
**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GO-PAY PADA MAHASISWA
STIE AUB SURAKARTA**

DIYAN AMBARWATI
STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta
Email: diyanambar123@gmail.com

Abstrak

Go-Pay merupakan metode pembayaran transportasi Go-Jek. Riset IDC (2017) menyebutkan Go-Pay menduduki posisi ke 6 layanan fintech dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis prinsip manfaat, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan Go-Pay mahasiswa STIE AUB Surakarta. Teori Swastha (2002:25), Davis (1989) Moorman (1993) dan Sugiyono (2011) menyatakan bahwa pengambilan keputusan dipengaruhi oleh prinsip manfaat, kemudahan, kepercayaan pengguna produk serta latar belakang ilmu pengetahuan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sample 100 responden. Instrumen pengumpulan data adalah kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis melalui uji regresi linier berganda, uji linieritas, uji t, uji F, serta uji R². Uji linieritas dan uji regresi linier berganda menunjukkan semua variabel terbebas dari multikolinieritas dan berpengaruh positif. Secara parsial Uji t menunjukkan variabel manfaat dan kepercayaan berpengaruh signifikan, dimana persepsi manfaat menjadi variabel dominan. Sedangkan variabel kemudahan dan ilmu pengetahuan tidak signifikan. Hasil uji F menunjukkan secara bersama-sama semua variabel berpengaruh signifikan. Uji Koefisien Determinasi diperoleh angka 0,850 atau 85% keputusan penggunaan Go-Pay mahasiswa STIE AUB Surakarta dipengaruhi oleh variabel penelitian sedangkan sisanya 15% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Hasil Penelitian ini bermanfaat sebagai rekomendasi dan referensi bagi praktisi manajemen, pelaku bisnis, maupun peneliti yang berhubungan dengan kajian pemasaran khususnya dengan keputusan penggunaan jasa.

Kata Kunci: Keputusan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Persepsi Kepercayaan, dan Variabel Kontrol.

Abstract

***THE EFFECT OF BENEFIT PERCEPTION, EASY PERCEPTION AND TRUST PERCEPTION ON THE
DECISION OF GO-PAY USE IN STIE AUB SURAKARTA STUDENTS***

Go-Pay is a method of transportation Go-Jek. IDC research (2017) mentions that Go-Pay occupies the 6th position of the fastest growing fintech service in Indonesia. This study aims to analyze the principle of benefits and ease and trust in the decision to use Go-Pay STUB AUB Surakarta students. Swastha Theory (2002: 25) Davis (1989) Moorman (1993) and Sugiyono (2011) stated that decision making is influenced by the principle of benefits, ease of trust of product users and scientific background. This research is quantitative with a sample of 100 respondents, the data collection instrument is a questionnaire. The data obtained were analyzed through a regression test Multiple linear test, linearity test, t test, F test, and R test Linearity test and multiple linear regression test show all variables are free from multicollinearity and have a positive effect Partially the T test shows the variable of benefits and significance have a significant effect, where the perception of benefits becomes variable have a positive effect dominant. While the ease and science variables are not significant The F test results show that all variables have a significant effect together. Determination Coefficient Test obtained 0.850 or 85 decisions on Go-Pay use of STIE AUB Surakarta students is influenced by research variables while the remaining 15% is influenced by other factors not examined. The results of this study are useful as recommendations and references for management practitioners, business practitioners, and researchers related to marketing studies specifically with the decision to use the service.

Keywords: Decision of Use, Perception of Benefits, Perception of Ease, Perception of Trustworthiness, and Control Variables.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, banyak dijumpai adanya perkembangan yang pesat pada sejumlah bidang salah satunya adalah perkembangan teknologi. Dihimpun dari BBC NEWS (Riset: Pelajar Indonesia, Pengguna Teknologi Tertinggi di Dunia, 2018) berdasarkan Penelitian Cambridge Internasional melalui Global Education Census pelajar Indonesia merupakan pengguna teknologi tertinggi di dunia dibandingkan dengan Negara maju lainnya . Surakarta juga mengalami perkembangan di bidang teknologi dengan di tandai Surakarta ikut mendorong perkembangan *fintech* (Kominfo, 2019).

Perkembangan teknologi ditandai dengan diciptakannya berbagai inovasi, salah satunya dalam bidang ekonomi yaitu *Fintech*. *Fintech* adalah sebuah sebutan yang disingkat dari kata “*financial*” dan “*technology*” dimana artinya adalah sebuah inovasi di dalam bidang jasa keuangan yang digabungkan dengan teknologi yang mengubah model bisnis konvensional menjadi moderat dan merubah pembayaran *cash* menjadi *non cash*. Inovasi yang ditawarkan *fintech* yaitu B2B (*Bussines to Bussines*) hingga B2C (*Business to Consumer*) dengan contoh bisnis yang tergabung di dalam *fintech* adalah proses jual beli saham, pembayaran (*payment*), *peer to peer lending*, transfer dana, investasi ritel, dan perencanaan keuangan (*personal finance*) (Chandra, 2018). Dasar hukum *fintech* di Indonesia diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital dan Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik. Sehingga Bank Indonesia menjamin keamanan dan ketertiban lalu lintas pembayaran dengan menjadi fasilitator, analisis bisnis intelligent, asesmen dan koordinasi dan komunikasi (Bank Indonesia). Dengan adanya perkembangan *fintech* kegiatan ekonomi sangat terbantu. Pembayaran tidak terhambat oleh jarak dan waktu, karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dengan perkembangan *fintech* dinilai lebih aman daripada harus membawa uang tunai dalam jumlah banyak ketika melakukan transaksi pembayaran (*payment*). Selain itu kini juga muncul istilah e-money di Indonesia. E-money merupakan uang elektronik yang memberikan kemudahan dibandingkan dengan pembayaran tunai lainnya. Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik, nilai uang disimpan suatu media seperti walletserver atau chip. Uang elektronik berbasis chip biasanya dalam bentuk kartu yang di keluarkan bank,. Sedangkan e-walletserver base contohnya DANA, DOKU, Go-Pay dari Go-Jek dan OVO dari Grab.

Seiring berkembangnya teknologi muncul transportasi berbasis online seperti Go-Jek, Grab dan juga Uber. Di Surakarta, keberadaan transportasi daring masih dikuasai oleh Go-Jek ditandai dengan

driver Go-Jek khususnya Go-Car di kota Solo mencapai ribuan. Go-Jek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Go-Jek merupakan contoh aplikasi dari hasil perkembangan teknologi dalam bidang transportasi. Go-Jek berevolusi sebagai fintech melalui Go-Pay. Go-Pay merupakan dompet virtual Go-Jek yang bisa digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi Go-Jek. Go-Pay telah resmi menjadi platform e-money.

Hadirnya Go-Jek di Surakarta dapat menjadi alternatif bagi masyarakat yang enggan berpergian menggunakan kendaraan pribadi karena macet. Tingginya penggunaan teknologi pada pelajar karena pelajar merupakan generasi milenial, generasi yang cenderung konsumtif dan memiliki keinginan yang tinggi terhadap suatu hal. Pelajar merupakan usia produktif dimana mereka menggunakan teknologi dalam setiap pembelajaran mereka baik di dalam kelas maupun pada saat mengerjakan tugas, terlebih lagi bagi mahasiswa. Di Surakarta terdapat sejumlah Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta, salah satunya STIE AUB Surakarta. Di STIE AUB Surakarta terdapat bidang ilmu manajemen dan bidang ilmu Akuntansi.

Suatu perkembangan teknologi dapat dikatakan berhasil jika menarik minat konsumen dengan mempertimbangkan prinsip manfaat, prinsip kemudahan dan prinsip kepercayaan. Persepsi manfaat adalah tingkatan dimana pengguna percaya, bahwa dengan menggunakan teknologi atau sistem akan meningkatkan kinerja mereka dalam bekerja (Davis, 1989). Kemudahan penggunaan (ease of use) didefinisikan sebagai sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Menurut Kotler, kepercayaan akan membentuk citra terhadap merek dan produk, orang berbuat sesuai dengan kepercayaannya. Menurut Mowen dan Minor, kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang obyek, atribut dan manfaatnya (Shita, 2013). Menurut Moorman (Moorman, 1993) kepercayaan adalah pernyataan antara kedua belah pihak dalam suatu hubungan. Salah satu pihak berperan sebagai controlling asset (penyedia produk atau jasa) dan pihak lain adalah sebagai pengguna yang meyakini adanya manfaat dari produk jasa. Keyakinan pihak yang satu terhadap pihak yang lain akan menimbulkan perilaku interaktif yang akan memperkuat hubungan dan membantu mempertahankan hubungan tersebut. Pada akhirnya, kepercayaan akan menjadi komponen yang bernilai untuk menciptakan hubungan yang sukses. Sehingga semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap layanan Go-Jek dan Go-Pay akan meningkatkan penggunaannya karena tidak menimbulkan kecurigaan dan rasa khawatir dari penggunaannya sehingga akan membentuk citra yang baik bagi Go-Jek dan Go-Pay.

Penelitian mengenai teknologi sudah banyak di teliti sedangkan penelitian mengenai Go-Pay masih sedikit, untuk itu penelitian ini akan menggunakan responden pengguna layanan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta dengan bidang ilmu sebagai variabel kontrol. Berdasarkan uraian latar belakang

penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GO-PAY PADA MAHASISWA STIE AUB SURAKARTA”**

Dari latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan masalah yang ada untuk menghindari kesalahan penafsiran yaitu: (1) Apakah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta dengan bidang ilmu sebagai variabel kontrol? (2) Apakah persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta dengan bidang ilmu sebagai variabel kontrol? (3) Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta dengan bidang ilmu sebagai variabel kontrol ? (4) Apakah variabel kontrol berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Go-Pay pada mahasiwa STIE AUB Surakarta dengan bidang ilmu sebagai variabel kontrol? (5) Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta dengan bidang ilmu sebagai variabel kontrol?

NODEL DAN METODE PENELITIAN

Metode yang di gunakan dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabililitas
3. Uji Asumsi Klasik

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, Metode Penelitian, 2001). Dalam penelitian ini tidak terbatas yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE AUB Surakarta dalam bidang manajemen dan bidang akuntansi yang menggunakan Go-Pay.

Sampel adalah bagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka jumlah sampel dapat dihitung dengan rumus (Rao, 1996). Dalam mempermudah penelitian untuk melakukan proses analisis data, penelitian akan mengambil sampel sebanyak 100 responden.

Pengumpulan Data

Metode-metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian yang bersangkutan. Pengumpulan data dilakukan selama 3-5 hari. Kuesioner yang disebarkan berupa daftar pertanyaan mengenai masalah yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Kuesioner diberikan kepada mahasiswa STIE AUB Surakarta dalam bidang ilmu manajemen dan bidang ilmu akuntansi yang menggunakan Go-Pay. Di dalam kuesioner terdapat petunjuk pengisian supaya memudahkan responden untuk menjawab pertanyaan. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013: 136).

Responden akan memiliki setiap pertanyaan dengan menggunakan skala likert dengan interval 1 sampai 5 yang menyatakan :

1. Nilai 1 – Sangat Tidak Setuju
2. Nilai 2 – Tidak Setuju
3. Nilai 3 – Netral
4. Nilai 4 – Setuju
5. Nilai 5 – Sangat Setuju

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Menurut Nugroho (Nugroho, 2005), validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul Item- Total Statistik. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai Corrected Item-Total Correlation masing-masing butir pertanyaan penelitian.

Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut valid.

Dalam penelitian ini item pertanyaan dari setiap variabel persepsi manfaat, variabel persepsi kepercayaan, variabel kontrol, dan variabel keputusan penggunaan adalah valid, karena hasil menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan suatu instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Pengujian reliabilitas di sini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,60 (Nugroho, 2005: 72).

Hasil dari uji ini semua variabel yang di uji dalam penelitian adalah reliabel, karena didapat hasil *Cronbach's Alpha > dari 0,60*.

HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,85098835
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,056
	Negative	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		,608
Asymp. Sig. (2-tailed)		,854

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : olah data 2019

Untuk menguji normalitas dapat digunakan Kolmogrov-Smirnov Test. Setelah pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS, output dapat dilihat pada baris paling bawah yang berisi Asymp.Sig. (2-tailed). Interpretasinya adalah jika $\alpha=5\%$ $p > 0,05$, maka distribusi dapat dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, sebaliknya jika $p < 0,05$, maka diinterpretasikan sebagai tidak normal. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0,854, ini berarti nilainya di atas nilai signifikan 5% (0,05). Dengan kata lain variabel tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,217	,762		,284	,777		
Persepsi Manfaat	,312	,052	,452	5,952	,000	,263	3,801
Persepsi Kemudahan	,102	,063	,132	1,630	,106	,231	4,326
Persepsi Kepercayaan	,267	,033	,450	8,083	,000	,490	2,039
Kontrol	,129	,192	,028	,671	,504	,885	1,130

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : olah data 2019

Multikolinieritas merupakan korelasi yang nyata diantara independen dalam sebuah model.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat Variance Inflation Faktor (VIF) atau Tolerance bahwa nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Sehingga data bebas dari multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,769	,428		1,799	,075
	Persepsi Manfaat	-,015	,029	-,099	-,504	,615
	Persepsi Kemudahan	,045	,035	,267	1,269	,207
	Persepsi Kepercayaan	-,024	,018	-,189	-1,310	,193
	Kontrol	,028	,108	,028	,257	,797

a. Dependent Variable: Absut

Sumber : olah data 2019

Dari hasil uji yang terdapat dalam tabel diatas menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi 0,05 sehingga dapat di simpulkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan dengan variabel kontrol bidang ilmu yaitu bidang ilmu manajemen dan bidang ilmu akuntansi telah lulus uji heteroskedasitas.

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,925 ^a	,856	,850	,869	1,911

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

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : olah data 2019

Uji autokorelasi didapatkan nilai Durbin Watson diperoleh nilai sebesar 1,911. Dari hasil tersebut diketahui bahwa nilai Durbin Watson adalah 1,911 terletak antara -2 sampai +2,5 berarti data tidak terjadi autokorelasi.

UJI HIPOTESIS

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,217	,762		,284	,777		
	Persepsi Manfaat	,312	,052	,452	5,952	,000	,263	3,801
	Persepsi Kemudahan	,102	,063	,132	1,630	,106	,231	4,326
	Persepsi Kepercayaan	,267	,033	,450	8,083	,000	,490	2,039
	Kontrol	,123	,132	,028	,671	,504	,885	1,130

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : olah data 2019

Dari pengujian yang telah dilakukan didapat persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 0,217 + 0,312 X_1 + 0,102 X_2 + 0,267 X_3 + 0,129 X_4$. Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta sebesar 0,217, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu tetap, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat.
2. Nilai β_1 adalah 0,312 berarti variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta sebesar 0,312, dengan asumsi apabila Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu dianggap tetap dan konstan.
3. Nilai β_2 adalah 0,102 berarti variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta sebesar 0,102, dengan asumsi apabila Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan dan Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu dianggap tetap dan konstan.
4. Nilai β_3 adalah 0,267 berarti variabel Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta sebesar 0,267, dengan asumsi apabila Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu dianggap tetap dan konstan.
5. Nilai β_4 adalah 0,129 berarti Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta sebesar 0,129, dengan asumsi apabila Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan dianggap tetap dan konstan.

Uji Statistik t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,217	,762		,284	,777		
	Persepsi Manfaat	,312	,052	,452	5,952	,000	,263	3,801
	Persepsi Kemudahan	,102	,063	,132	1,630	,106	,231	4,326
	Persepsi Kepercayaan	,267	,033	,450	8,093	,000	,490	2,039
	Kontrol	,129	,192	,028	,671	,504	,885	1,130

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : olah data 2019

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel diatas dapat diimplementasikan sebagai berikut :

1. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ berarti bahwa variabel Persepsi Manfaat

berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta. **(Sehingga Hipotesis 1 Terbukti)**

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,106 > 0,05$ berarti bahwa variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta. **(Sehingga Hipotesis 2 Tidak Terbukti)**
3. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ berarti bahwa variabel Persepsi Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta. **(Sehingga Hipotesis 3 Terbukti)**
4. Pengaruh Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta di peroleh nilai $0,504 > 0,05$ berarti bahwa Variabel Kontrol berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta. **(Sehingga Hipotesis 4 Tidak Terbukti)**

Uji Statistik f

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	425,056	4	106,264	140,808	,000 ^a
	Residual	71,694	95	,755		
	Total	496,750	99			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : olah data 2019

Hasil uji statistik F didapatkan nilai sebesar 140,808 signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu mempunyai pengaruh yang signifikan, terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,925 ^a	,856	,850	,869	1,911

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

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : olah data 2019

Hasil uji adjusted R squares didapatkan hasil sebesar 0,850 yang berarti variabilitas Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta mampu di jelaskan oleh variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Varibel Kontrol yaitu Bidang Ilmu sebesar 85 %, sedangkan sisanya 15% lainnya tidak ikut observasi atau diluar model penelitian antara lain promosi, tarif dan fitur layanan.

PEMBAHASAN

1. Variabel Persepsi Manfaat

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan variabel Persepsi Manfaat (X_1) temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang relevan yaitu Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay di Kota Jakarta) Muhammad Adi Wibowo dan Sri Suryoko (2018) yang menyatakan bahwa Persepsi Manfaat memiliki pengaruh yang kuat terhadap Keputusan Penggunaan. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa Go-Pay bermanfaat bagi mahasiswa. Maka Go-Jek harus mengeluarkan inovasi-inovasi terbaru yang menarik dan bermanfaat agar meningkat penggunaan, karena Persepsi Manfaat berdampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Langkah kongkrit yang perlu ditingkatkan dengan cara :

Pihak Gojek memberikan promo menarik seperti potongan harga, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan keputusan penggunaan mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Pay. Serta menambah kerjasama dengan berbagai merchant guna memudahkan dan menambah nilai manfaat penggunaan Go-Pay.

2. Variabel Persepsi Kepercayaan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan variabel Persepsi Kepercayaan (X_3) temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang relevan yaitu Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay di Kota Jakarta) Muhammad Adi Wibowo dan Sri Suryoko (2018) yang menyatakan bahwa Persepsi Kepercayaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap Keputusan Penggunaan. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa Go-Pay harus menjaga kepercayaan pelanggannya karena kepercayaan akan mempengaruhi manfaat, membentuk citra merk serta meningkatkan keputusan pengguna. Persepsi Kepercayaan berdampak positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan sehingga perusahaan perlu meningkatkan kepercayaan. Langkah-langkah kongkrit yang perlu ditingkat dengan cara :

Pihak Go-Jek dan merchant harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan juga sistem termasuk keamanan penggunaan Go-Jek terutama Go-Pay sehingga akan menambah kepercayaan pengguna dan membentuk citra merk sehingga meningkatkan keputusan penggunaan.

3. Variabel Persepsi Kemudahan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan variabel Persepsi Kemudahan (X_2) temuan penelitian ini menolak hasil penelitian yang relevan yaitu Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek Silvia Cita Cania (2018) yang menyatakan bahwa Prinsip Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan Go-Pay. Implikasi dari temuan ini adalah adanya kesulitan melakukan top up saldo Go-Pay menyebabkan menurunnya persepsi kemudahan yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Persepsi Kemudahan berdampak positif tetapi tidak signifikan sehingga perusahaan perlu meningkatkan kemudahan. Langkah-langkah kongkrit yang perlu di tingkatkan dengan cara :

Adanya keluhan pelanggan terhadap kesulitan melakukan top up saldo Go-Pay mulai dari driver Go-Jek yang tidak menyediakan saldo dan adanya pelanggan yang mengeluh tidak masuknya saldo Go-Pay, untuk itu pihak Go-Jek harus memperbaiki sistem sehingga top up saldo menjadi mudah sehingga meningkatkan keputusan penggunaan layanan Go-Pay.

4. Variabel Kontrol

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan Variabel Kontrol (X_4) temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang relevan yaitu Pengaruh Struktur Kepemilikan Dengan Variabel Kontrol Profitabilitas, Umur, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2011-2013) Intan Noor Annisa dan M. Rafki Nazar 2015 yang menyatakan bahwa variabel kontrol tidak berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap CSR

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini, berdasarkan pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Hasil persamaan koefisien linier berganda menunjukkan bahwa :
 - a. Variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap Keputusan penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta.
 - b. Variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta.

-
- c. Variabel Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta.
 - d. Variabel Kontrol yaitu Bidang ilmu yang terdiri dari Bidang Ilmu Manajemen dan Bidang Ilmu Akuntansi berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta.
2. Hasil Uji t menunjukkan bahwa :
- a. Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta.
 - b. Persepsi Kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta.
 - c. Persepsi Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada STIE AUB Surakarta.
 - d. Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu yang terdiri dari Bidang Ilmu Manajemen dan Bidang Ilmu Akuntansi berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta.

3. Hasil Uji F menunjukkan bahwa :

Hasil uji statistik F didapatkan nilai sebesar 140,808 signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu yang terdiri dari Bidang Ilmu Manajemen dan Bidang Ilmu Akuntansi mempunyai pengaruh yang signifikan, terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta.

Hasil uji adjusted R squares didapatkan hasil sebesar 0,850 yang berarti variabilitas Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta mampu di jelaskan oleh variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Variabel Kontrol yaitu Bidang Ilmu sebesar 85 %, sedangkan sisanya 15% lainnya tidak ikut observasi atau diluar model penelitian.

Variabel yang paling dominan yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan Go-Pay pada mahasiswa STIE AUB Surakarta adalah Persepsi Manfaat, maka upaya Go-Jek terutama Go-Pay harus menjaga kepercayaan pelanggannya karena kepercayaan akan mempengaruhi manfaat, membentuk citra merk serta meningkatkan keputusan penggunaan, sesuai dengan yang direkomendasikan pada implikasi manajerial.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adapun saran yang dapat diberikan peneliti untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Pihak Gojek memberikan promo menarik seperti potongan harga, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan keputusan penggunaan mahasiswa dalam menggunakan layanan Go-Pay. Serta menambah kerjasama dengan berbagai merchant guna memudahkan dan menambah nilai manfaat penggunaan Go-Pay.
2. Pihak Go-Jek dan merchant harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan juga sistem termasuk keamanan penggunaan Go-Jek terutama Go-Pay sehingga akan menambah kepercayaan pengguna dan membentuk citra merk sehingga meningkatkan keputusan penggunaan
3. Adanya keluhan pelanggan terhadap kesulitan melakukan top up saldo Go-Pay mulai dari driver Go-Jek yang tidak menyediakan saldo dan adanya pelanggan yang mengeluh tidak masuknya saldo Go-Pay, untuk itu pihak Go-Jek harus memperbaiki sistem sehingga top up saldo menjadi mudah sehingga meningkatkan keputusan penggunaan layanan Go-Pay.
4. Perusahaan Go-Jek menambah kerjasama dengan sejumlah merchant, memperbaiki sistem pelayanan dan keamanan transaksi, melakukan inovasi-inovasi terbaru serta melakukan sosialisasi ke mahasiswa sehingga memenuhi harapan mahasiswa sebagai pengguna layanan Go-Pay sehingga meningkatkan keputusan penggunaan layanan Go-Pay

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (n.d.). Edukasi. Retrieved April 19, 2019, from Bank Indonesia: <http://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx>
- Bank Indonesia. (n.d.). Statistik Sistem Pembayaran. Retrieved April 22, 2019, from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/Contents/Jumlah%20Uang%20Elektronik.aspx>
- Basu Swastha. (2000). Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern . Jakarta: Liberty.

- Chandra, E. (2018). Definisi Fintech Adalah. Retrieved April 19, 2019, from Finansialku:
<https://www.google.com/amp/s/www.finansialku.com/definisi-fintech-adalah/amp/>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. MIS Quarterly, Vol 13, No 3, 319-339.
- Engel, B. M. (1994). Perilaku Konsumen. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indah, R. (2016). 17 Pengertian Akuntansi Menurut Para Ahli. Retrieved September 2, 2019, from DosenAkuntansi.com: <https://www.google.com/amp/s/dosenakuntansi.com/pengertian-akuntansi/amp>
- Indonesia, B. (n.d.). Edukasi. Retrieved April 19, 2019, from Bank Indonesia: <https://www.bi.gi.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx>
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.
- Kannuk, S. d. (2004). Perilaku Konsumen Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall.
- Kominfo. (2019, Maret 10). Pemerintah Dorong Pengembangan Teknologi Fintech. Retrieved April 23, 2019, from Kominfo: https://kominfo.go.id/content/detail/16987/pemerintah-dorong-pengembangan-teknologi-fintech/0/berita_satker
- Kotler, P. K. (2003). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Indeks.

- M Nur, F. (2013). E-money: Solusi Transaksi Mikro Modern (Paper). Tangerang Selatan: Sekolah Tinggi Akuntansi Negara.
- Mahardika, A., B. (2011). Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking.
- Margono. (2004). Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Mita P.S, H. (2014). Teknologi dan Kehidupan Masyarakat. jurnal Analisa Sosiologi, 3(1): 13-14.
- Moorman, C. G. (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationships. Journal Marketing, Vol 57 pp 81-101.
- Morisan. (2012). Metode Penelitian Siurvey. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, A. (2005). Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektik Sosial Budaya. Jurnal Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi, Volume 2, Nomor 1.
- Nugroho, A. (2005). Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Pratama, A. H. (2017). 10 Layanan Fintech dengan Pertumbuhan Tercepat di Indonesia Menurut IDC. Retrieved April 23, 2019, from Technesia: <https://www.google.com/amp/s/id.technesia.com/10-layanan-fintech-pertumbuhan-tercepat-/amp/>
- Purnama , A. (2012). Studi Tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang . Diponegoro Journal Management, Vol 1, No 2, 300-310.
- Rao, P. (1996). Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. The Asian Manager, pp 28-23.

Riset: Pelajar Indonesia, Pengguna Teknologi Tertinggi di Dunia. (2018, Desember 12). Retrieved Juni 1, 2019, from VIVA.co.id:

<https://www.google.com/amp/s/m.viva.co.id/amp/digital/teknopedia/1102722-ri-set-pelajar-indonesia-pengguna-teknologi-tertinggi-di-dunia>

Shita, N. M. (2013). Pengaruh Citra Toko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada NDY Shop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 1 No 2 hal 443-452.

Solomon, M. (2011). *Customer Behavior: buying having and being* 9th Ed. New Jersey, USA: Prentice Hall .

Sri Suryoko, M. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Tarif dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Produk E-money (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Pay di Kota Jakarta).

Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian*. Bandung : CV Alfa Beta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian* 2001.

Tjiptono, S. d. (2001). *Definisi Data Sekunder*. 59.

Zakky. (2018, Juli 13). *Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli dan Secara Umum*. Retrieved September 2, 2019, from ZonReferensi.com: <https://www.zonareferensi.com/pengertian-manajemen/>