

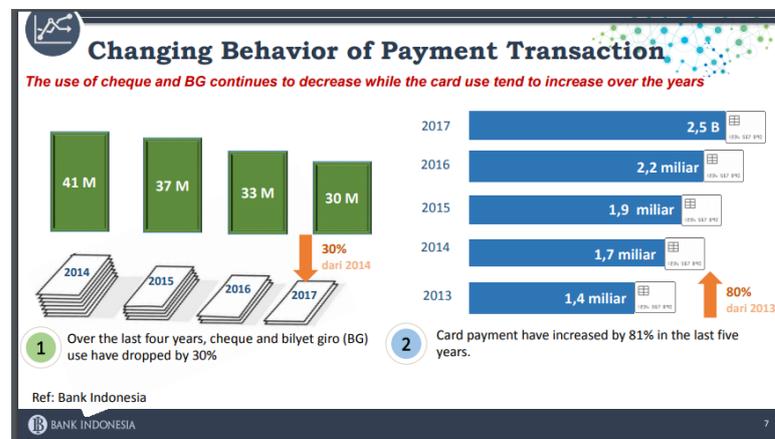
## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Upaya pemenuhan kebutuhan sehari-hari dilakukan dengan melakukan pembelian dimana sejumlah nilai nominal uang ditukarkan dengan barang atau jasa yang dibutuhkan, hal ini disebut dengan pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan secara tunai ataupun non tunai. Cek dan giro merupakan instrumen pembayaran non tunai tertua yang ada hingga saat ini, dikemudian hari berkembang instrumen pembayaran non-tunai berbasis kartu (kartu debit dan kredit).

**Gambar 1. 1 Perubahan Perilaku Pembayaran Non Tunai**



Sumber: Bank Indonesia, 2018

Data yang didapatkan dari Bank Indonesia pada gambar 1.1 memperlihatkan tahun 2014 nominal transaksi pembayaran non-tunai dengan cek dan giro tercatat 41 M, kemudian setiap tahunnya mengalami penurunan hingga di tahun 2017 nominal transaksinya tercatat sebesar 30 M. Hal ini berbeda dengan nominal transaksi pembayaran dengan menggunakan kartu dimana setiap tahunnya

dari tahun 2013 – 2017 mengalami peningkatan nominal transaksi lebih dari 80%. Data ini dapat memiliki banyak arti, salah satunya menunjukkan adanya perubahan perilaku pembayaran non tunai di masyarakat Indonesia dimana semakin banyak yang menggunakan instrumen kartu (debit atau kredit) untuk bertransaksi.

Perkembangan zaman yang diikuti dengan kemajuan teknologi yang ada membuat masyarakat mulai mengenal istilah *FinTech* atau *Financial Technology*. *Financial Technology* menurut Bank Indonesia adalah penggabungan antara jasa keuangan dengan teknologi terkini yang akhirnya mengubah model transaksi keuangan dari konvensional menjadi lebih moderen, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang tunai, kini transaksi dapat dilakukan tanpa membawa uang tunai bahkan transaksi dapat dilakukan dari jarak jauh. Hadirnya *FinTech* menjadikan pembayaran non tunai memasuki era *digital payment* dimana pada era ini mulai dikenal satu instrumen pembayaran non tunai lagi yaitu uang elektronik atau *e-money*.

Bank Indonesia mendefinisikan uang elektronik sebagai suatu alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai nominal uangnya akan disimpan dalam media elektronik tertentu. Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik ini dapat berupa *chip* yang mana *chip* ini akan dimasukkan ke dalam sebuah kartu agar bisa digunakan seperti mandiri *e-money*, BRI Brizzi dan BCA Flazz. Selain disimpan dalam *chip*, nominal uang elektronik juga disimpan dalam server berbentuk sebuah aplikasi *smartphone* yang dikenal sebagai *digital wallet* atau *e-wallet*.

**Tabel 1. 1 Jumlah Transaksi E-money di Indonesia**

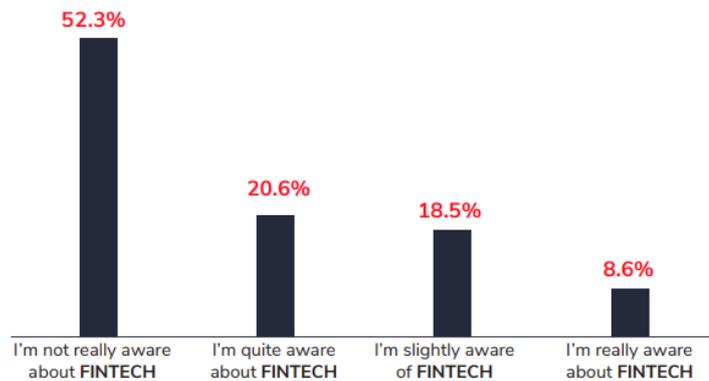
TAHUN	NOMINAL (juta rupiah)	PERTUMBUHAN PERTAHUN (%)
2016	7.063.689	-
2017	12.375.469	75%
2018	47.198.616	281%
2019	145.165.468	207%
2020	204.909.170	41%

Sumber: bi.go.id, 2020

Data yang didapatkan Bank Indonesia pada Tabel 1.1 memperlihatkan dalam 5 tahun dari tahun 2016 hingga 2020 nominal transaksi *e-money* selalu meningkat, tercatat jumlah transaksi yang dilakukan di tahun 2020 mencapai tingkat pertumbuhan lebih dari 2000% dari tahun 2016 dengan nilai nominal transaksi lebih dari 204 triliun rupiah. Bisa dikatakan Indonesia akan menuju *cashless society* atau masyarakat yang tak lagi menggunakan uang tunai dalam melakukan pembayaran, meskipun tidak akan menghilangkan sepenuhnya transaksi menggunakan uang kartal seperti pada lapisan masyarakat yang belum tersentuh digitalisasi.

Perubahan transaksi ini tidak lain dan tidak bukan merupakan campur tangan Bank Indonesia dimana pada tahun 2009 penyelegaraan uang elektronik telah diatur dalam peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009. Untuk mendorong transaksi uang elektronik tersebut, lima tahun kemudian yakni di tahun 2014, Bank Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dan pada akhir tahun 2017 kebijakan ini kembali di dukung dengan kebijakan pembayaran jalan tol wajib menggunakan *e-money*.

**Gambar 1. 2 Kesadaran masyarakat terhadap *FinTech***



Sumber: Fintech Report 2020, 2020

Hasil survei yang dilakukan DailySocial Research dan diterbitkan dengan judul *FinTech Report 2020* pada gambar 1.2 diatas menyatakan bahwa 52.3% dari 1434 responden tidak begitu paham tentang *FinTech*, hanya 8,6 % responden yang sangat sadar akan *FinTech* sedangkan 39,1% responden cukup mengetahui akan *FinTech*.

**Gambar 1. 3 Kesadaran masyarakat terhadap produk *Fintech***

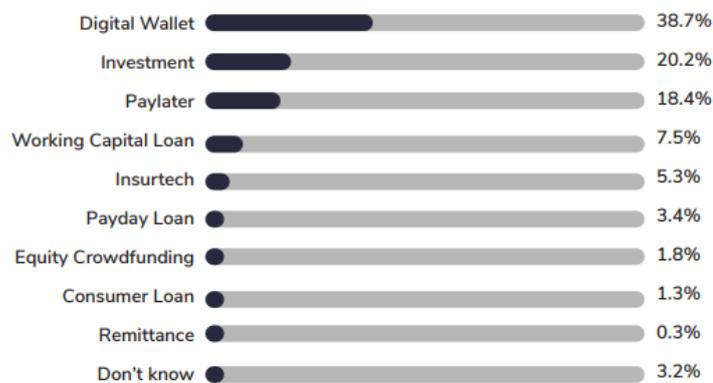


Sumber: Fintech Report 2020, 2020

Pada gambar 1.3 684 responden yang memiliki kesadaran akan FinTech (8,6% sangat sadar dan 39,1% cukup mengetahui) didapatkan Lebih dari 80% orang mengetahui tentang Dompet Digital, Paylater, dan Investasi sebagai produk

*FinTech* yang mana dompet elektronik atau *e-wallet* menjadi produk yang populer jika dikaitkan dengan teknologi keuangan serta memimpin produk *FinTech* yang pernah digunakan oleh masyarakat, dan dalam hal niat untuk menggunakan produk fintech kedepan pada gambar 1.4, Dompet Digital memimpin dengan persentase 38,7% kemudian disusul investasi (20,2%) dan paylater (18,4%).

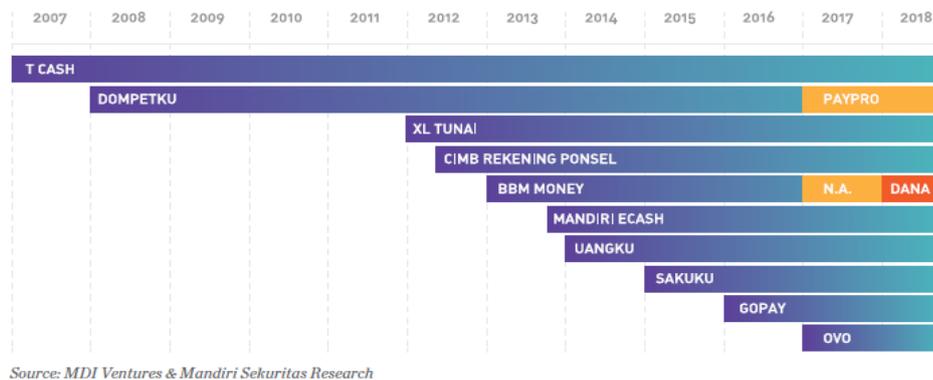
**Gambar 1. 4 Produk *FinTech* yang Dipertimbangkan Untuk Digunakan Di Masa Depan**



Sumber: Fintech Report 2020, 2020

Dompet elektronik merupakan produk *FinTech* pembayaran berbentuk aplikasi *smartphone* dimana nilai nominal uang elektronik di simpan dalam jaringan memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengirim, dan membayar langsung melalui aplikasi. Pertama kali diperkenalkan di Indonesia oleh Telkomsel dengan layanan bernama T-Cash di tahun 2007, kemudian bermunculan dompet elektronik lain yang semakin meramaikan pasar dompet elektronik Indonesia seperti pada gambar 1.5.

**Gambar 1. 5 Timeline Kemunculan *E-Wallet* di Indonesia**



Sumber: MDI Ventures, 2018

Kehadiran dompet elektronik di Indonesia menjadi alternatif dalam bertransaksi di era digitalisasi dan diharapkan dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat. 420 responden pada survei DailySocial Research pada gambar 1.5 memperlihatkan faktor-faktor yang dipertimbangkan masyarakat dalam menggunakan dompet elektronik. Sesuai dengan kebutuhan, menghemat waktu, produk terpercaya, dan mudah digunakan merupakan faktor pertimbangan kebanyakan masyarakat untuk menggunakan dompet elektronik.

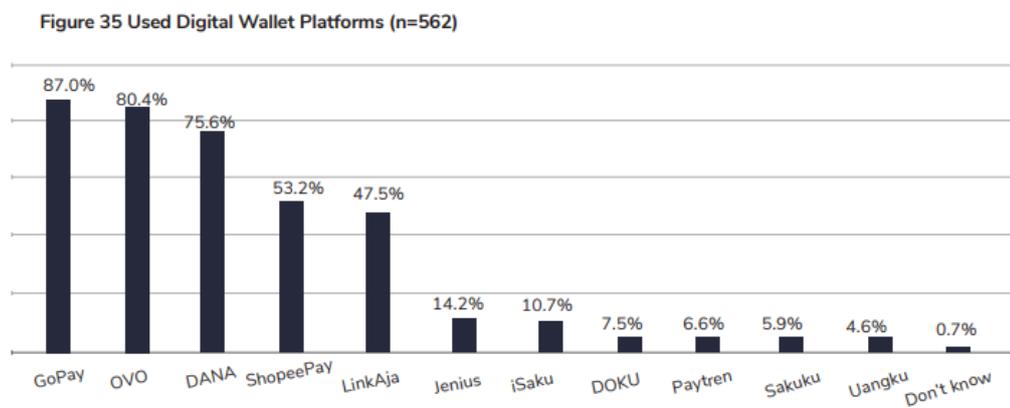
**Gambar 1. 6 Faktor Pertimbangan Masyarakat Menggunakan Dompet Elektronik**



Sumber: Fintech Report 2020, 2020

Banyaknya penyedia jasa layanan dompet elektronik di Indonesia akan memberikan pilihan kepada masyarakat untuk memilih dompet elektronik yang akan mereka gunakan, tetapi tentu ada beberapa nama *e-wallet* yang memiliki pangsa pasar besar. Dari beberapa data yang penulis dapatkan berikut akan menunjukkan beberapa *e-wallet* yang banyak digunakan masyarakat Indonesia.

**Gambar 1. 7 Peringkat *E-Wallet* di Indonesia**



Sumber: Fintech Report 2020, 2020

**Gambar 1. 8 Peringkat *E-Wallet* di Indonesia**



Sumber: iprice.co.id, 2020

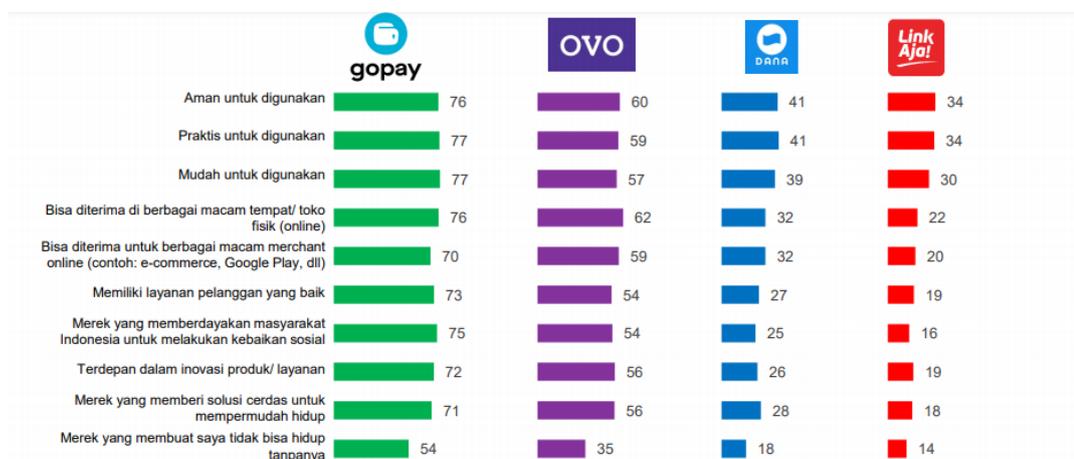
Data dari hasil survei yang dilakukan kepada 562 responden pada Gambar 1.7 menunjukkan 87% responden menggunakan GoPay dan pada gambar 1.8 menampilkan data bahwa GoPay menjadi dompet elektronik dengan pengguna aktif bulanan terbanyak di Indonesia selama 5 kuartal berturut-turut sejak Q2 2019. Tidak heran GoPay mampu merajai pasar dompet elektronik di Indonesia hal ini disebabkan GoPay yang merupakan salah satu layanan dari super app Gojek *start up* decacorn pertama di Indonesia, dimana dengan GoPay para pengguna Gojek dapat membayar seluruh layanan dari Gojek tanpa menggunakan uang tunai.

Ketika GoPay menjadi nomor 1 di pasar pasti ada pesaing yang menempel ketat, OVO merupakan *e-wallet* independen, non bank dan non pemerintah besutan PT.Visionet Internasional yang menjadi saingan ketat dari GoPay. OVO yang mulai beroperasi secara efektif pada tanggal 22 Agustus 2017 dalam waktu kurang lebih 1 tahun di akhir 2018, jumlah penggunanya telah mencapai 115 juta, 500.000 *merchant* dan telah hadir di 303 kota di wilayah Indonesia. Dompet elektronik besutan Lippo Group ini awalnya hanya bekerja sama dengan perusahaan Lippo lainnya seperti Hypermart dan RS Siloam meskipun OVO dirancang sebagai *open platform*.

Berbagai langkah kerjasama di berbagai sektor diantaranya ritel, transportasi dan *e-commerce* dilakukan OVO untuk bersaing ketat dengan GoPay. Melakukan kerja sama dengan Grab Indonesia yang merupakan rival berat dari Gojek dalam hal penyedia jasa transportasi *online* di Indonesia dimana para pengguna Grab bisa membayar layanan jasa yang ada di Grab dengan OVO. Menggandeng nama besar Tokopedia sebagai *e-commerce* populer di Indonesia

juga merupakan salah satu cara OVO untuk menambah jumlah pengguna dengan hadirnya OVO sebagai pilihan pembayaran di Tokopedia. Selain *e-commerce* OVO juga bermitra dengan ritel-ritel besar dan UMKM, namun dengan berbagai langkah kerjasama ini OVO belum mampu menggeser GoPay dari posisi teratas dari segi jumlah pengguna dan kualitas produk.

**Gambar 1. 9 Kualitas Dompot Eletronik Menurut Pengguna**



Sumber: IPSOS, 2020

Survei yang dilakukan IPSOS perusahaan Market Riset terbesar ketiga di dunia dan memiliki kantor perwakilan di 90 Negara, kepada 500 responden di lima kota besar di Indonesia: Jakarta, Semarang, Yogyakarta, Palembang dan Manado menunjukkan bahwa pengguna menilai OVO tidak lebih aman dan mudah untuk digunakan daripada GoPay.

Manfaat dari hadirnya sebuah dompet elektronik adalah untuk memudahkan kita untuk bertransaksi dalam keseharian menggantikan kebiasaan bertransaksi menggunakan uang tunai, dengan cara memindahkan nilai nominal uang tunai yang dimiliki kemudian disimpan ke sebuah sistem elektronik. Persepsi kemudahan penggunaan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu

sistem atau dalam hal ini teknologi tertentu akan bebas dari kesulitan atau usaha yang dilakukan dengan keras (Davis, 1989). Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor dalam teori *Technology Acceptance Model* yang mempengaruhi keingintahuan dan niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau tidak menggunakannya yang mana akan berakhir pada penggunaan atau pengadopsian teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh variabel-variabel eksternal seperti dorongan atau tekanan pihak lain, perubahan lingkungan serta trend di tengah pengguna teknologi. Pengalaman dalam penggunaan menimbulkan penilaian akan kepuasan yang menentukan sikap untuk terus menggunakan (penggunaan ulang) atau bahkan merekomendasikannya.

Ada resiko yang timbul dari penggunaan dompet elektronik seperti resiko kegagalan transaksi yang timbul apabila pengguna kurang dapat memahami dengan benar bagaimana cara bertransaksi menggunakan sistem dompet elektronik. Resiko berikutnya yang akan timbul ialah resiko kehilangan nominal yang tersimpan atau bahkan yang lebih berbahaya yaitu pencurian data pribadi akibat kurang kuatnya sistem keamanan yang dimiliki mengingat semakin marak dan berkembangnya *cyber crime* di dunia *fintech*. Menciptakan sistem teknologi yang memiliki tingkat keamanan yang kuat merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh pihak pengembang *e-wallet* karena keamanan merupakan kunci penting keberhasilan pengadopsian dompet elektronik oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang Penulis jabarkan, dapat diangkat menjadi suatu pembahasan dalam penelitian ini yang bisa juga dikatakan sebagai penelitian evaluasi dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Kemudahan**

## **Penggunaan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Elektronik OVO (Studi pada Masyarakat di Kota Semarang)”.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik OVO?
2. Apakah persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik OVO?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik OVO?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan, masalah tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik OVO.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik OVO.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik OVO.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha, diharapkan dapat memberikan tambahan informasi perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan jumlah pengguna serta kualitas pelayanan dan memberikan manfaat secara praktis bagi pengembangan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran.
2. Bagi penulis lain, sebagai bahan referensi dan informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya.
3. Bagi penulis, penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti dalam menerapkan teori yang telah diperoleh serta menambahkan wawasan peneliti dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk.

## 1.5 Kerangka Teori

### 1.5.1 Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*)

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi adalah model penerimaan teknologi informasi atau *Technology Acceptance Model (TAM)*. Model Penerimaan Teknologi (TAM) dikenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1986. Model Penerimaan Teknologi didasarkan pada Theory of Reasoned Action (TRA), yang menunjukkan bahwa perilaku sosial didorong oleh sikap dan niat untuk berperilaku. Model Penerimaan Teknologi merupakan salah satu model penelitian yang digunakan untuk

memprediksi penggunaan dan penerimaan suatu sistem informasi dan teknologi oleh pengguna individual.

TAM mengadopsi dua faktor persepsi, yaitu: persepsi kegunaan yang dirasakan dan persepsi atas kemudahan penggunaan yang dirasakan. Baik persepsi kegunaan yang dirasakan dan persepsi atas kemudahan penggunaan akan dipengaruhi oleh variabel eksternal. TAM diimplementasikan dan diuji di perbankan *online*, belanja *online*, *e-government*, imigrasi, *e-commerce*. Bagi TAM, kepercayaan pengguna menentukan sikap terhadap penggunaan sistem. Niat perilaku, pada gilirannya, ditentukan oleh sikap terhadap penggunaan sistem ini. Akhirnya, niat perilaku mengarah pada perilaku yang sebenarnya.

Menurut Jogiyanto (2007) teori *Technology Acceptance Model (TAM)* memiliki beberapa kelebihan yaitu:

1. TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai minat (*intention*) untuk menggunakannya.
2. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat.
3. TAM telah diuji dengan banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
4. TAM merupakan model yang parsimoni (*parsimonious*) yaitu model yang sederhana namun valid.

**Gambar 1. 10 *Technology Acceptance Model (TAM)***



### 1.5.2 Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut *intern*, dan *ekstern*. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui melalui panca inderanya.

Rakhmat (2007) menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan Suharman (2005) menyatakan bahwa persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia. Menurutnya ada tiga aspek didalam persepsi yang

dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.

Persepsi diawali dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima suatu hal yang kemudian diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan informasi yang diterimanya menjadi suatu gambaran yang memiliki arti (Walgito, 2010).

Menurut Sobur (2003), dalam proses persepsi terdapat tiga komponen utama yang terdiri dari:

a. Seleksi

Seleksi yaitu penyampaian dari indera terhadap rangsangan atau stimulus dari luar, sedangkan intensitas dan jenisnya dapat sedikit atau banyak.

b. Interpretasi

Interpretasi adalah proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti.

c. Pembulatan

Pembulatan yaitu penarikan kesimpulan dan tanggapan terhadap informasi yang diterima.

Menurut Miftah Toha (2003), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

- a. Faktor internal: perasaan, sikap, dan kepribadian individu, prasangka, keinginan, atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai, dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.

- b. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diterima, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

### 1.5.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan (Davis, 1989) dikatakan bahwa, "*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort. This follows from the definition of 'ease': freedom from difficulty or great effort.*" Berarti persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau dalam hal ini teknologi tertentu akan bebas dari kesulitan atau usaha yang dilakukan dengan keras.

Persepsi Kemudahan Penggunaan terbagi menjadi beberapa dimensi sebagai berikut (Venkatesh; Viaswanath & Davis; Fred D., 2000) :

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Menurut Davis (1986), skala pengukuran yang digunakan untuk persepsi kemudahan penggunaan antara lain:

1. Saya sering bingung saat menggunakan sistem surat elektronik.
2. Saya sering melakukan kesalahan saat menggunakan surat elektronik.
3. Berinteraksi dengan sistem surat elektronik sering kali membuat frustrasi.
4. Saya perlu sering membaca buku petunjuk saat menggunakan surat elektronik.
5. Berinteraksi dengan sistem surat elektronik membutuhkan banyak usaha mental saya.
6. Saya merasa mudah untuk memulihkan kesalahan yang ditemui sewaktu menggunakan surat elektronik.
7. Sistem surat elektronik kaku dan tidak fleksibel untuk berinteraksi.
8. Saya merasa mudah membuat sistem surat elektronik melakukan apa yang saya inginkan.
9. Sistem surat elektronik sering kali berperilaku tidak terduga.
10. Saya menemukan nomor ~ ome ~ untuk menggunakan sistem surat elektronik.
11. Interaksi saya dengan sistem surat elektronik mudah dimengerti.
12. Mudah bagi saya untuk mengingat cara melakukan tugas menggunakan sistem surat elektronik.
13. Sistem surat elektronik memberikan panduan yang berguna dalam melakukan tugas.
14. Secara keseluruhan, menurut saya sistem surat elektronik mudah digunakan.

### 1.5.3 Persepsi Keamanan

Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan transaksi online adalah bagaimana dapat mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Dalam kasus dompet elektronik Dr. Jean Michel Sahut seorang professor Universitas Poitiers, Prancis yang mengajar teknologi informasi komunikasi untuk keuangan mengatakan bahwa keamanan merupakan kunci penting dari keberhasilan pengadopsian dompet elektronik oleh masyarakat (Sahut, 2008).

Persepsi Keamanan (Flavián & Guinalú, 2006) dikatakan bahwa *“Perceived security may be defined as the subjective probability with which consumers believe that their personal information (private and monetary) will not be viewed, stored, and manipulated during transit and storage by inappropriate parties in a manner consistent with their confident expectations.”* dapat diartikan bahwa persepsi keamanan adalah anggapan pribadi dari seorang konsumen bahwa informasi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dimanipulasi serta disalah gunakan selama penyimpanan oleh pihak yang tidak pantas, yang mana secara ajek menimbulkan harapan dan percaya diri mereka.

*Perceived Security* dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi yang ia gunakan untuk mengirim informasi yang sensitif seperti data konsumen dan transaksi finansial terjamin keamanannya, atau

dilindungi dari segala ancaman potensial. Data finansialnya tetap rahasia, tidak akan disimpan dan digunakan oleh orang yang tidak berhak atau pengguna tidak sah.

Menurut David (2001), skala pengukuran untuk persepsi keamanan adalah:

1. Saya akan merasa aman mengirimkan informasi sensitive di seluruh World Wide Web
2. World Wide Web adalah cara aman untuk melaluinya yang akan mengirimkan informasi
3. Saya akan merasa sangat aman memberikan informasi sensitive informasi tentang diri saya di World Wide Web
4. Saya akan khawatir tentang memberikan informasi sensitive informasi melalui World Wide Web
5. Sejauh mana Anda percaya bahwa World Wide Web adalah tempat yang aman untuk menaruh perhatian informasi?
6. Saya tidak akan memberikan informasi sensitif atas World Wide Web
7. Secara keseluruhan, World Wide Web adalah tempat yang aman untuk dikunjungi mengirimkan informasi sensitive.

#### **1.5.4 Keputusan Penggunaan**

Proses pengambilan keputusan merupakan perilaku yang harus dilakukan untuk dapat mencapai sasaran dan dengan demikian dapat menyelesaikan masalahnya, dengan kata lain proses pemecahan suatu masalah yang diarahkan pada sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), keputusan pembelian merupakan proses kejadian pengenalan

masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Schiffman dan Kanuk (2000) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai “*the selection of an option from two or alternative choice*”. Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada jika dalam pengambilan keputusan memerlukan usaha yang besar, maka konsumen perlu meluangkan waktu untuk melakukan proses keputusan. Sebaliknya untuk pembelian yang sifatnya rutin cenderung merupakan peristiwa yang monoton dan menunjukkan berkurangnya tingkat kesenangan.

Landasan teori variabel keputusan penggunaan pada penelitian ini diekuivalenkan atau disamakan dengan teori mengenai keputusan pembelian. Peter dan Olson (2013) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya.

Kotler & Keller (2008) mengemukakan bahwa terdapat lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pengambilan keputusan yaitu:

#### 15. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai pada saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan

yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

#### 16. Pencarian Informasi

Konsumen yang terdesak oleh kebutuhan akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Besarnya pencarian yang dilakukan tergantung pada kuat atau lemahnya dorongan, jumlah informasi yang telah dimilikinya, kemudahan mendapatkan dan nilai yang diberikan pada informasi tambahan, dan kepuasan dalam pencarian informasi tersebut. Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok:

- a. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan
- b. Sumber komersil: iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran.
- c. Sumber umum: media massa, organisasi penilaian konsumen.
- d. Sumber pengalaman: pernah menangani, memeriksa dan menggunakan produk.

#### 3. Evaluasi Alternatif

Model yang terbaru memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif yaitu mereka menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk, terutama berdasarkan kesadaran dan rasio. Beberapa konsep dasar dalam memahami proses evaluasi konsumen yaitu pertama, konsumen berusaha untuk memenuhi suatu kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi

produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai pengenalan masalah pencarian informasi evaluasi alternatif.

#### 4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi alternatif, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin untuk membentuk niat untuk membeli suatu produk yang paling disukai.

#### 5. Perilaku Pasca Pembelian

Tahap ini sangat ditentukan oleh pengalaman konsumen dalam mengonsumsi produk yang ia beli. Setelah mengonsumsi suatu produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Apabila barang yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen mendapat kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat.

### 1.5.5 Penelitian Terdahulu

Di bawah ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel-variabel pada penelitian ini:

**Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Schierz et al., 2010	<i>Understanding Consumer Acceptance of Mobile Payment Services: An Empirical Analysis</i>	Hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan sikap terhadap penggunaan <i>mobile payment</i> adalah positif dan signifikan, serta hubungan antara

		persepsi keamanan terhadap sikap terhadap penggunaan <i>mobile payment</i> adalah positif.
Kim et al., 2010	<i>An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems</i>	Keamanan yang dirasakan berkaitan positif dengan penggunaan <i>e-payments system</i> .
Noviandini, 2012	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan <i>E-Filling</i> Bagi Wajib Pajak di Yogyakarta.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan variabel penggunaan <i>e-filling</i> .
Mentari, 2018	Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat yang Dirasakan dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Adopsi m-banking BRI Makassar Raya.	Keamanan memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap Adopsi m-banking BRI.
Listyawati, 2018	Pengaruh Persepsi Trust, Persepsi Resiko, Persepsi Keamanan dan Persepsi Kemudahan terhadap Penggunaan <i>Internet Banking</i> (Studi Kasus pada Nasabah Bank Bri Kantor Cabang Kartasura)	Variabel persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>internet banking</i> .

## 1.6 Pengaruh antar Variabel

### 1.6.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tertentu akan bebas dari suatu usaha (Jogiyanto,2007), dalam kasus penggunaan *e-wallet* apabila individu menilai bahwa teknologi *e-wallet* OVO mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan diperkuat dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Schizers (2010) yang hasilnya

menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, kemudian diperkuat dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Noviandini (2012) dimana hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan.

### **1.6.2 Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan**

Keamanan yang dirasakan mengacu pada evaluasi subjektif pengguna dari keamanan sistem pembayaran elektronik (Linck et al., 2006), dalam kasus penggunaan OVO apabila seseorang menilai bahwa uang yang mereka konversikan nilainya menjadi uang elektronik untuk disimpan di OVO itu lebih aman daripada membawa uang tunai di dompet maka orang tersebut dapat memutuskan untuk menggunakan OVO. Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Kim (2010) yang hasilnya menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-payments system* serta penelitian oleh Mentari (2018) bahwa keamanan memiliki pengaruh Positif terhadap pengadopsian *m-banking* BRI.

### **1.6.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan**

Semakin tinggi penilaian seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem teknologi dan keamanan data privasi, semakin tinggi pula tingkat penggunaan teknologi informasi. Pengaruh persepsi kemudahan

penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan diperkuat dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Listyawati (2018) dimana hasilnya adalah variabel persepsi keamanan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.

### **1.7 Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan. Belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2010). Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian serta kerangka pemikiran teoritis terhadap perumusan masalah, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

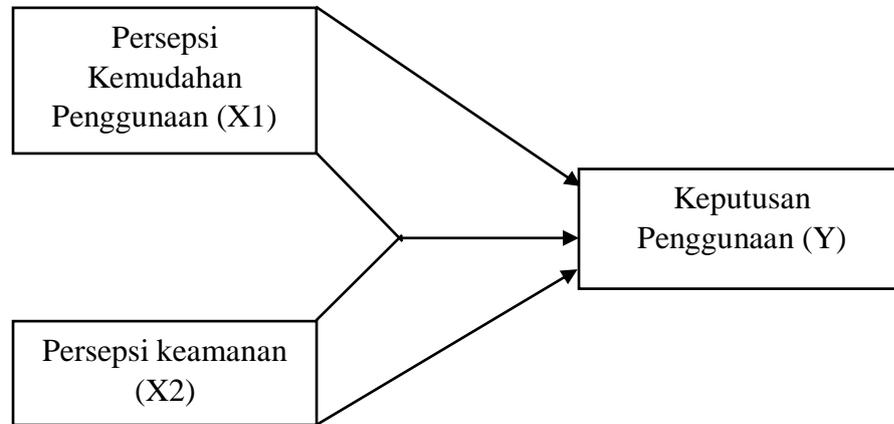
H1 = Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik OVO.

H2 = Persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik OVO.

H3 = Persepsi kemudahan penggunaan dan Persepsi keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dompet elektronik OVO.

Untuk memperjelas hipotesis di atas, berikut ini disajikan gambar hipotesis tersebut:

**Gambar 1. 11 Model Hipotesis**



### 1.8 Definisi Konseptual

Dalam suatu penelitian perlu dilakukan pendefinisian terhadap variabel-variabel yang akan digunakan dalam pembahasan masalah. Hal ini dimaksud agar dalam pembahasan masalah yang hendak diteliti atau dibahas dapat terarah dan jelas batasannya. Adapun definisi konsep yang digunakan adalah:

#### a. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis (1989) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau dalam hal ini teknologi tertentu akan bebas dari kesulitan atau usaha yang dilakukan dengan keras.

#### b. Persepsi Keamanan

Menurut Flavián & Guinalú (2006) dapat diartikan persepsi keamanan adalah anggapan pribadi dari seorang konsumen bahwa informasi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dimanipulasi serta disalah gunakan selama penyimpanan oleh

pihak yang tidak pantas, yang mana secara ajek menimbulkan harapan dan percaya diri mereka.

### **c. Keputusan Penggunaan**

Peter dan Olson (2013) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya.

## **1.9 Definisi Operasional**

Definisi operasional disini adalah penjabaran dari faktor-faktor yang menyusun variabel dalam penelitian ini, yang disebut sebagai indikator penelitian. Berdasarkan definisi konsep yang telah dirumuskan, dapat disusun definisinya secara operasional yang disesuaikan dengan kondisi lapangan yang ada, sekaligus dapat dijabarkan indikator-indikator pengukuran masing-masing variabel, yaitu:

### **a. Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan diadopsi dari Davis (1986) mengenai skala pengukuran yang digunakan untuk persepsi kemudahan penggunaan, yaitu:

- Sistem mudah dipelajari.
- Sistem jelas dan mudah di mengerti.
- Sistem mudah digunakan.
- Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.
- Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan

## **b. Persepsi Keamanan**

Indikator Persepsi Keamanan yang diadopsi dari David (2001), antara lain:

- Percaya bahwa data pribadi dan data finansial disimpan dengan aman sehingga tidak akan tersebar.
- Percaya bahwa kegiatan transaksi terjamin keamanannya.
- Percaya bahwa nominal uang yang tersimpan tidak akan dicuri.
- Percaya bahwa aplikasi dompet elektronik hanya dapat diakses setelah password dimasukkan.

## **c. Keputusan Penggunaan**

- Menjadi prioritas pilihan.
- Perasaan setelah melakukan penggunaan.
- Kemantapan saat menggunakan.
- Keinginan untuk melakukan penggunaan ulang.
- Memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan penggunaan.

## **1.10 Metode Penelitian**

### **1.10.1 Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *explanatory research* yaitu penelitian yang dimaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang akan diteliti dan hubungan antar satu variabel dengan variabel yang lain, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh

persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan.

## **1.10.2 Populasi dan Sampel**

### **1.10.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2010). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh responden atau seluruh masyarakat Kota Semarang yang sudah menggunakan dompet elektronik OVO.

### **1.10.2.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2010). Dalam penelitian ini tidak seluruh populasi diambil, karena itu dalam penelitian ini digunakan sampel.

Menurut Cooper dan Emory (1996) dituliskan bahwa formula dasar dalam menentukan ukuran sampel untuk populasi yang tidak terdefiniskan secara pasti jumlahnya, sampel ditentukan secara langsung sebesar 100 responden. Jumlah sampel 100 sudah memenuhi syarat suatu sampel dikatakan representatif. Oleh karena itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100

orang responden yang menggunakan dompet elektronik OVO cukup mewakili untuk diteliti.

### **1.10.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan teknik *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2010) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jenis sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010). Pertimbangan atau kriteria sampel diatas sebagai berikut:

1. Masyarakat Kota Semarang
2. Sudah menggunakan dompet elektronik OVO.
3. Berusia 15 – 50 tahun.
4. Bersedia mengisi kuesioner untuk keperluan riset.

### **1.10.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **1.10.4.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kuantitatif.

Data kuantitatif ialah data yang berbentuk angka atau numerik atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa

informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2010).

#### **1.10.4.2 Sumber Data**

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Data tersebut bisa diperoleh langsung dari personel yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan (Pabundu 2006). Data primer pada penelitian ini diperoleh dari masyarakat Kota Semarang yang belum menggunakan dompet elektronik OVO dengan menggunakan kuesioner.

##### **2. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi diluar dari peneliti sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya ada data yang asli. Data sekunder bisa diperoleh dari instansi-instansi, perpustakaan maupun dari pihak lainnya (Pabundu, 2006).

#### **1.10.5 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur,

sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2010).

Dalam penelitian ini menggunakan jenis skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan 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 (Sugiyono, 2010).

Penentuan nilai skor adalah sebagai berikut:

- Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi nilai 5
- Setuju/sering/positif diberi nilai 4
- Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi nilai 3
- Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi nilai 2
- Sangat tidak setuju/tidak pernah setuju/sangat negatif diberi nilai 1

#### **1.10.6 Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengukuran data dengan menyerahkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan (respon) atas atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan (Sugiyono, 2010).

### 1.10.7 Teknik Pengolahan Data

Setelah data berhasil dikumpulkan maka langkah selanjutnya dalam penelitian yaitu melakukan pengolahan data. Metode pengolahan data adalah sebagai berikut:

a. Pengeditan (*Editing*)

Yaitu proses pemeriksaan dan pengoreksian yang dilakukan setelah data terkumpul untuk mengetahui apakah jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan sudah lengkap atau belum.

b. Pemberian Kode (*Coding*)

Yaitu pemberian tanda, simbol, atau kode bagi yang masuk dalam kategori yang sama untuk diklasifikasikan dan dikelompokkan menurut kategori yang sudah ditetapkan.

c. Pemberian Skor (*Skoring*)

Yaitu kegiatan mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam data kuantitatif. Perolehan data tersebut akan dipergunakan dalam pengujian hipotesis.

d. Tabulasi (*Tabulating*)

Yaitu kegiatan menyajikan data dalam bentuk tabel. Maksud dalam penggunaan tabel ini adalah untuk memudahkan dalam menganalisis data yang diperoleh serta untuk memudahkan dalam penyajian dan pengolahan data tersebut.

### **1.10.8 Instrumen Penelitian**

Pada prinsipnya meneliti adalah pengukuran terhadap fenomena maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2010). Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian kuesioner. Menurut Sugiyono (2010), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yaitu jenis kuesioner yang selain menyajikan pertanyaan dan pilihan jawaban dimana responden dapat memberikan tanggapan terbatas pada pilihan yang diberikan.

### **1.10.9 Teknik Analisis Data**

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan.

#### **1. Analisis Kualitatif**

Analisis kualitatif adalah analisa data yang terkumpul dengan membahas dan menerangkan atau memberi penjelasan tentang gejala

atau kasus yang ada dalam kaitannya dengan variabel yang diteliti tanpa menggunakan pembuktian penghitungan. Analisis ini digunakan untuk mengolah data yang sifatnya tidak dapat diukur sehingga diperlukan penjabaran penguraian secara teoritis. Data yang disajikan melalui analisis kualitatif adalah berupa keterangan, penjelasan dan pembahasan teoritis mengenai variabel yang diteliti.

## **2. Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif merupakan teknik analisis data dengan menggunakan perhitungan statistik. Data yang disajikan oleh analisis kuantitatif berupa angka-angka. Analisis ini digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis penelitian dan menguji pengaruh serta hubungan antar variabel penelitian. Metode yang digunakan untuk menganalisis secara statistik antara lain:

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah indikator yang dipakai dapat digunakan untuk mengukur variabel yang merupakan variasi yang memiliki nilai. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2007). Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Sebaliknya bila  $r$  hitung lebih kecil daripada  $r$  tabel, kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner untuk mengukur variabel. Pengujian ini digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner dapat dipercaya atau tidak sebagai hasil penelitian yang baik. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha, suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Rumus Cronbach's Alpha :

$$r_{11} = \left[ \frac{K}{K-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\delta_t^2} \right]$$

dimana:

- $r_{11}$  = Reliabilitas instrumen
- $K$  = Banyaknya butir instrumen
- $\sum \delta_b^2$  = Jumlah varians butir
- $\delta_t^2$  = Varians total

## c. Koefisien Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk melihat kuat atau tidaknya variabel independen memengaruhi variabel dependen. Rumus korelasi

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

dimana :

- $r_{XY}$  = Koefisien korelasi skor item dengan skor total korelasi
- $\sum X$  = Jumlah X (skor item)
- $\sum Y$  = Jumlah Y (skor total variabel)

$$\begin{aligned}\sum XY &= \text{Hasil kali antara X dan Y} \\ N &= \text{Jumlah sampel}\end{aligned}$$

Menurut (Sugiyono, 2010) disebutkan bahwa untuk menentukan keeratan hubungan/koeffisien korelasi antar variabel tersebut, diberikan patokan-patokan sebagai berikut :

**Tabel 1. 3 Interpretasi Koeffisien Korelasi**

Interval Koeffisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	sangat lemah
0,20 – 0,399	lemah
0,40 - 0,599	sedang
0,60 – 0,799	kuat
0,80 – 1,000	sangat kuat

Sumber: Metode Penelitian Bisnis, Sugiyono (2010)

Apabila nilai  $r$  mendekati 0 artinya pengaruh yang dihasilkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen adalah lemah. Sedangkan apabila nilai mendekati 1 artinya pengaruh yang dihasilkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen adalah kuat.

#### **d. Analisis Regresi Sederhana**

Regresi linear sederhana merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan uji pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan dengan keputusan penggunaan. Dampak dari penggunaan analisis ini dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat

dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen (Sugiyono, 2010).

Persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Konstanta, atau nilai Y bila X = 0,

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan dependen yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

#### e. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui keadaan (naik turunnya) variabel dependen (keputusan penggunaan) bila dua atau lebih variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan) sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Alat ini digunakan untuk menjelaskan bentuk hubungan antara dua variabel atau lebih. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

a = Konstanta (bilangan tetap)

X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> (variabel independen)

X<sub>1</sub> = persepsi kemudahan penggunaan

X<sub>2</sub> = persepsi keamanan

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi X<sub>1</sub> terhadap Y

$b_2$  = Koefisien regresi  $X_2$  terhadap  $Y$

#### f. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas sedangkan nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2007).

Rumus yang digunakan adalah :

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi  
 $r^2$  = Determinasi

#### g. Uji Hipotesis

##### 1. Uji *t-test* (Uji Signifikansi Parsial)

Uji *t-test* merupakan pengujian secara individual, pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas ( $X$ ) secara individual berpengaruh berarti atau tidak terhadap variabel terikat ( $Y$ ) digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan 2 dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana

$t$  = nilai  $t$  hitung atau uji  $t$

$r$  = koefisiensi korelasi sebagai nilai perbandingan

$n$  = jumlah anggota sampel

Nilai  $t$  dari hasil perhitungan tersebut digunakan untuk menentukan hasil dengan langkah-langkah :

1. Menentukan hipotesis alternatif sisi kanan.

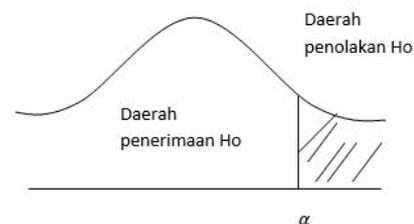
$H_a : \beta > 0$  artinya ada pengaruh positif antara variabel independen ( $X_1$ ), dan variabel ( $X_2$ ) secara individu terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

2. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikan  $\alpha = 0,05$  atau sangat signifikan 5 %.

3. Membandingkan antara  $t$  hitung dan  $t$  tabel

$H_a$  diterima apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, berarti ada pengaruh antara variabel ( $X_1$ ) dan variabel ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

**Gambar 1. 12 Kurva Hasil Uji  $t$  (One tail)**



Sumber : skripsibisa.com, 2018

## 2. Uji $F$ -Test (Uji Signifikansi Simultan)

Uji  $F$  pada dasarnya menunjukkan apakah pengaruh secara bersama-sama variabel independent ( $X$ ) berpengaruh signifikan

atau tidak terhadap variabel dependent (Y). Untuk melakukan

Uji F, dapat menggunakan rumus:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana :

$R^2$  = koefisien korelasi berganda

k = jumlah variabel independen (bebas)

n = jumlah sampel

Langkah-langkah pengujian F adalah :

1. Menentukan hipotesis alternatif pihak kanan.

$H_0 : \beta_1 = 0$  artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_1 > 0$  artinya ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

2. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikan  $\alpha = 0,05$  atau sangat signifikan 5 %.

3. Membandingkan nilai statistik F dengan titik kritis menurut tabel

-  $H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , artinya variabel bebas (X) secara bersama tidak memengaruhi variabel terikat (Y).

-  $H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel bebas (X) secara bersama mampu memengaruhi variabel (Y).

**Gambar 1. 13 Kurva Hasil Uji F**