

## **Pengaruh *Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Intention to Use* pada Layanan Gopay di Kota Bandung**

**Zean Janneth<sup>1</sup>, Devilia Sari<sup>2</sup>** ✉

*Program Studi, Universitas Telkom*

### **Abstrak**

Inovasi industri teknologi dapat dilihat dari meningkatnya pertumbuhan fintech yang mengubah uang tunai menjadi non tunai, salah satunya adalah e-wallet Gopay. Gopay ialah dompet digital paling banyak digunakan dan diminati. Besarnya tingkat pengguna Gopay, tidak menjamin keminatan pengguna dalam menggunakan layanan tersebut. Masih terdapat masalah mengenai keluhan yang dirasakan konsumen saat menggunakan layanan tersebut, jika di biarkan akan mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan dan merugikan pihak Gopay. Penelitian ini termasuk jenis kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan kausal. Teknik sampling yang di gunkana yaitu non-probability dengan metode pengambilan sampel purposive sampling. Sampel yang diperoleh 127 reponden. Penelitian ini dibantu oleh alat analisis ialah SPSS versi 26 dengan metode analisis yaitu uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel trust, perceived usefulness dan perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention to use. Sedangkan perceived risk mempunyai pengaruh negatif terhadap intention to use pada layanan Gopay. Hasil analisis koefisien determinasi variabel trust ( $X_1$ ), perceived risk ( $X_2$ ), perceived usefulness ( $X_3$ ), perceived ease to use ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap intention to use ( $Y$ ) dengan hasil determinan sebesar 70,6% sedangkan sisanya sebesar 29,4% di pengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness, Perceived Ease To Use, Intention To Use.*

Copyright (c) 2022 Devilia Sari

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [devilia@telkomuniversity.ac.id](mailto:devilia@telkomuniversity.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Dewasa ini perkembangan teknologi telah mengubah cara hidup seseorang dari waktu ke waktu selama perjalanan peradaban manusia masih ada, teknologi akan menjadi hal terpenting yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan. Salah satunya ialah inovasi industri teknologi dibidang jasa keuangan, Pertumbuhan fintech pada sistem pembayaran digital mengubah uang tunai sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih praktis dan efisien. Di Indonesia terdapat dua jenis uang elektronik pertama adalah uang elektronik berbasis chip dan uang elektronik berbasis server based yakni tidak berbentuk fisik melainkan bentuknya aplikasi.

Berdasarkan hasil riset Ipsos pada tahun 2020 dompet digital yang marak sebagai tren di masyarakat adalah Gopay. Gopay ialah salah satu uang elektronik untuk melakukan pembayaran melalui aplikasi Gojek. Gopay menjadi pilihan pertama bila ada pengguna baru

yang akan menggunakan e-wallet sebagai alat pembayaran, namun dengan besarnya tingkat penggunaan Gopay tidak menjamin keminatan orang untuk selalu pakai Gopay. Di kutip hasil survei Snapcart menyatakan bahwa ShopeePay mendominasi pasar dompet digital Indonesia di awal 2021, hal ini membuktikan menurunnya performa layanan Gopay. Rasa kecewa kerap dirasakan oleh penggunanya dan berakibat menurunnya minat pengguna Gopay. Seperti permasalahan keamanan dana dan data konsumen, server yang mengalami gangguan, saldo yang tidak kembali ketika mengalami hambatan saat transaksi, dan lain-lainnya.

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Bagaimana Trust pada layanan Gopay?
2. Bagaimana Perceived risk pada pada Gopay?
3. Bagaimana Perceived usefulness pada Gopay ?
4. Bagaimana Perceived ease of use pada Gopay?
5. Bagaimana Pengaruh trust, perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use terhadap intention to use pada layanan Gopay di Kota Bandung secara stimulan dan parsial?

Manfaat penelitian ini untuk memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang pemasaran tentang uang elektronik yang berkaitan dengan khususnya terkait dengan Kepercayaan (*trust*), Persepsi Resiko (*perceived risk*), Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*), Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*) yang mempengaruhi konsumen terhadap minat penggunaan (*intention to use*).

## METODOLOGI

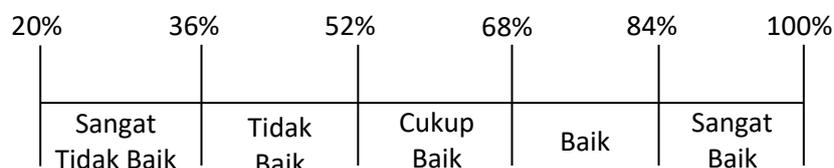
Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif kausal. Studi kausalitas menurut Sugiyono (2017:233) merupakan studi yang menunjukkan adanya hubungan yang bersifat sebab akibat, ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Bertujuan untuk melihat kaitan beberapa variabel yang belum pasti (hubungan antar variabel tidak mutlak).

skala pengukuran penelitian ini adalah skala likert, menurut Sugiyono (2019:146), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

**Tabel 1. Kriteria Interpretasi Skor**

Persentase	Kategori
20% - 36%	Sangat Tidak Baik
36% - 52%	Tidak Baik
52% - 68%	Cukup Baik
68% - 84%	Baik
84% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2018:30)



Gambar1. Klasifikasi Kategori Penilaian Presentase Dalam Garis Kontinum

Menurut Sugiyono (2018:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah orang yang mengetahui, pernah menggunakan, atau masih menggunakan layanan Gopay di Kota Bandung.

Teknik sampling yang digunakan non-probability dengan metode pengambilan purposive sampling. Dalam penentuan jumlah sampel menggunakan penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (2019:143) bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Pada penelitian ini sampel yang diperoleh 127 respondend dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 26.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1) Hasil Analisis Deskriptif

- a. Variabel Independen (X) Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness, dan Perceived Ease of Use.

**Tabel 1. Tanggapan Responden Variabel Independen (X)**

No	Variabel	Total Skor	Rata-rata Persentase
1	Trust (X <sub>1</sub> )	3.243	85,1%
2	Perceived Risk (X <sub>2</sub> )	2.401	75,6%
3	Perceived Usefulness (X <sub>3</sub> )	2.764	87,1%
4	Perceived Ease of Use (X <sub>4</sub> )	2.150	84,6%

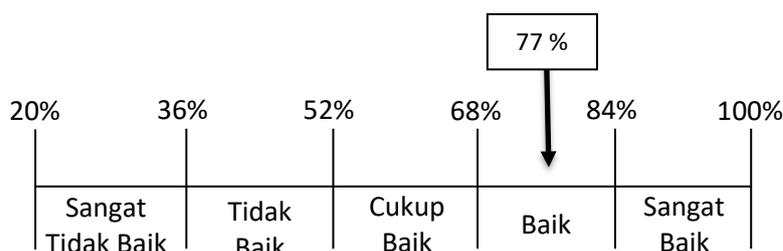
Berdasarkan hasil perhitungan analisis deskriptif diatas telah diperoleh nilai total skor variabel trust sebesar 3.243 dengan persentase 85,1%, variabel perceived risk sebesar 2.401 dengan persentase 75,6%, variabel perceived usefulness sebesar 2.764 dengan persentase 87.1%, variabel perceived ease of use sebesar 2.150 dengan persentase 84,%. Disimpulkan bahwa variabel trust, perceived risk, perceived usefulness, perceived ease of use dapat di kategorikan baik melalui hasil interpretasi garis kontinum.

- b. Variabel Dependen (Y)

**Tabel 2. Tanggapan Responden Variabel Dependen (Y)**

No	Variabel	Total Skor	Rata-rata Persentase
1	Intention to Use (Y)	1.466	77%

Berdasarkan hasil perhitungan analisis deskriptif diatas diperoleh bahwa variabel intention to use memiliki total skor sebesar 1.466 dengan persentase 77%. Maka disimpulkan bahwa variabel intention to use dikategorikan baik melalui hasil interpretasi garis kontinum.



## 2) Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.603	1.153		.523	.602
	Trust	.030	.045	.552	7.402	.000
	Perceived Risk	-.042	.064	-.057	-.642	.522
	Perceived Usefulness	.215	.069	.306	3.098	.002
	Perceived Ease of Use	.338	.094	.373	3.613	.000

Sumber: data diolah penulis, 2022

Hasil pengolahan data diatas dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\text{Intention to Use} = 0,603 + 0,552X_1 + (-0,057) X_2 + 0,306X_3 + 0,373X_4$$

Berdasarkan persamaan tersebut di interpretasikan sebagai berikut:

- a. Trust = 0,552  
nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel trust berpengaruh secara positif terhadap intention to use pada layanan Gopay. Jika setiap variabel trust ditingkatkan satu satuan, maka intention to use akan bertambah sebesar 0,552.
- b. Perceived Risk = -0,057  
Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel perceived risk berpengaruh secara negatif terhadap intention to use pada layanan Gopay. Jika setiap variabel perceived risk ditingkatkan satu satuan, maka intention to use akan berkurang sebesar 0,057.
- c. Perceived Usefulness = 0,306  
Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel perceived usefulness berpengaruh secara positif terhadap intention to use pada layanan Gopay. Jika setiap variabel perceived usefulness ditingkatkan satu satuan, maka intention to use akan bertambah sebesar 0,306
- d. Perceived Ease of Use = 0,373  
Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel Perceived Ease of Use berpengaruh secara positif terhadap intention to use pada layanan Gopay. Jika setiap variabel Perceived Ease of Use ditingkatkan satu satuan, maka intention to use akan bertambah sebesar 0,373

## 3) Uji Hipotesis

## a) Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

1. Variabel trust ( $X_1$ ) memiliki t hitung (7,402) > t tabel (1,979) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak. Dengan itu dapat di simpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari trust ( $X_1$ ) terhadap intention to use (Y).
2. Variabel perceived risk ( $X_2$ ) memiliki t hitung (-0,642) < t tabel (1,979) dengan tingkat signifikan  $0,522 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari perceived risk ( $X_2$ ) terhadap intention to use (Y).
3. Variabel perceived usefulness ( $X_3$ ) memiliki t hitung (3,098) > t tabel (1,979) dengan tingkat signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari perceived usefulness ( $X_3$ ) terhadap intention to use (Y).
4. Variabel perceived ease to use ( $X_4$ ) memiliki t hitung (3.613) > t tabel (1,979) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari perceived ease to use ( $X_4$ ) terhadap intention to use (Y).

**b) Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**  
**Tabel 4. Hasil Uji Simultan**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333.215	4	83.304	23.529	.000 <sup>b</sup>
	Residual	431.937	122	3.540		
	Total	765.152	126			

a. Dependent Variable: Intention to Use

b. Predictors: (Constant), Perceived Ease of Use , Perceived Risk , Perceived Usefulness, Trust

Sumber: data diolah penulis, 2022

Berdasarkan hasil perolehan tabel diatas dapat dilihat bahwa F hitung sebesar 23.529 dengan tingkat signifikansi 0,000, perolehan hasil menunjukkan perhitungan yaitu F hitung (23,529) > F tabel (2,45) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, maka variabel bebas trust (X<sub>1</sub>), perceived risk (X<sub>2</sub>), perceived usefulness (X<sub>3</sub>), perceived ease to use (X<sub>4</sub>) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat intention to use (Y).

**c) Koefisien Determinasi dan Korelasi**

Menurut Ghozali (2018), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.840 <sup>a</sup>	.706	.691	1.88161	2.033

Sumber: data diolah penulis, 2022

koefisien determinasi dapat di ketahui dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = (0,840^2) \times 100\%$$

$$Kd = 70,6\%$$

Berdasarkan hasil perolehan diatas dapat diartikan bahwa variabel trust (X<sub>1</sub>), perceived risk (X<sub>2</sub>), perceived usefulness (X<sub>3</sub>), perceived ease to use (X<sub>4</sub>) mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap intention to use (Y) dengan hasil determinan sebesar 70,6% sedangkan sisanya sebesar 29,4% yang dipengaruhi faktor lain oleh variabel yang tidak teliti dalam penelitian ini.

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi**

NO	VARIABEL	SUMBANGAN EFEKTIF (SE)
1	Trust ( $X_1$ )	30,4%
2	Perceived Risk ( $X_2$ )	0%
3	Perceived Usefulness ( $X_3$ )	17,7%
4	Perceived Ease of Use ( $X_4$ )	22,5%
<b>TOTAL</b>		<b>70,6%</b>

Sumber: data diolah penulis, 2022

Berdasarkan hasil perolehan sumbangan efektif (SE) dilihat bahwa variabel trust ( $X_1$ ) terhadap intention to use (Y) sebanyak 30,4%, perceived risk ( $X_2$ ) terhadap intention to use (Y) sebanyak 0%, perceived usefulness ( $X_3$ ) terhadap intention to use (Y) 17,7% dan variabel perceived ease to use terhadap intention to use (Y) sebanyak 22,5%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel intention daripada variabel lainnya. Dengan total SE sebesar 70.6% atau sama dengan hasil koefisien determinasi (R Square) yaitu sebesar 70,6%.

## SIMPULAN

### 1) Trust pada layanan Gopay

Variabel trust menurut tanggapan responden secara keseluruhan berada dalam kategori garis kontinum sangat baik dengan nilai persentase 85,1% yang sudah ditentukan dengan pernyataan bahwa masyarakat di Kota Bandung yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini memiliki kepercayaan yang sangat baik bahwa alat pembayaran digital memberikan layanan yang dibutuhkan konsumen.

### 2) Perceived Risk pada layanan Gopay

Variabel perceived risk menurut tanggapan responden secara keseluruhan berada dalam kategori garis kontinum baik dengan nilai persentase 75,6% yang sudah ditentukan dengan pernyataan bahwa masyarakat di Kota Bandung yang diambil sebagai sampel dalam ini memiliki persepsi tentang kekhawatiran ketika performan layanan Gopay tidak berjalan sempurna, dikarenakan internet yang lambat atau server down maka transaksi tersebut akan terhambat sehingga perlu waktu dalam menyelesaikan masalah dan ketidakamanan data pribadi.

### 3) Perceived Usefulness pada layanan Gopay

Variabel perceived usefulness menurut tanggapan responden secara keseluruhan berada dalam kategori garis kontinum sangat baik dengan nilai persentase 87,1% yang sudah ditentukan dengan pernyataan bahwa masyarakat di Kota Bandung yang diambil sebagai sampel mengatakan bahwa layanan Gopay membantu transaksi lebih mudah.

### 4) Perceived Ease of Use pada layanan Gopay

Variabel perceived ease of use menurut tanggapan responden secara keseluruhan berada di dalam kategori garis kontinum sangat baik dengan nilai persentase 84,6% yang sudah ditentukan dengan pernyataan bahwa masyarakat di Kota Bandung yang diambil sebagai sampel menunjukkan pernyataan bahwa pemakaian dari layanan Gopay mudah digunakan.

### 5) Intention to Use pada layanan Gopay

Variabel intention to use pada layanan Gopay menurut tanggapan responden secara keseluruhan berada di kategori garis kontinuum baik dengan nilai persentase 77%, yang di tentulan dengan pernyataan bahwa masyarakat di Kota Bandung yang diambil

sebagai sampel menunjukkan pernyataan bahwa responden berniat untuk menggunakan layanan Gopay sebagai alat transaksi digital.

6) Pengaruh Trust ( $X_1$ ), Perceived Risk ( $X_2$ ), Perceived Usefulness ( $X_3$ ), Perceived Ease of Use ( $X_4$ ) secara simultan variabel Intention to Use (Y)

Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel trust ( $X_1$ ), perceived risk ( $X_2$ ), perceived usefulness ( $X_3$ ), perceived ease to use ( $X_4$ ) terhadap variabel intention to use (Y) pada layanan Gopay di Kota Bandung.

7) Pengaruh trust ( $X_1$ ), perceived risk ( $X_2$ ), perceived usefulness ( $X_3$ ), perceived ease to use ( $X_4$ ) secara parsial terhadap intention to use (Y)

Masing-masing variabel trust ( $X_1$ ), perceived usefulness ( $X_3$ ), perceived ease to use ( $X_4$ ) secara parsial mempengaruhi variabel intention to use. Sedangkan variabel perceived risk ( $X_2$ ) tidak dapat pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel intention to use.

## Referensi :

- Selvi M. (Maret, 2021). *Survei Snapcart: ShopeePay tetap tumbuh pesat selama kuartal I 2021*. Retrieved from <https://keuangan.kontan.co.id/news/survei-snapcart-shopeepay-tetap-tumbuh-pesat-selama-kuartal-i-2021>
- Vivin DD. (2020). *E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020*. Retrieved from <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Ghozali & Imam, (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*: edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.