   |   |   |   |      |    |
|-----|---|---|---|---|---|------|----|
| 85  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 86  | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2,80 | 14 |
| 87  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 88  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 89  | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 90  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 91  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 92  | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 93  | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2,80 | 14 |
| 94  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 95  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 96  | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 97  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 98  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 99  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 100 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |

| Res<br>P | Persepsi Keamanan (X5) |          |          |          |          |          |         |
|----------|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
|          | X5.<br>1               | X5.<br>2 | X5.<br>3 | X5.<br>4 | X5.<br>5 | X5r<br>t | X5<br>j |
| 1        | 3                      | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 2        | 3                      | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 3        | 3                      | 3        | 4        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 4        | 3                      | 4        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |
| 5        | 2                      | 3        | 3        | 3        | 3        | 2,80     | 14      |
| 6        | 4                      | 4        | 5        | 5        | 4        | 4,40     | 22      |
| 7        | 2                      | 2        | 3        | 3        | 3        | 2,60     | 13      |
| 8        | 3                      | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,60     | 18      |
| 9        | 4                      | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,00     | 20      |
| 10       | 3                      | 4        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |
| 11       | 4                      | 5        | 4        | 5        | 4        | 4,40     | 22      |
| 12       | 3                      | 4        | 4        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 13       | 3                      | 3        | 4        | 4        | 3        | 3,40     | 17      |
| 14       | 2                      | 2        | 2        | 2        | 3        | 2,20     | 11      |
| 15       | 3                      | 2        | 3        | 3        | 3        | 2,80     | 14      |
| 16       | 3                      | 3        | 3        | 3        | 4        | 3,20     | 16      |
| 17       | 4                      | 4        | 4        | 5        | 4        | 4,20     | 21      |
| 18       | 2                      | 2        | 3        | 3        | 3        | 2,60     | 13      |
| 19       | 4                      | 3        | 3        | 3        | 4        | 3,40     | 17      |
| 20       | 3                      | 3        | 4        | 4        | 4        | 3,60     | 18      |
| 21       | 2                      | 2        | 3        | 2        | 3        | 2,40     | 12      |
| 22       | 2                      | 2        | 2        | 2        | 3        | 2,20     | 11      |
| 23       | 3                      | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,60     | 18      |
| 24       | 2                      | 3        | 3        | 3        | 3        | 2,80     | 14      |
| 25       | 4                      | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,00     | 20      |
| 26       | 4                      | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,00     | 20      |
| 27       | 3                      | 3        | 4        | 4        | 4        | 3,60     | 18      |
| 28       | 4                      | 3        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |
| 29       | 4                      | 3        | 3        | 4        | 4        | 3,60     | 18      |
| 30       | 4                      | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,00     | 20      |
| 31       | 3                      | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 32       | 3                      | 4        | 4        | 4        | 4        | 3,80     | 19      |
| 33       | 2                      | 3        | 3        | 3        | 3        | 2,80     | 14      |
| 34       | 3                      | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 35       | 3                      | 3        | 4        | 4        | 4        | 3,60     | 18      |
| 36       | 4                      | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 37       | 2                      | 2        | 1        | 2        | 2        | 1,80     | 9       |

|    |   |   |   |   |   |      |    |
|----|---|---|---|---|---|------|----|
| 38 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 39 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3,00 | 15 |
| 40 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 42 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 43 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4,60 | 23 |
| 44 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 45 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4,20 | 21 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 49 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 50 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 51 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 55 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 56 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,20 | 16 |
| 59 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 60 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 62 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 63 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 64 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 65 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,20 | 16 |
| 67 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 69 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 70 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 71 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 73 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 74 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 75 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 76 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 77 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 78 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |

|     |   |   |   |   |   |      |    |
|-----|---|---|---|---|---|------|----|
| 79  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 80  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 81  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 82  | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 83  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 84  | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 85  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 86  | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 87  | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,40 | 12 |
| 88  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 89  | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 90  | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 91  | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 92  | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 93  | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2,40 | 12 |
| 94  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 95  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4,20 | 21 |
| 96  | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 97  | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 98  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 99  | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 100 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,00 | 10 |

| Res<br>P | Pengaruh Promosi (X6) |          |          |          |          |          |         |
|----------|-----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
|          | X6.<br>1              | X6.<br>2 | X6.<br>3 | X6.<br>4 | X6.<br>5 | X6r<br>t | X6<br>j |
| 1        | 4                     | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,80     | 19      |
| 2        | 4                     | 3        | 3        | 2        | 2        | 2,80     | 14      |
| 3        | 4                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 4        | 4                     | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,80     | 19      |
| 5        | 3                     | 3        | 4        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 6        | 4                     | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,80     | 19      |
| 7        | 4                     | 4        | 3        | 4        | 3        | 3,60     | 18      |
| 8        | 3                     | 4        | 3        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |
| 9        | 3                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 10       | 3                     | 3        | 3        | 2        | 2        | 2,60     | 13      |
| 11       | 4                     | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,80     | 19      |
| 12       | 4                     | 4        | 4        | 3        | 3        | 3,60     | 18      |
| 13       | 3                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 14       | 2                     | 2        | 2        | 2        | 2        | 2,00     | 10      |
| 15       | 4                     | 4        | 4        | 3        | 3        | 3,60     | 18      |
| 16       | 5                     | 4        | 4        | 4        | 4        | 4,20     | 21      |
| 17       | 3                     | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,60     | 18      |
| 18       | 3                     | 3        | 2        | 2        | 2        | 2,40     | 12      |
| 19       | 5                     | 4        | 4        | 3        | 3        | 3,80     | 19      |
| 20       | 3                     | 3        | 3        | 3        | 2        | 2,80     | 14      |
| 21       | 4                     | 4        | 3        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 22       | 4                     | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,80     | 19      |
| 23       | 4                     | 4        | 5        | 4        | 5        | 4,40     | 22      |
| 24       | 4                     | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,80     | 19      |
| 25       | 4                     | 5        | 5        | 4        | 5        | 4,60     | 23      |
| 26       | 4                     | 4        | 5        | 4        | 5        | 4,40     | 22      |
| 27       | 3                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 28       | 4                     | 4        | 3        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 29       | 4                     | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,80     | 19      |
| 30       | 4                     | 4        | 4        | 4        | 3        | 3,80     | 19      |
| 31       | 4                     | 4        | 3        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 32       | 3                     | 4        | 4        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 33       | 3                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 34       | 3                     | 4        | 4        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 35       | 3                     | 3        | 3        | 3        | 3        | 3,00     | 15      |
| 36       | 4                     | 3        | 4        | 3        | 3        | 3,40     | 17      |
| 37       | 3                     | 3        | 4        | 3        | 3        | 3,20     | 16      |

|    |   |   |   |   |   |      |    |
|----|---|---|---|---|---|------|----|
| 38 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 39 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2,40 | 12 |
| 40 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 42 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,20 | 16 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2,60 | 13 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 47 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4,20 | 21 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 49 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 50 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 51 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2,20 | 11 |
| 52 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1,80 | 9  |
| 53 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 59 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,80 | 19 |
| 61 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 62 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 63 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 64 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 65 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4,20 | 21 |
| 67 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 68 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 69 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 71 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2,80 | 14 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2,60 | 13 |
| 73 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 74 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2,40 | 12 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 76 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 78 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |

|     |   |   |   |   |   |      |    |
|-----|---|---|---|---|---|------|----|
| 79  | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 80  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 81  | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2,40 | 12 |
| 82  | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2,80 | 14 |
| 83  | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 84  | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4,00 | 20 |
| 85  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 86  | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2,60 | 13 |
| 87  | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,20 | 16 |
| 88  | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3,60 | 18 |
| 89  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 90  | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,60 | 18 |
| 91  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 92  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 93  | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2,60 | 13 |
| 94  | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 95  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 96  | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 97  | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 98  | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 99  | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,20 | 11 |
| 100 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |

| Res<br>P | Minat menggunakan (Y) |     |     |     |     |      |        |
|----------|-----------------------|-----|-----|-----|-----|------|--------|
|          | Y.1                   | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Yrt  | Y<br>j |
| 1        | 3                     | 4   | 4   | 3   | 4   | 3,60 | 18     |
| 2        | 2                     | 1   | 2   | 2   | 2   | 1,80 | 9      |
| 3        | 3                     | 3   | 3   | 3   | 3   | 3,00 | 15     |
| 4        | 3                     | 3   | 4   | 4   | 4   | 3,60 | 18     |
| 5        | 3                     | 3   | 3   | 4   | 3   | 3,20 | 16     |
| 6        | 3                     | 4   | 3   | 3   | 4   | 3,40 | 17     |
| 7        | 2                     | 2   | 2   | 3   | 3   | 2,40 | 12     |
| 8        | 3                     | 3   | 3   | 4   | 4   | 3,40 | 17     |
| 9        | 3                     | 3   | 4   | 3   | 4   | 3,40 | 17     |
| 10       | 3                     | 3   | 3   | 3   | 3   | 3,00 | 15     |
| 11       | 4                     | 4   | 4   | 4   | 4   | 4,00 | 20     |
| 12       | 2                     | 3   | 3   | 3   | 3   | 2,80 | 14     |
| 13       | 3                     | 4   | 4   | 4   | 4   | 3,80 | 19     |
| 14       | 2                     | 2   | 2   | 2   | 2   | 2,00 | 10     |
| 15       | 2                     | 2   | 3   | 3   | 3   | 2,60 | 13     |
| 16       | 3                     | 3   | 3   | 4   | 4   | 3,40 | 17     |
| 17       | 3                     | 3   | 4   | 3   | 4   | 3,40 | 17     |
| 18       | 2                     | 3   | 3   | 3   | 3   | 2,80 | 14     |
| 19       | 4                     | 5   | 4   | 4   | 4   | 4,20 | 21     |
| 20       | 3                     | 4   | 4   | 3   | 4   | 3,60 | 18     |
| 21       | 2                     | 2   | 2   | 3   | 3   | 2,40 | 12     |
| 22       | 2                     | 3   | 3   | 3   | 3   | 2,80 | 14     |
| 23       | 5                     | 4   | 4   | 5   | 4   | 4,40 | 22     |
| 24       | 3                     | 4   | 3   | 3   | 3   | 3,20 | 16     |
| 25       | 4                     | 4   | 3   | 5   | 4   | 4,00 | 20     |
| 26       | 3                     | 3   | 4   | 3   | 4   | 3,40 | 17     |
| 27       | 3                     | 2   | 3   | 3   | 3   | 2,80 | 14     |
| 28       | 3                     | 3   | 4   | 4   | 4   | 3,60 | 18     |
| 29       | 4                     | 5   | 5   | 5   | 4   | 4,60 | 23     |
| 30       | 3                     | 3   | 4   | 4   | 4   | 3,60 | 18     |
| 31       | 3                     | 3   | 4   | 4   | 4   | 3,60 | 18     |
| 32       | 3                     | 3   | 4   | 3   | 3   | 3,20 | 16     |
| 33       | 2                     | 3   | 2   | 3   | 2   | 2,40 | 12     |
| 34       | 3                     | 3   | 3   | 3   | 3   | 3,00 | 15     |
| 35       | 3                     | 4   | 3   | 3   | 3   | 3,20 | 16     |
| 36       | 2                     | 2   | 3   | 3   | 3   | 2,60 | 13     |
| 37       | 3                     | 3   | 3   | 3   | 3   | 3,00 | 15     |

|    |   |   |   |   |   |      |    |
|----|---|---|---|---|---|------|----|
| 38 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 40 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 41 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 44 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3,40 | 17 |
| 46 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2,40 | 12 |
| 47 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 48 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3,80 | 19 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 50 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 51 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2,20 | 11 |
| 52 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 53 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 54 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 55 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 56 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3,20 | 16 |
| 60 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 61 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 63 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 64 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 65 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 66 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 67 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3,60 | 18 |
| 68 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 69 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,20 | 16 |
| 70 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 71 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,20 | 16 |
| 73 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 74 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 75 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 76 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 77 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3,60 | 18 |
| 78 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |

|     |   |   |   |   |   |      |    |
|-----|---|---|---|---|---|------|----|
| 79  | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4,20 | 21 |
| 80  | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 81  | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 82  | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 83  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 84  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 85  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,00 | 20 |
| 86  | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 87  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 88  | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3,40 | 17 |
| 89  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 90  | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 91  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 92  | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3,00 | 15 |
| 93  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3,00 | 15 |
| 94  | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2,80 | 14 |
| 95  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3,80 | 19 |
| 96  | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 97  | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3,40 | 17 |
| 98  | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3,40 | 17 |
| 99  | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2,60 | 13 |
| 100 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,20 | 11 |

### **Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data Penelitian**

#### **1. Hasil Uji Validitas**

##### **Correlations**

##### **Correlations**

|                 | X1.1   | X1.2   | X1.3   | X1.4   | X1.5   | X1     |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X1.1 Pearson    | 1      | ,538** | ,495** | ,472** | ,538** | ,742** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) |        | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X1.2 Pearson    | ,538** | 1      | ,751** | ,637** | ,558** | ,865** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   |        | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X1.3 Pearson    | ,495** | ,751** | 1      | ,689** | ,515** | ,858** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   | ,000   |        | ,000   | ,000   | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X1.4 Pearson    | ,472** | ,637** | ,689** | 1      | ,505** | ,821** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   | ,000   | ,000   |        | ,000   | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X1.5 Pearson    | ,538** | ,558** | ,515** | ,505** | 1      | ,762** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X1 Pearson      | ,742** | ,865** | ,858** | ,821** | ,762** | 1      |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

### Correlations

|                 | X2.1   | X2.2   | X2.3   | X2.4   | X2.5   | X2     |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X2.1 Pearson    | 1      | ,616** | ,558** | ,530** | ,497** | ,808** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) |        | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2.2 Pearson    | ,616** | 1      | ,589** | ,444** | ,353** | ,765** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   |        | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2.3 Pearson    | ,558** | ,589** | 1      | ,612** | ,461** | ,817** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   | ,000   |        | ,000   | ,000   | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2.4 Pearson    | ,530** | ,444** | ,612** | 1      | ,620** | ,816** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   | ,000   | ,000   |        | ,000   | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2.5 Pearson    | ,497** | ,353** | ,461** | ,620** | 1      | ,737** |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        | ,000   |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |
| X2 Pearson      | ,808** | ,765** | ,817** | ,816** | ,737** | 1      |
| Correlation     |        |        |        |        |        |        |
| Sig. (2-tailed) | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
| N               | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

### Correlations

|                                                     | X3.1              | X3.2              | X3.3              | X3.4              | X3.5              | X3                |
|-----------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| X3.1 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | 1<br><br>100      | ,568**<br><br>100 | ,440**<br><br>100 | ,348**<br><br>100 | ,560**<br><br>100 | ,745**<br><br>100 |
| X3.2 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,568**<br><br>100 | 1<br><br>100      | ,576**<br><br>100 | ,465**<br><br>100 | ,575**<br><br>100 | ,813**<br><br>100 |
| X3.3 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,440**<br><br>100 | ,576**<br><br>100 | 1<br><br>100      | ,608**<br><br>100 | ,510**<br><br>100 | ,797**<br><br>100 |
| X3.4 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,348**<br><br>100 | ,465**<br><br>100 | ,608**<br><br>100 | 1<br><br>100      | ,562**<br><br>100 | ,755**<br><br>100 |
| X3.5 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,560**<br><br>100 | ,575**<br><br>100 | ,510**<br><br>100 | ,562**<br><br>100 | 1<br><br>100      | ,816**<br><br>100 |
| X3 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N   | ,745**<br><br>100 | ,813**<br><br>100 | ,797**<br><br>100 | ,755**<br><br>100 | ,816**<br><br>100 | 1<br><br>100      |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

#### Correlations

|  | X4.1 | X4.2 | X4.3 | X4.4 | X4.5 | X4 |
|--|------|------|------|------|------|----|
|--|------|------|------|------|------|----|

|                                                     |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| X4.1 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | 1<br><br>100          | ,697**<br>,000<br>100 | ,660**<br>,000<br>100 | ,607**<br>,000<br>100 | ,510**<br>,000<br>100 | ,840**<br>,000<br>100 |
| X4.2 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,697**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,671**<br>,000<br>100 | ,560**<br>,000<br>100 | ,570**<br>,000<br>100 | ,855**<br>,000<br>100 |
| X4.3 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,660**<br>,000<br>100 | ,671**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,626**<br>,000<br>100 | ,517**<br>,000<br>100 | ,852**<br>,000<br>100 |
| X4.4 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,607**<br>,000<br>100 | ,560**<br>,000<br>100 | ,626**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,555**<br>,000<br>100 | ,807**<br>,000<br>100 |
| X4.5 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,510**<br>,000<br>100 | ,570**<br>,000<br>100 | ,517**<br>,000<br>100 | ,555**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,763**<br>,000<br>100 |
| X4 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N   | ,840**<br>,000<br>100 | ,855**<br>,000<br>100 | ,852**<br>,000<br>100 | ,807**<br>,000<br>100 | ,763**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

### Correlations

|                                                     | X5.1         | X5.2                  | X5.3                  | X5.4                  | X5.5                  | X5                    |
|-----------------------------------------------------|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| X5.1 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | 1<br><br>100 | ,546**<br>,000<br>100 | ,528**<br>,000<br>100 | ,481**<br>,000<br>100 | ,510**<br>,000<br>100 | ,761**<br>,000<br>100 |

|                                                     |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| X5.2 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,546**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,674**<br>,000<br>100 | ,661**<br>,000<br>100 | ,486**<br>,000<br>100 | ,834**<br>,000<br>100 |
| X5.3 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,528**<br>,000<br>100 | ,674**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,702**<br>,000<br>100 | ,548**<br>,000<br>100 | ,853**<br>,000<br>100 |
| X5.4 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,481**<br>,000<br>100 | ,661**<br>,000<br>100 | ,702**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,636**<br>,000<br>100 | ,855**<br>,000<br>100 |
| X5.5 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,510**<br>,000<br>100 | ,486**<br>,000<br>100 | ,548**<br>,000<br>100 | ,636**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,763**<br>,000<br>100 |
| X5 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N   | ,761**<br>,000<br>100 | ,834**<br>,000<br>100 | ,853**<br>,000<br>100 | ,855**<br>,000<br>100 | ,763**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          |

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

### Correlations

|                                                     | X6.1                  | X6.2                  | X6.3                  | X6.4                  | X6.5                  | X6                    |
|-----------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| X6.1 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | 1<br><br>100          | ,572**<br>,000<br>100 | ,579**<br>,000<br>100 | ,476**<br>,000<br>100 | ,492**<br>,000<br>100 | ,754**<br>,000<br>100 |
| X6.2 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,572**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,607**<br>,000<br>100 | ,574**<br>,000<br>100 | ,591**<br>,000<br>100 | ,807**<br>,000<br>100 |

|                                                     |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| X6.3 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,579**<br>,000<br>100 | ,607**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,704**<br>,000<br>100 | ,699**<br>,000<br>100 | ,875**<br>,000<br>100 |
| X6.4 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,476**<br>,000<br>100 | ,574**<br>,000<br>100 | ,704**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,716**<br>,000<br>100 | ,843**<br>,000<br>100 |
| X6.5 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,492**<br>,000<br>100 | ,591**<br>,000<br>100 | ,699**<br>,000<br>100 | ,716**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,846**<br>,000<br>100 |
| X6 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N   | ,754**<br>,000<br>100 | ,807**<br>,000<br>100 | ,875**<br>,000<br>100 | ,843**<br>,000<br>100 | ,846**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

### Correlations

|                                                    | Y.1                   | Y.2                   | Y.3                   | Y.4                   | Y.5                   | Y                     |
|----------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Y.1 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | 1<br><br>100          | ,587**<br>,000<br>100 | ,462**<br>,000<br>100 | ,513**<br>,000<br>100 | ,434**<br>,000<br>100 | ,748**<br>,000<br>100 |
| Y.2 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,587**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,567**<br>,000<br>100 | ,561**<br>,000<br>100 | ,530**<br>,000<br>100 | ,823**<br>,000<br>100 |
| Y.3 Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,462**<br>,000<br>100 | ,567**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,598**<br>,000<br>100 | ,714**<br>,000<br>100 | ,825**<br>,000<br>100 |

|     |                                                |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----|------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Y.4 | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,513**<br>,000<br>100 | ,561**<br>,000<br>100 | ,598**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,638**<br>,000<br>100 | ,814**<br>,000<br>100 |
| Y.5 | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,434**<br>,000<br>100 | ,530**<br>,000<br>100 | ,714**<br>,000<br>100 | ,638**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          | ,814**<br>,000<br>100 |
| Y   | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | ,748**<br>,000<br>100 | ,823**<br>,000<br>100 | ,825**<br>,000<br>100 | ,814**<br>,000<br>100 | ,814**<br>,000<br>100 | 1<br><br>100          |

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100,0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
|       | Total                 | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

|                  |            |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,870             | 5          |

#### Item Statistics

|      | Mean | Std. Deviation | N   |
|------|------|----------------|-----|
| X1.1 | 3,43 | ,655           | 100 |
| X1.2 | 3,34 | ,728           | 100 |
| X1.3 | 3,32 | ,723           | 100 |
| X1.4 | 3,23 | ,723           | 100 |
| X1.5 | 3,39 | ,665           | 100 |

#### Item-Total Statistics

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X1.1 | 13,28                      | 5,719                          | ,606                             | ,863                             |
| X1.2 | 13,37                      | 5,003                          | ,772                             | ,822                             |
| X1.3 | 13,39                      | 5,048                          | ,762                             | ,825                             |
| X1.4 | 13,48                      | 5,202                          | ,704                             | ,840                             |
| X1.5 | 13,32                      | 5,614                          | ,632                             | ,857                             |

#### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

|                       | N   | %     |
|-----------------------|-----|-------|
| Cases Valid           | 100 | 100,0 |
| Excluded <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
| Total                 | 100 | 100,0 |

- 
- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,848             | 5          |

#### Item Statistics

|      | Mean | Std. Deviation | N   |
|------|------|----------------|-----|
| X2.1 | 3,46 | ,610           | 100 |
| X2.2 | 3,34 | ,655           | 100 |
| X2.3 | 3,15 | ,626           | 100 |
| X2.4 | 3,32 | ,665           | 100 |
| X2.5 | 3,39 | ,601           | 100 |

#### Item-Total Statistics

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X2.1 | 13,20                      | 4,121                          | ,692                             | ,808                             |
| X2.2 | 13,32                      | 4,139                          | ,615                             | ,829                             |
| X2.3 | 13,51                      | 4,050                          | ,701                             | ,805                             |
| X2.4 | 13,34                      | 3,944                          | ,689                             | ,808                             |
| X2.5 | 13,27                      | 4,361                          | ,591                             | ,834                             |

#### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

|                  |            |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .845             | 5          |

**Item Statistics**

|      | Mean | Std. Deviation | N   |
|------|------|----------------|-----|
| X3.1 | 3.29 | .656           | 100 |
| X3.2 | 3.30 | .659           | 100 |
| X3.3 | 3.19 | .647           | 100 |
| X3.4 | 3.13 | .630           | 100 |
| X3.5 | 3.26 | .645           | 100 |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X3.1 | 12.88                      | 4.410                          | .590                             | .830                             |
| X3.2 | 12.87                      | 4.175                          | .689                             | .803                             |
| X3.3 | 12.98                      | 4.262                          | .669                             | .808                             |
| X3.4 | 13.04                      | 4.443                          | .612                             | .823                             |

|      |       |       |      |      |
|------|-------|-------|------|------|
| X3.5 | 12.91 | 4.204 | .697 | .801 |
|------|-------|-------|------|------|

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100,0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
|       | Total                 | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

|                  |            |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,881             | 5          |

#### Item Statistics

|      | Mean | Std. Deviation | N   |
|------|------|----------------|-----|
| X4.1 | 3,39 | ,650           | 100 |
| X4.2 | 3,29 | ,729           | 100 |
| X4.3 | 3,15 | ,757           | 100 |
| X4.4 | 3,09 | ,653           | 100 |
| X4.5 | 3,17 | ,682           | 100 |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|------|-------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| X4.1 | 12,70                         | 5,485                                | ,748                                   | ,848                                   |
| X4.2 | 12,80                         | 5,152                                | ,756                                   | ,845                                   |
| X4.3 | 12,94                         | 5,067                                | ,746                                   | ,848                                   |
| X4.4 | 13,00                         | 5,596                                | ,700                                   | ,859                                   |
| X4.5 | 12,92                         | 5,670                                | ,630                                   | ,874                                   |

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100,0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
|       | Total                 | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

|                     |            |
|---------------------|------------|
| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
| ,871                | 5          |

**Item Statistics**

|  | Mean | Std.<br>Deviation | N |
|--|------|-------------------|---|
|--|------|-------------------|---|

|      |      |      |     |
|------|------|------|-----|
| X5.1 | 3,09 | ,698 | 100 |
| X5.2 | 3,18 | ,672 | 100 |
| X5.3 | 3,37 | ,677 | 100 |
| X5.4 | 3,42 | ,669 | 100 |
| X5.5 | 3,40 | ,550 | 100 |

#### Item-Total Statistics

|      | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|------|-------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| X5.1 | 13,37                         | 4,741                                | ,610                                   | ,866                                   |
| X5.2 | 13,28                         | 4,547                                | ,725                                   | ,836                                   |
| X5.3 | 13,09                         | 4,467                                | ,754                                   | ,829                                   |
| X5.4 | 13,04                         | 4,483                                | ,758                                   | ,828                                   |
| X5.5 | 13,06                         | 5,148                                | ,652                                   | ,856                                   |

#### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100,0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
|       | Total                 | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

|                     |            |
|---------------------|------------|
| Cronbach's<br>Alpha | N of Items |
| ,883                | 5          |

**Item Statistics**

|      | Mean | Std.<br>Deviation | N   |
|------|------|-------------------|-----|
| X6.1 | 3,47 | ,643              | 100 |
| X6.2 | 3,42 | ,638              | 100 |
| X6.3 | 3,41 | ,698              | 100 |
| X6.4 | 3,19 | ,662              | 100 |
| X6.5 | 2,96 | ,634              | 100 |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale<br>Variance if<br>Item Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if Item<br>Deleted |
|------|-------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|
| X6.1 | 12,98                         | 5,111                                | ,618                                   | ,881                                   |
| X6.2 | 13,03                         | 4,938                                | ,696                                   | ,863                                   |
| X6.3 | 13,04                         | 4,503                                | ,787                                   | ,841                                   |
| X6.4 | 13,26                         | 4,740                                | ,743                                   | ,852                                   |
| X6.5 | 13,49                         | 4,818                                | ,754                                   | ,850                                   |

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100,0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
|       | Total                 | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

|                  |            |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,862             | 5          |

**Item Statistics**

|     | Mean | Std. Deviation | N   |
|-----|------|----------------|-----|
| Y.1 | 2,91 | ,637           | 100 |
| Y.2 | 3,13 | ,734           | 100 |
| Y.3 | 3,25 | ,626           | 100 |
| Y.4 | 3,27 | ,601           | 100 |
| Y.5 | 3,38 | ,599           | 100 |

**Item-Total Statistics**

|     | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Y.1 | 13,03                      | 4,575                          | ,602                             | ,853                             |
| Y.2 | 12,81                      | 4,054                          | ,687                             | ,834                             |
| Y.3 | 12,69                      | 4,357                          | ,717                             | ,824                             |
| Y.4 | 12,67                      | 4,466                          | ,708                             | ,827                             |
| Y.5 | 12,56                      | 4,471                          | ,707                             | ,827                             |

### 3. Hasil Analisis Deskriptif

#### Descriptives

##### Descriptive Statistics

|                       | N   | Minimum | Maximum | Mean | Std.<br>Deviation |
|-----------------------|-----|---------|---------|------|-------------------|
| X1                    | 100 | 1,80    | 4,60    | 3,34 | ,57               |
| X2                    | 100 | 2,00    | 4,60    | 3,33 | ,50               |
| X3                    | 100 | 1,80    | 4,60    | 3,23 | ,51               |
| X4                    | 100 | 1,60    | 4,60    | 3,22 | ,57               |
| X5                    | 100 | 1,80    | 4,60    | 3,29 | ,53               |
| X6                    | 100 | 1,80    | 4,60    | 3,29 | ,54               |
| Y                     | 100 | 1,80    | 4,60    | 3,19 | ,51               |
| Valid N<br>(listwise) | 100 |         |         |      |                   |

#### 4. Hasil Uji Normalitas

##### Explore

##### Case Processing Summary

|                         | Cases |         |         |         |       |         |
|-------------------------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
|                         | Valid |         | Missing |         | Total |         |
|                         | N     | Percent | N       | Percent | N     | Percent |
| Unstandardized Residual | 100   | 100,0%  | 0       | ,0%     | 100   | 100,0%  |

##### Tests of Normality

|                         | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |      | Shapiro-Wilk |     |      |
|-------------------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
|                         | Statistic                       | df  | Sig. | Statistic    | df  | Sig. |
| Unstandardized Residual | ,080                            | 100 | ,115 | ,975         | 100 | ,052 |

a. Lilliefors Significance Correction

## 5. Hasil Uji Multikolinearitas

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

| Model | Variables Entered      | Variables Removed | Method |
|-------|------------------------|-------------------|--------|
| 1     | X6, X5, X3, X1, X2, X4 | .                 | Enter  |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,761 <sup>a</sup> | ,579     | ,552              | ,34457                     |

a. Predictors: (Constant), X6, X5, X3, X1, X2, X4

#### ANOVA<sup>b</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 15,184         | 6  | 2,531       | 21,316 | ,000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 11,041         | 93 | ,119        |        |                   |
|       | Total      | 26,226         | 99 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), X6, X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | ,638                        | ,485       |                           | 1,316  | ,191 |                         |       |
| X1           | ,214                        | ,069       | ,236                      | 3,109  | ,002 | ,783                    | 1,278 |
| X2           | ,177                        | ,082       | ,172                      | 2,158  | ,034 | ,716                    | 1,397 |
| X3           | -,183                       | ,073       | -,181                     | -2,497 | ,014 | ,860                    | 1,163 |
| X4           | ,173                        | ,072       | ,192                      | 2,412  | ,018 | ,716                    | 1,397 |
| X5           | ,173                        | ,075       | ,179                      | 2,302  | ,024 | ,747                    | 1,338 |
| X6           | ,216                        | ,079       | ,227                      | 2,719  | ,008 | ,651                    | 1,537 |

a. Dependent Variable: Y

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions |     |     |     |     |     |     |
|-------|-----------|------------|-----------------|----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|       |           |            |                 | (Constant)           | X1  | X2  | X3  | X4  | X5  | X6  |
| 1     | 1         | 6,882      | 1,000           | ,00                  | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
|       | 2         | ,042       | 12,775          | ,01                  | ,03 | ,00 | ,35 | ,04 | ,02 | ,02 |
|       | 3         | ,027       | 16,005          | ,00                  | ,06 | ,06 | ,00 | ,24 | ,19 | ,16 |
|       | 4         | ,019       | 18,787          | ,00                  | ,73 | ,18 | ,00 | ,01 | ,04 | ,06 |
|       | 5         | ,015       | 21,586          | ,00                  | ,03 | ,03 | ,01 | ,68 | ,60 | ,00 |
|       | 6         | ,011       | 24,945          | ,00                  | ,07 | ,65 | ,02 | ,03 | ,00 | ,73 |
|       | 7         | ,004       | 41,017          | ,99                  | ,07 | ,08 | ,62 | ,00 | ,15 | ,03 |

a. Dependent Variable: Y

## 6. Hasil Uji Autokorelasi

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

| Model | Variables Entered      | Variables Removed | Method |
|-------|------------------------|-------------------|--------|
| 1     | X6, X5, X3, X1, X2, X4 | .                 | Enter  |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

#### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | ,761 <sup>a</sup> | ,579     | ,552              | ,34457                     | 1,908         |

a. Predictors: (Constant), X6, X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

#### ANOVA<sup>b</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 15,184         | 6  | 2,531       | 21,316 | ,000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 11,041         | 93 | ,119        |        |                   |
|       | Total      | 26,226         | 99 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), X6, X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant) | ,638                        | ,485       |                           | 1,316  | ,191 |
| X1           | ,214                        | ,069       | ,236                      | 3,109  | ,002 |
| X2           | ,177                        | ,082       | ,172                      | 2,158  | ,034 |
| X3           | -,183                       | ,073       | -,181                     | -2,497 | ,014 |
| X4           | ,173                        | ,072       | ,192                      | 2,412  | ,018 |
| X5           | ,173                        | ,075       | ,179                      | 2,302  | ,024 |
| X6           | ,216                        | ,079       | ,227                      | 2,719  | ,008 |

a. Dependent Variable: Y

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

|                      | Minimum | Maximum | Mean   | Std. Deviation | N   |
|----------------------|---------|---------|--------|----------------|-----|
| Predicted Value      | 2,0165  | 4,1870  | 3,1880 | ,39163         | 100 |
| Residual             | -,66552 | ,81979  | ,00000 | ,33396         | 100 |
| Std. Predicted Value | -2,991  | 2,551   | ,000   | 1,000          | 100 |
| Std. Residual        | -1,931  | 2,379   | ,000   | ,969           | 100 |

a. Dependent Variable: Y

## 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

| Model | Variables Entered      | Variables Removed | Method |
|-------|------------------------|-------------------|--------|
| 1     | X6, X5, X3, X1, X2, X4 | .                 | Enter  |

- a. All requested variables entered.  
b. Dependent Variable: AbsUt

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,246 <sup>a</sup> | ,060     | ,000              | ,21634                     |

- a. Predictors: (Constant), X6, X5, X3, X1, X2, X4

#### ANOVA<sup>b</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F    | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|------|-------------------|
| 1     | Regression | ,280           | 6  | ,047        | ,996 | ,433 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 4,353          | 93 | ,047        |      |                   |
|       | Total      | 4,632          | 99 |             |      |                   |

- a. Predictors: (Constant), X6, X5, X3, X1, X2, X4  
b. Dependent Variable: AbsUt

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant) | ,606                        | ,304       |                           | 1,993  | ,049 |
| X1           | -,006                       | ,043       | -,015                     | -,133  | ,895 |
| X2           | -,051                       | ,052       | -,117                     | -,989  | ,325 |
| X3           | -,078                       | ,046       | -,183                     | -1,688 | ,095 |
| X4           | ,053                        | ,045       | ,140                      | 1,178  | ,242 |
| X5           | -,060                       | ,047       | -,148                     | -1,270 | ,207 |
| X6           | ,035                        | ,050       | ,087                      | ,701   | ,485 |

a. Dependent Variable: AbsUt

## 8. Hasil Analisis Regresi

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

| Model | Variables Entered      | Variables Removed | Method |
|-------|------------------------|-------------------|--------|
| 1     | X6, X5, X3, X1, X2, X4 | .                 | Enter  |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,761 <sup>a</sup> | ,579     | ,552              | ,34457                     |

a. Predictors: (Constant), X6, X5, X3, X1, X2, X4

#### ANOVA<sup>b</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 15,184         | 6  | 2,531       | 21,316 | ,000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 11,041         | 93 | ,119        |        |                   |
|       | Total      | 26,226         | 99 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), X6, X5, X3, X1, X2, X4

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | ,638                        | ,485       |                           | 1,316  | ,191 |
|       | X1         | ,214                        | ,069       | ,236                      | 3,109  | ,002 |
|       | X2         | ,177                        | ,082       | ,172                      | 2,158  | ,034 |
|       | X3         | -,183                       | ,073       | -,181                     | -2,497 | ,014 |
|       | X4         | ,173                        | ,072       | ,192                      | 2,412  | ,018 |
|       | X5         | ,173                        | ,075       | ,179                      | 2,302  | ,024 |
|       | X6         | ,216                        | ,079       | ,227                      | 2,719  | ,008 |

a. Dependent Variable: Y



**SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN**

No.: 1237/Ka.Div/10/Div.PP/IX/2024

***Bismillaahirrahmaanirrahiim.***

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Pradana Reza Albahar**  
Nomor Mahasiswa : **19312355**  
Dosen Pembimbing : **Drs. Yunan Najamuddin, MBA.**  
Program Studi : **Akuntansi**  
Judul Karya Ilmiah : **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Gopay Sebagai Alat Transaksi (Studi Kasus: Pengguna Layanan GoPay di Yogyakarta)**  
Nomor Hp : -

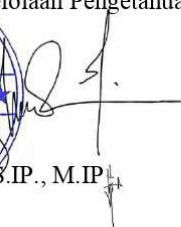
Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **14% (empat belas persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum wr. wb*

Yogyakarta, 17 September 2024

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan,

  
  
Suwardi S.I.P., M.IP

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGUNAAN GOPAY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI

### ORIGINALITY REPORT

**14%**

SIMILARITY INDEX

**16%**

INTERNET SOURCES

**8%**

PUBLICATIONS

**11%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

**1**

**Submitted to Universitas Islam Indonesia**

Student Paper

**3%**

**2**

**dspace.uii.ac.id**

Internet Source

**3%**

**3**

**eprints.iain-surakarta.ac.id**

Internet Source

**3%**

**4**

**repository.uinsaizu.ac.id**

Internet Source

**1%**

**5**

**Submitted to Universitas Muhammadiyah  
Surakarta**

Student Paper

**1%**

**6**

**Submitted to Unika Soegijapranata**

Student Paper

**1%**

**7**

**repository.ar-raniry.ac.id**

Internet Source

**1%**

**8**

**repository.ub.ac.id**

Internet Source

**1%**

**etheses.uin-malang.ac.id**

9

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%