

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN DAN RESIKO TERHADAP PENGGUNAAN *GOPAY* DI KOTA PALU

**Marlev Mario Del Pierro Walewangko
Harifuddin Thahir**

Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako
Email author: marlevmario@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory Acceptance Model (TAM)*. Penelitian ini menggunakan data primer, dengan metode yang digunakan adalah media kuesioner dengan bantuan *google form*. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna *Go-Pay* yang berada di Kota Palu. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 70 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan secara simultan. secara parsial persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Penggunaan

Abstract

This study aims to determine and describe the effect of perceived benefits, perceived convenience and perceived risk on the use of Go-Pay in Palu City. The theory used in this research is The Theory Acceptance Model (TAM). This study uses primary data, with the method used is a media questionnaire with the help of google form. The population in this study were Go-Pay users in Palu City. The number of samples taken as many as 70 people. The data analysis technique used in this study is multiple regression analysis The results of this study indicate that perceived benefits, perceived convenience and perceived risk have a positive and significant effect on simultaneous use. partially the perception of benefits has a positive and significant effect on use, the perception of ease of use has a positive and significant effect on use, and the perception of risk has a positive and significant effect on use.

Keywords: Perception of Benefits, Perception of Ease, Perception of Risk, Use.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang begitu cepat, peran teknologi informasi saat ini menjadi suatu hal yang penting dalam mempermudah pekerjaan yang ada. Salah satu yang mengalami perkembangan yang pesat terjadi di industri keuangan yang bernama *financial technology (fintech)*. Menurut Arner, *et al.* (2015) dalam kuliah umum tentang *FinTech* oleh Ketua Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Muliawan D. Hadad, Ph.D di Indonesia Banking School, *FinTech* mengacu pada penggunaan teknologi untuk memberikan solusi finansial. Sehingga *FinTech* merupakan lini bisnis yang berbasiskan perangkat lunak untuk menyediakan layanan keuangan.

Salah satu perusahaan *FinTech* yang tengah berkembang saat ini yaitu PT Dompot Anak Bangsa (*Go-pay*) yang dimiliki oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (*Go-Jek*). *Go-Jek* pertama kali memperkenalkan layanan digital *payment Go-pay* pada April 2016 setelah sebelumnya memiliki sistem kredit bernama *Go-Jek Credit*. *Go-pay* dapat digunakan untuk membayar semua jenis layanan *Go-Jek* secara *cashless* atau non tunai, mulai dari jasa ojek online (*Go-Ride*), antar makanan *Go-Food*, hingga belanja lewat *Go-Mart*. Fenomena Kelebihan *Go-pay* dari variabel persepsi manfaat merupakan persepsi terhadap kemanfaatan yang didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Kelebihan *Go-pay* dari variabel persepsi kemudahan adalah penggunaan sebagai bentuk di mana orang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami pada saat menggunakan aplikasi *Go-pay*. Dan yang

terakhir kelebihan *Go-pay* dari variabel persepsi risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan pada saat menggunakan aplikasi *Go-pay*.

Fenomena Kelebihan *Go-pay* dari variabel persepsi manfaat merupakan persepsi terhadap kemanfaatan yang didefinisikan sebagai suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Kelebihan *Go-pay* dari variabel persepsi kemudahan adalah penggunaan sebagai bentuk di mana orang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami pada saat menggunakan aplikasi *Go-pay*. Dan yang terakhir kelebihan *Go-pay* dari variabel persepsi risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan pada saat menggunakan aplikasi *Go-pay*.

Hubungan antara variabel persepsi manfaat dengan penggunaan gopay didasari Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2020) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pelanggan tokopedia.com. Persepsi resiko ditemukan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap pelanggan tokopedia.com. Sikap pelanggan ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli pelanggan tokopedia.com. Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan penggunaan sebagai bentuk di mana orang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami. Hubungan antara variabel persepsi resiko terhadap penggunaan gopay didasari Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) menyimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi manfaat Persepsi kemudahan dan persepsi resiko berhubungan dengan penggunaan.

Masyarakat Kota Palu juga tidak mau ketinggalan dengan ada nya aplikasi *Go-pay*, dengan ada nya aplikasi tersebut masyarakat bisa menikmati fitur-fitur yang ada di dalam nya. Aplikasi *Go-pay* sangat membantu masyarakat Kota Palu di tengah kesibukan yang di jalani tanpa harus ribet lagi. Tentunya *Go-pay* sama seperti dompet digital yang lain *Go-pay* juga menawarkan beberapa layanan bagi para penggunanya. Beberapa layanan yang bisa ditemukan dalam penggunaan *Go-pay* antara lain; bisa digunakan untuk membeli pulsa hingga membayar jenis tagihan yang lain, bisa juga digunakan untuk melayani pembayaran di layanan Gojek mulai dari Goride, Gocar, hingga Gofood sesuai dengan kebutuhan, melayani pembayaran di rekan usaha Gojek secara online maupun offline dengan mudah dan cepat.

Dari apa saja yang di sediakan oleh *Go-pay* tentu nya sangat membantu dalam proses pembayaran dan sangat mudah untuk dipahami hal ini lah yang membuat masyarakat kota palu mau menggunakan aplikasi ini dan dari hari ke hari semkakin meningkat saja yang menggunakan Gopay hal ini bisa dilihat dari meningkat nya juga para pengguna Gojek sehingga bisa di pastikan juga meningkat nya pengguna Gopay di Kota Palu. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelitian ini yaitu mengenai pengaruh persepsi manfaat, kemudahan dan resiko terhadap penggunaan gopay di kota palu, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya (Silae dan Widiyono, 2013), dengan prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa angka-angka dan umumnya dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial. Lokasi penelitian ini sendiri yaitu dilakukan di Kota Palu terhadap para masyarakat yang menggunakan aplikasi gopay

Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner yang berisi seperangkat pernyataan yang digunakan untuk mengukur tiap-tiap variabel yang akan diuji. Pengumpulan data dilakukan sendiri oleh peneliti dengan dibantu oleh rekan-rekan peneliti melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun dengan media *google form* kepada responden.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *Go-Pay* di Kota Palu yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Berdasarkan jumlah populasi tersebut masih tergolong besar, maka penulis melakukan penyederhanaan dengan menarik sampel. Menurut Hair *et al.* (1995) pengambilan

jumlah sampel yang *representative* adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Berdasarkan jumlah populasi tersebut masih tergolong besar, maka penulis melakukan penyederhanaan dengan menarik sampel. Cara pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2014), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu pengguna yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Merujuk pada pendapat di atas, peneliti mempresentasikan jumlah sampel dari populasi adalah sebagai berikut, Sampel = Jumlah Indikator x 5 = 14 x 5 = 70 Responden. Berdasarkan perhitungan di atas di dapat untuk sampel minimum menggunakan 70 sampel responden. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner yang berisi seperangkat pernyataan yang digunakan untuk mengukur tiap-tiap variabel yang akan diuji. Pengumpulan data dilakukan sendiri oleh peneliti dengan dibantu oleh rekan-rekan peneliti melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun dengan media *google form* kepada responden.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) menggunakan skala ordinal dengan teknik skala pengukuran yaitu skala likert. Menurut Sugiyono (2015:136) dengan 42 skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert untuk keperluan analisis kuantitatif, di mana setiap pernyataan memiliki skor dari angka 1-5 yang menggambarkan persepsi “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju”.

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Sugiyono (2015:277), metode mengukur variabel independen dan variabel dependen, data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif yaitu suatu uraian yang melibatkan angka-angka perhitungan statistik untuk mengukur suatu hipotesis dan membutuhkan beberapa alat analisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan model analisis regresi linier berganda dan uji residual. Rumus yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad (1)$$

Keterangan :

Y = Penggunaan

a = Konstanta

b₁,b₂,b₃ = Koefisien Regresi

X₁ = Kepercayaan

X₂ = Kemudahan

X₃ = Risiko

e = *Error term* (Faktor pengganggu)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor. Penelitian ini mencoba untuk melihat seberapa besar pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay di Kota Palu. Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.252	1.264		4.946	.000		
X1	.438	.095	.451	4.587	.000	.257	3.891
X2	.272	.078	.393	3.503	.001	.198	5.054
X3	.173	.070	.161	2.457	.017	.579	1.727

Sumber: Data, diolah (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda di atas, maka diperoleh persamaan model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,252 + 0,438X1 + 0,272X2 + 0,173X3 \quad (2)$$

Model persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 6.252 artinya jika nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel *independent* (Persepsi manfaat X1, Persepsi kemudahan X2, Persepsi resiko X3) bernilai 0, maka variabel dependen (Penggunaan) nilainya sebesar 6.252. Setiap ada kenaikan pada variabel independen sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel dependen sebesar nilai koefisien beta masing-masing variabel independen yang dikalikan dengan besarnya kenaikan yang terjadi.
2. Koefisien regresi X1 = 0,438. Hal ini menyatakan bahwa apabila variabel persepsi manfaat mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, akan berdampak pada meningkatnya penggunaan sebesar 0,438 satuan.
3. Koefisien regresi X2 = 0,272. Hal ini menyatakan bahwa apabila variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, akan berdampak pada meningkatnya penggunaan sebesar 0,272 satuan.
4. Koefisien regresi X3 = 0,173. Hal ini menyatakan bahwa apabila variabel persepsi resiko mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, akan berdampak pada meningkatnya penggunaan sebesar 0,173 satuan.

Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi Ganda (Uji F)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang telah diringkas pada Tabel 1 menyatakan bahwa nilai Sig. F = 0,000. Jika dibandingkan dengan α , nilai sig.F (0,000) < α (0,05). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa secara serempak variabel *independent* yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Persepsi manfaat (X1), Persepsi kemudahan (X2), Persepsi resiko (X3), secara serempak berpengaruh terhadap penggunaan gopay kota Palu secara ilmiah dapat dibuktikan kebenarannya dengan R Square sebesar 0,836.

Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variable Persepsi manfaat (X1), Persepsi kemudahan (X2), Persepsi resiko (X3), secara parsial terhadap variabel penggunaan *Go-pay* di Kota Palu. Hasil pengujian dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Hasil Uji t Pengaruh Persepsi manfaat terhadap Penggunaan *Go-pay* (X1)

Hasil perhitungan variabel Persepsi manfaat (X1) menunjukkan nilai tingkat signifikansi $t = 0,000$. Jika dibandingkan dengan α (0,05) atau taraf kepercayaan 95%, nilai $\text{sig.t} < \alpha$. Berdasarkan hal tersebut, dapat dinyatakan bahwa variabel Persepsi manfaat (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *Go-pay*. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji-t, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel Persepsi manfaat (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Go-pay* di kota Palu secara ilmiah dapat dibuktikan tingkat kebenarannya dengan besar pengaruh 0,438.

Hasil Uji t Pengaruh Persepsi kemudahan terhadap Penggunaan *Go-pay* (X2)

Hasil perhitungan variabel Persepsi kemudahan (X2) menunjukkan nilai tingkat signifikansi $t = 0,001$. Jika dibandingkan dengan α (0,05) atau taraf kepercayaan 95%, maka nilai $\text{sig.t} < \alpha$. Berdasarkan hal tersebut, dapat dinyatakan bahwa variabel Persepsi kemudahan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *Gopay*. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji-t, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel Persepsi kemudahan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Gopay* di kota Palu secara ilmiah dapat dibuktikan tingkat kebenarannya dengan besar pengaruh 0,272.

Hasil Uji t Pengaruh Persepsi resiko terhadap Penggunaan *Go-pay* (X3)

Hasil perhitungan variabel Persepsi resiko (X3) menunjukkan nilai tingkat signifikansi $t = 0,017$. Jika dibandingkan dengan α (0,05) atau taraf kepercayaan 95%, maka nilai $\text{sig.t} < \alpha$. Berdasarkan hal tersebut, dapat dinyatakan bahwa variabel Persepsi resiko (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Go-pay*. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji-t, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa variabel Persepsi resiko (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Go-pay* di kota Palu secara ilmiah dapat dibuktikan tingkat kebenarannya dengan besar pengaruh 0,173.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi risiko berpengaruh terhadap Penggunaan *Go-Pay*, maka ada beberapa hal yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu.

Hasil uji simultan (Uji F) yang dilakukan menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko berpengaruh secara simultan Terhadap Penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko berpengaruh secara simultan Terhadap Penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu dapat diterima.

Berdasarkan hasil temuan yang dilakukan peneliti Persepsi Manfaat mempunyai pengaruh terhadap penggunaan *Gopay* di masyarakat Kota Palu. ini disebabkan karena masyarakat percaya dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka dalam bertransaksi. Hal ini diperkuat karena adanya tanggapan responden pada variabel Persepsi Manfaat dengan *mean* tertinggi yaitu, "Saya dapat meningkatkan kinerja saya apabila menggunakan *Go-Pay*".

Persepsi Kemudahan juga mempunyai pengaruh terhadap Penggunaan *Gopay* di masyarakat Kota Palu, ini disebabkan karena masyarakat percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami. Hal ini diperkuat karena adanya tanggapan responden pada variabel Persepsi Kemudahan dengan *mean* tertinggi yaitu, "Menurut saya *Go-Pay* mudah untuk digunakan".

Persepsi Risiko juga mempunyai pengaruh terhadap Penggunaan *Gopay* di masyarakat Kota Palu untuk. ini disebabkan karena masyarakat percaya masih adanya ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Hal ini diperkuat karena adanya tanggapan responden pada variabel Persepsi Risiko dengan *mean* tertinggi yaitu, "Resiko yang ditimbulkan dari penggunaan *Go-Pay* sangat tinggi dalam bertansaksi".

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu.

Hasil uji parsial (Uji t) yang dilakukan menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan Terhadap Penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu. Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh Terhadap Penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu dapat diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan.

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Go-Pay*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh searah antara Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan *Go-Pay* atau berarti peningkatan Persepsi Manfaat juga akan meningkatkan penggunaan *Go-Pay* di masyarakat Kota Palu. Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat mengetahui dengan benar manfaat-manfaat yang mereka rasakan dengan menggunakan *Go-Pay* dapat meningkatkan kinerja mereka dalam bertransaksi *online*, hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Jogiyanto (2017) dimana persepsi manfaat merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Hal ini diperkuat karena adanya tanggapan responden pada variabel Persepsi Manfaat dengan *mean* tertinggi yaitu, “Saya dapat meningkatkan kinerja saya apabila menggunakan *Go-Pay*”. Karena pembayaran selalu dilakukan dengan nominal yang tepat Dengan sistem yang dimiliki oleh *Go-Pay* memungkinkan masyarakat sangat mengefisienkan waktu dalam melakukan pembayaran sehingga bisa meningkatkan kinerja. Masyarakat juga mendapatkan manfaat yang lainya seperti dengan menggunakan *Go-Pay* mereka dapat melakukan transaksi lebih cepat, dan meningkatkan efektivitas mereka dalam bertransaksi secara online, bahkan mereka tidak akan tertipu dengan adanya peredaran uang palsu hanya dengan menggunakan *Go-Pay*.

Hal tersebut peneliti dapatkan dari jawaban yang diberikan oleh responden kepada peneliti melalui kuesioner yang disebarkan oleh peneliti, maka dari itu semakin tinggi Persepsi Manfaat masyarakat Kota Palu maka akan semakin tinggi Penggunaan *Go-Pay*.

Pernyataan tersebut sejalan dengan yang dilakukan oleh Pratama (2020) dengan judul penelitian; Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko terhadap niat beli pelanggan melalui sikap pelanngan sebagai mediasi pada tokopedia.com. Yang menyatakan bahwa persepsi manfaat secara simultan dan parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli pelanggan melalui sikap pelanngan sebagai mediasi pada tokopedia.com.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu.

Hasil uji parsial (Uji t) yang dilakukan menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan Terhadap Penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis ketiga dari penelitian ini, dimana persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Go-Pay* dapat diterima.

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Go-Pay*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh searah antara Persepsi Kemudahan terhadap penggunaan *Go-Pay* atau berarti peningkatan Persepsi Kemudahan juga akan meningkatkan penggunaan *Go-Pay* di masyarakat Kota Palu untuk menggunakan. Penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat percaya bahwa menggunakan *Go-Pay* dapat dengan mudah mereka pahami dan gunakan, hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai bentuk di mana orang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami. Hal ini diperkuat karena adanya tanggapan responden pada variabel Persepsi Kemudahan dengan *mean* tertinggi yaitu, “Menurut saya *Go-Pay* mudah untuk digunakan”. PT Dompot Karya Anak Bangsa yang merupakan perusahaan yang memiliki *Go-Pay* juga terus berupaya agar masyarakat dapat dengan mudah menggunakan aplikasinya, dengan fitur-fitur yang terus dikembangkan oleh *Go-Pay* untuk memudahkan penggunaanya seperti pengisian saldo yang dapat dilakukan melalui berbagai cara, pembayaran yang bisa melalui scan kode QR, banyaknya rekan usaha dari *Go-Pay* dan fitur-fitur yang memudahkan pengguna lainnya.

Masyarakat juga merasakan persepsi kemudahan lainya seperti banyak fitur-fitur yang memudahkan keperluan mereka. *Go-Pay* sangat jelas digunakan karena menggunakan bahasa Indonesia, *Go-Pay*

sangat jelas digunakan karena memiliki simbol yang mudah untuk dipahami, dengan menggunakan *Go-Pay* masyarakat dapat melakukan pembayaran dimana saja dan kapan saja, bahkan mereka dapat melakukan transaksi sendiri tanpa bantuan orang lain. *Go-Pay* sendiri juga menyediakan fitur bantuan untuk membantu penggunaanya dalam melakukan transaksi.

Hal tersebut peneliti dapatkan dari jawaban yang diberikan oleh responden kepada peneliti melalui kuesioner yang disebar oleh peneliti. Maka dari itu semakin tinggi Persepsi Kemudahan masyarakat Kota Palu maka akan semakin tinggi penggunaan *Go-Pay*.

Pernyataan tersebut sejalan dengan yang dilakukan oleh Basyar dan Sanaji (2016) penelitiannya yang berjudul; Pengaruh persepsi kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan secara simultan dan parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli pelanggan melalui sikap pelanggan sebagai mediasi pada tokopedia.com.

Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu.

Hasil uji parsial (Uji t) yang dilakukan menunjukkan bahwa Persepsi Resiko berpengaruh signifikan Terhadap Penggunaan *Go-Pay* di Kota Palu. Berdasarkan hasil ini, maka hipotesis keempat dari penelitian ini, dimana persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Go-Pay* dapat diterima.

Berdasarkan pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa Persepsi Risiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Go-Pay*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh searah antara Persepsi Risiko terhadap penggunaan *Go-Pay*. Hal tersebut diperkuat karena adanya tanggapan responden pada variabel Persepsi Risiko dengan *mean* tertinggi yaitu, “Resiko yang ditimbulkan dari penggunaan *Go-Pay* sangat tinggi dalam bertansaksi”. diperoleh 11 responden menjawab sangat setuju, 35 responden menjawab setuju, 17 responden menjawab ragu-ragu, 5 responden menjawab tidak setuju, dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju Dengan *mean* atau rata-ratanya yang paling dominan sebesar 3,69.

Perusahaan PT Dompot Karya Anak Bangsa sendiri terus mengutamakan keamanan aplikasinya sebagai daya tarik utama mereka dengan motto #AmanBersamaGojek, bahkan perusahaan tersebut memberi jaminan saldo *Go-Pay* penggunaanya kembali jika terjadi kehilangan di luar kendali penggunaanya. Hal tersebut peneliti dapatkan dari jawaban yang diberikan oleh responden kepada peneliti melalui kuesioner yang disebar oleh peneliti. Maka dari itu semakin tinggi Persepsi Risiko yang dirasakan masyarakat Kota Palu maka akan semakin rendah penggunaan mereka dalam menggunakan *Go-Pay*.

Pernyataan tersebut sejalan dengan yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) penelitiannya yang berjudul: Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Studi kasus pada masyarakat di kota Semarang). Yang menyatakan bahwa persepsi risiko secara simultan dan parsial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli pelanggan melalui sikap pelanggan sebagai mediasi pada tokopedia.com.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan dan Persepsi risiko secara serempak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Gopay* di Kota Palu. Adapun saran dalam penelitian ini yaitu kepada pihak perusahaan *Gopay* lebih mengoptimalkan lagi dalam mengembangkan aplikasinya menambahkan fitur fitur yang lebih menarik lagi sehingga penggunaan *gopay* akan lebih menarik untuk dipakai dan bisa lebih mudah dan gampang. Bagi penelitian selanjutnya peneliti menyarankan untuk memperluas sampel yang digunakan agar hasilnya dapat digeneralisasikan, Instrumen penelitian dikembangkan lagi sehingga dapat lebih mengukur variabel tersebut. Bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel independen yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti variabel persepsi keamanan, persepsi kepercayaan dan *gender*.

DAFTAR RUJUKAN

- Arner, D. W., J. Barberis, dan R. P. Buckley. (2015). "The evolution of Fintech: A new post-crisis paradigm". *Journal of International Law Research Paper*, 47, 1271.
- Basyar, K., dan Sanaji. (2016). "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Bisnis Manajemen*, 8(2), 204-217.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology". *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Hair, Black, Babin, dan Anderson. (1995). *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition*, Prentice Hall, Upper Saddle River. New Jersey.
- Jogiyanto. (2017). *Sistem Informasi Keprilakuan*. J. P. A. Yogyakarta: Andi Offset.
- Oktabriantono, P. A. Sulindawati, N. G. E. dan Marvianti Dewi, D. E. P. (2017). "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan *E-Banking* Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha". *E-Jurnal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol. 8(2).
- Priambodo, S. Dan Prabawani, B. (2016). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-135.
- Pratama, A. D. (2020). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Pelanggan Melalui Sikap Pelanggan Sebagai Mediasi Pada Tokopedia.com)". *Agora*, 8(1).
- Shomad, A. C. (2012). "Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(2), 1-20.
- Silae, S., dan Widiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. I. MEDIA: Jakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta