

**ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP NIAT PERILAKU
PENGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-PAY DI KOTA BANDUNG)**

**ANALYSIS OF *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TOWARDS THE BEHAVIORAL
INTENTION TO USE OF *FINANCIAL TECHNOLOGY*
(CASE STUDY ON GO-PAY USERS IN BANDUNG CITY)**

Hanif Khoirul Salam¹, Dr. Astrie Krisnawati, S.Sos., MSi.M.²

¹Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

²Dosen, Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹hanifkhoirul0@gmail.com, ²astriekrisnawati@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kemajuan dan penemuan-penemuan baru di bidang teknologi informasi pada saat ini telah mengubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih cepat dan praktis dalam menjalankan aktivitasnya. Salah satu gaya hidup yang berubah adalah dalam bidang keuangan dengan munculnya *financial technology*. Pada penelitian ini, produk *financial technology* yang akan dibahas adalah GO-PAY.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner terhadap 400 responden pengguna GO-PAY di Kota Bandung. Model penelitian ini menggunakan dasar *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease to use*, *attitude toward use*, dan *behavioral intention to use*.

Hasil dari penelitian ini yaitu *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward use*, *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward use*, *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*, *attitude toward use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*, *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward use*, *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*, *perceived ease to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward use*, *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use*, *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward use*, serta *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward use* sebagai variabel *intervening*.

Hasil Penelitian ini menemukan beberapa item pada faktor kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan GO-PAY yang masih rendah, diharapkan perusahaan GO-JEK dapat mengevaluasi hal tersebut.

Kata kunci: *technology acceptance model; financial technology; go-pay*

Abstract

New discoveries in the field of information technology have changed people's lifestyles to be faster and more practical in carrying out their activities. One of lifestyle that is changing is in the field of finance with the advent of financial technology. In this study, the financial technology product that will be discussed is GO-PAY. This research uses quantitative methods. The data collection method in this study was carried out through questionnaires to 400 GO-PAY respondents in the city of Bandung. This research model uses the basic Technology Acceptance Model (TAM) with variables of perceived usefulness, perceived ease to use, attitude toward use, and behavioral intention to use.

The results of this study are perceived usefulness has a positive and significant effect on attitude toward use, perceived ease to use has a positive and significant effect on attitude toward use, perceived usefulness has a positive and significant effect on behavioral intention to use, attitude toward use has a positive and significant effect on behavior intention to use, perceived usefulness has a positive and significant effect on behavioral intention to use through attitude toward use, perceived ease to use has a positive and significant effect on behavioral intention to use, perceived ease to use has a positive and significant effect on behavioral intention to use through attitude toward use, perceived usefulness and perceived ease to use simultaneously have a positive and significant effect on behavioral intention to use, perceived usefulness and perceived ease to use simultaneously have a positive and significant effect on attitude toward use, and perceived usefulness and perceived ease to use simultaneously have a positive and significant effect on behavioral intention to use through attitude toward use as an intervening variable. The results of this study found several items on the factor of ease to use and usefulness of GO-PAY which is still low, it is expected that GO-JEK companies can evaluate this.

Keywords: *technology acceptance model; financial technology; go-pay*

1. Pendahuluan

Kemajuan dan penemuan-penemuan baru di bidang teknologi informasi pada saat ini telah mengubah gaya hidup masyarakat dalam beraktivitas sehari-hari. Hal tersebut menyebabkan masyarakat ingin lebih cepat dan praktis dalam menjalankan aktivitasnya. Selain menggunakan internet, untuk menikmati layanan *fintech* juga dibutuhkan

smartphone. Masyarakat Indonesia sangat terbantu dengan adanya *smartphone*, hal ini terbukti dengan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia yang terus bertambah. Jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia pada tahun 2019 adalah 28% dari total jumlah penduduk Indonesia, naik 2% dari tahun sebelumnya (katadata.co.id, 2019).

Peningkatan jumlah pengguna internet dan *smartphone* dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan GO-JEK, terbukti hingga saat ini menurut riset *iPrice Group dan App Annie* menunjukkan bahwa transaksi menggunakan GO-PAY sudah mencapai angka US\$ 6,3 miliar atau sekitar Rp 89,5 triliun per Februari 2019, hal ini terbanyak di Indonesia dibandingkan layanan keuangan digital lainnya. Perusahaan riset itu mencatat, 70% transaksi di aplikasi GO-JEK menggunakan GO-PAY sebagai sarana pembayaran (katadata.co.id, 2019).

Walaupun jumlah pengguna internet dan *smartphone* di Indonesia mengalami peningkatan, *Asosiasi Financial Technology Indonesia (AFTECH)* menyampaikan bahwa sebenarnya saat ini adopsi *fintech* di tanah air masih cukup rendah. Alasannya selain literasi digital yang masih kurang, infrastruktur pendukung perkembangan industri ini juga masih belum cukup baik (industri.contan.co.id, 2018).

Literasi digital yang masih rendah juga berimbas pada anggapan masyarakat Indonesia bahwa menggunakan uang elektronik masih merupakan hal yang asing, salah satunya adalah GO-PAY. Hal ini dapat diketahui dari data bahwa hanya 70% pengguna GO-JEK yang menggunakan GO-PAY (katadata.co.id, 2019), sedangkan 30% pengguna lainnya memiliki alasan tertentu mengapa belum mengadopsi pemakaian GO-PAY tersebut. *Financial technology* memiliki dampak yang positif bagi perekonomian Indonesia. Salah satu manfaat *financial technology* yaitu bisa mencakup masyarakat yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia. Selain itu, *financial technology* yang berjenis *e-payment* dapat membuat perputaran uang menjadi semakin cepat sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan kajian *Institute for Development of Economics and Finance (INDEF)* bersama dengan *Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH)*, perkembangan *fintech* di Indonesia mampu meningkatkan PDB triwulan II tahun 2018 sebesar Rp25,97 triliun (wartaekonomi.co.id, 2018).

Salah satu kota yang sedang gencar dalam meningkatkan literasi digital adalah Kota Bandung. Hal ini terbukti dengan terpilihnya kota Bandung sebagai juara pertama dalam *Indonesia Digital Economy Award* tahun 2016 (pikiran-rakyat.com, 2016). Dari segi jumlah penduduk, kota Bandung merupakan kota berpenduduk terpadat ke-5 se-Indonesia dengan jumlah penduduk 2,5 juta jiwa (BPS, 2018). Dari 2,5 juta penduduk tersebut, 1,74 juta jiwa diantaranya berusia 17 tahun ke atas (KPU Kota Bandung, 2019). Oleh karena itu, dari sekian banyak masyarakat yang tinggal di Kota Bandung tentu memiliki pandangan yang berbeda-beda tentang niat perilaku penggunaan GO-PAY bagi mereka, sehingga merupakan hal yang penting untuk diteliti.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel pada model *Technology Acceptance Model* dalam penggunaan GO-PAY. Variabel yang digunakan dalam menggunakan teori TAM yaitu faktor persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) yang merupakan variabel bebas serta sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) merupakan variabel intervening. Sedangkan niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) merupakan variabel terikat.

2. Dasar Teori dan Metodologi Penelitian

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Financial Technology

Menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017, *financial technology* adalah penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, kemananan dan keandalan sistem pembayaran. Penyelenggara teknologi finansial yakni meliputi sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi, manajemen resiko, pinjaman, pembiayaan, penyedia modal dan jasa finansial lainnya.

2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) diadopsi dan dikembangkan dari model *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yaitu teori tindakan yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975 yang selanjutnya dikembangkan menjadi *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi.

Model TAM menunjukkan bahwa ketika ada teknologi baru yang tersedia, terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menerima dan menggunakan teknologi baru tersebut. Ada dua variabel spesifik, persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease to use*), yang diyakini menjadi faktor penentu dasar penerimaan pengguna teknologi (Davis et al., 1989).

2.1.3 Perceived Ease to Use (Persepsi Kemudahan)

Menurut Davis (1989), *perceived ease to use* didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. *Perceived ease to use* berkaitan dengan usaha yang dilakukan (Venkatesh, 1999). Persepsi mengenai kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem *Information Technology (IT)* yang akan digunakan tidak merepotkan atau tidak membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Rahmatsyah, 2011).

2.1.4 Perceived Usefulness (Persepsi Manfaat)

Menurut Davis (1989), *perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan prestasi kerjanya. *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai

profitabilitas subjek dari pengguna potensial yang menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Rahmatsyah, 2011). *Perceived usefulness* berkaitan dengan produktivitas (Venkatesh, 1999).

2.1.5 Attitude Towards Use (Sikap Terhadap Penggunaan)

Attitude toward Use didefinisikan oleh Ajzen dan Fishbein (1975) sebagai peranan positif atau negatif dari seseorang yang berasal dari persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang akan mempengaruhi niat pelaku terhadap sistem teknologi baru.

2.1.6 Behavioral Intention to Use (Niat Perilaku Penggunaan)

Menurut Davis (1989), *behavioral intention to use* (niat perilaku penggunaan) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Ajzen (1991) menyatakan bahwa *behavioral intention to use* mencerminkan seseorang yang bersedia untuk mencoba dan bermotivasi untuk melakukan perilaku.

2.2 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian yaitu penelitian verifikatif dan kausal. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Perceived Ease to Use* dan *Perceived Usefulness*. Sedangkan Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Behavioral Intention to Use*, serta *Attitude Toward Use* sebagai variabel *intervening*.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Karakteristik sampel pada penelitian ini adalah pengguna GO-PAY yang berdomisili di Kota Bandung. Dengan menggunakan rumus dari Lemeshow didapatkan hasil sampel sebanyak 380 responden., namun dibulatkan menjadi 400 responden. Skala yang digunakan dalam kuesioner menggunakan skala likert dimana terdapat 5 pilihan jawaban yang terdiri dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya menggunakan aplikasi SPSS 25, mulai dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan *path analysis*.

3 Pembahasan

3.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan dari hasil jawaban responden, secara keseluruhan seluruh variabel berada dalam kategori Baik. Hasil presentase analisis deskriptif dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Analisis Deskriptif

Variabel	Rata-Rata Presentase
<i>Perceived Ease to Use (X1)</i>	81,75%
<i>Perceived Usefulness (X2)</i>	75,62%
<i>Attitude Toward Use (Z)</i>	76,6%
<i>Behavioral Intention to Use (Y)</i>	70,81%

Sumber: Data yang diolah peneliti (2020)

3.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah menguji instrumen yang dipilih, apakah memiliki tingkat ketepatan untuk mengukur apa yang semestinya diukur, atau tidak (Indrawan & Yaniawati, 2014).

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	Korelasi Minimal (r tabel)	Keterangan
Perceived Ease to Use	PEU1	0,615	0,3061	Valid
	PEU2	0,438	0,3061	Valid
	PEU3	0,603	0,3061	Valid
	PEU4	0,640	0,3061	Valid
	PEU5	0,772	0,3061	Valid
	PEU6	0,775	0,3061	Valid
Perceived Usefulness	PU1	0,383	0,3061	Valid
	PU2	0,746	0,3061	Valid
	PU3	0,752	0,3061	Valid

	PU4	0,763	0,3061	Valid
	PU5	0,716	0,3061	Valid
	PU6	0,797	0,3061	Valid
	PU7	0,676	0,3061	Valid
Attitude Towards Use	ATU1	0,778	0,3061	Valid
	ATU2	0,895	0,3061	Valid
	ATU3	0,852	0,3061	Valid
Behavioral Intention to Use	BITU1	0,734	0,3061	Valid
	BITU2	0,906	0,3061	Valid
	BITU3	0,823	0,3061	Valid

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2019)

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat disimpulkan bahwa nilai seluruh r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini berarti seluruh item pernyataan untuk variabel PU, PEU, ATU dan BITU dinyatakan valid.

3.3 Uji Reliabilitas

Menurut Indrawati (2015), reliabilitas adalah menyangkut tingkat kepercayaan, keterandalan, konsistensi, atau kestabilan hasil suatu pengukuran. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan instrumen.

Penelitian ini menggunakan pengujian reliabilitas secara internal yang dianalisis dengan teknik *Alpha Cronbach*. *Alpha Cronbach* adalah metode yang digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel, bila koefisien reliabilitasnya > 0.6 (Siregar, 2013).

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>N of Items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
PEU	6	0,665	Reliabel
PU	7	0,826	Reliabel
ATU	3	0,786	Reliabel
BITU	3	0,741	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2019)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel karena hasil koefisien $> 0,6$.

3.4 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data. Uji normalitas menjadi suatu hal penting karena menjadi salah satu syarat pengujian parametrik, dengan kriteria harus berdistribusi normal. Di bawah ini adalah hasil *output* dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* untuk pengujian normalitas variabel *Perceived Ease to Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Attitude Toward Use* terhadap *Behavioral Intention to Use*.

Tabel 3.4

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0292940
	Std. Deviation	1.59901577
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.030
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		1.179
Asymp. Sig. (2-tailed)		.124

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : data diolah penulis (2020)

Pada uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui jika nilai *sig* (*2-tailed*) lebih besar dari 0.05, maka data berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *sig* sebesar 0.124, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model yang baik tidak akan terjadi korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dari kedua nilai tersebut dapat menunjukkan setiap variabel bebas yang mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah $VIF \geq 10$ atau sama dengan nilai $Tolerance \leq 0.10$ (Ghozali, 2013).

Hasil pengujian multikolinearitas variabel *Perceived Ease to Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Attitude Toward Use terhadap Behavioral Intention to Use* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.845	.527		1.605	.109		
1 perceived usefulness	.052	.025	.109	2.126	.034	.500	2.000
perceived ease to use	.056	.027	.106	2.066	.039	.495	2.021
attitude toward use	.609	.068	.534	8.991	.000	.370	2.706

a. Dependent Variable: behavioral intention to use

Sumber : data diolah penulis (2020)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa masing-masing variable bebas mempunyai nilai *Variance Inflation factor (VIF)* di bawah 10 dan nilai *tolerance* di atas 0.1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel *Perceived Ease to Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Attitude Toward Use terhadap Behavioral Intention to Use*

3.6 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah sebuah keadaan yang memperlihatkan bahwa varians variabel tidak sama (konstan) antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya (Sarjono & Julianita, 2011).

Hasil pengujian Heteroskedastisitas variable *Perceived Ease to Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Attitude Toward Using terhadap Behavioral Intention to Use* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.6
Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.994	.299		3.320	.001
1 perceived usefulness	.016	.014	.080	1.139	.255
perceived ease to use	.026	.016	.121	1.702	.090
attitude toward use	-.072	.039	-.154	-1.874	.062

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : data diolah penulis (2020)

Hasil uji dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap *absolute residual* ($\alpha = 0.05$). Dari tabel diatas *sig* dari masing-masing variabel sebesar 0.255; 0.90 dan 0.062 dimana nilai *sig* tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji Statistik t

a. Model regresi pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease to Use terhadap Attitude Toward Use* secara parsial menggunakan uji t, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.7

Hasil Uji t Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease to Use* terhadap *Attitude Toward Use* Secara Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.232	.385		3.202	.001
1 perceived usefulness	.187	.016	.445	12.040	.000
perceived ease to use	.211	.017	.454	12.282	.000

a. Dependent Variable: attitude toward use

Sumber : data diolah penulis (2020)

Hasil uji statistik t dengan IBM SPSS v.25 dengan *attitude toward use* sebagai variabel dependen, pada variabel *perceived usefulness* (X1) diperoleh nilai koefisien beta 0.445 (positif) dengan signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini berarti bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude toward use*, sehingga H1 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung diterima

Pada variabel *perceived ease to use* (X2) diperoleh nilai koefisien beta 0.454 (positif) dengan signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini berarti bahwa *perceived ease to use* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude toward use*, sehingga H2 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung diterima.

- b. Model regresi pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease to Use*, dan *Attitude Toward Use* terhadap *Behavioral Intention to Use* secara parsial menggunakan uji t, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.8

Hasil Uji t Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease to Use*, dan *Attitude Toward Use* terhadap *Behavioral Intention to Use* Secara Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.845	.527		1.605	.109
1 perceived usefulness	.052	.025	.109	2.126	.034
perceived ease to use	.056	.027	.106	2.066	.039
attitude toward use	.609	.068	.534	8.991	.000

a. Dependent Variable: behavioral intention to use

Sumber : data diolah penulis (2020)

Pada variabel *perceived usefulness* (X1) diperoleh nilai koefisien beta 0.109 (positif) dengan signifikansi $0.034 < 0.05$. Hal ini berarti bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention to use*, sehingga H3 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung diterima. Pada variabel *attitude toward use* (Z) diperoleh nilai koefisien beta 0.534 (positif) dengan signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini berarti bahwa *attitude toward use* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention to use*, sehingga H4 yang menyatakan bahwa sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung diterima. Pada variabel *perceived ease to use* (X2) diperoleh nilai koefisien beta 0.106 (positif) dengan signifikansi $0.039 < 0.05$. Hal ini berarti bahwa *perceived ease to use* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention to use*, sehingga H6 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung diterima.

3.7.2 Uji Analisis Jalur

a. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward use* sebagai variabel *intervening*.

Hasil perhitungan analisis jalur pengaruh *perceived usefulness* (X1) terhadap *behavioral intention to use* (Y) yang dimediasi oleh *attitude toward use* (Z) menunjukkan hasil pengaruh langsung dan tidak langsung. Berikut perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung:

Tabel 3.9

Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect Perceived Usefulness terhadap Behavioral Intention to Use dimediasi Attitude Toward Use

Direct Effect	
X1 → Y	= 0.109
Indirect Effect	
X1 → Z → Y	
(0.445 x 0.534)	= 0.23763
Total Effect	
(Direct Effect + Indirect Effect = 0.109 + 0.23763= 0.34663	

Sumber : data diolah penulis (2020)

Berdasarkan tabel 3.8 dapat dilihat bahwa *perceived usefulness* mempunyai pengaruh secara tak langsung terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward use* sebesar 0.23763. Pengaruh secara langsung diperoleh sebesar 0.109, sehingga total pengaruh sebesar $0.109 + 0.23763 = 0.34663$, sehingga H5 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung dengan sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) sebagai variabel *intervening* diterima.

b. Pengaruh *perceived ease to use* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward use* sebagai variabel *intervening*.

Hasil perhitungan analisis jalur pengaruh *perceived usefulness* (X1) terhadap *behavioral intention to use* (Y) yang dimediasi oleh *attitude toward use* (Z) menunjukkan hasil pengaruh langsung dan tidak langsung. Berikut perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung:

Tabel 3.10

Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect Perceived Ease to Use terhadap Behavioral Intention to Use dimediasi Attitude Toward Use

Direct Effect	
X1 → Y	= 0.106
Indirect Effect	
X1 → Z → Y	
(0.454 x 0.534)	= 0.242436
Total Effect	
(Direct Effect + Indirect Effect = 0.106 + 0.242436 = 0.348436	

Sumber : data diolah penulis (2020)

Berdasarkan tabel 3.9 dapat dilihat bahwa *perceived ease to use* mempunyai pengaruh secara tak langsung terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward use* sebesar 0.242436. Pengaruh secara langsung diperoleh sebesar 0.106, sehingga total pengaruh sebesar $0.106 + 0.242436 = 0.348436$, sehingga H7 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung dengan sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) sebagai variabel *intervening* diterima.

c. Pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward use* sebagai variabel *intervening*

Pada penghitungan uji hipotesis ini, Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Item-item pada variabel *perceived usefulness* digabungkan dengan item-item pada variabel *perceived ease to use* yang selanjutnya disebut variabel TAM
2. Menghitung pengaruh variabel TAM terhadap variabel *attitude toward use*. Hasil perhitungan terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.11
Hasil Uji t pengaruh variabel TAM terhadap variabel *attitude toward use*
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.230	.385		3.195	.002
	TAM	.198	.008	.794	26.023	.000

a. Dependent Variable: attitude toward use

Sumber : data diolah penulis (2020)

3. Menghitung pengaruh variabel TAM terhadap variabel *behavioral intention to use*. Hasil perhitungan terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.12
Hasil Uji t pengaruh variabel TAM terhadap variabel *behavioral intention to use*
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.594	.569		2.800	.005
	TAM	.175	.011	.614	15.521	.000

a. Dependent Variable: behavioral intention to use

Sumber: data diolah penulis (2020)

4. Setelah diketahui semua hasil uji t, maka dapat dimasukkan ke dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.13

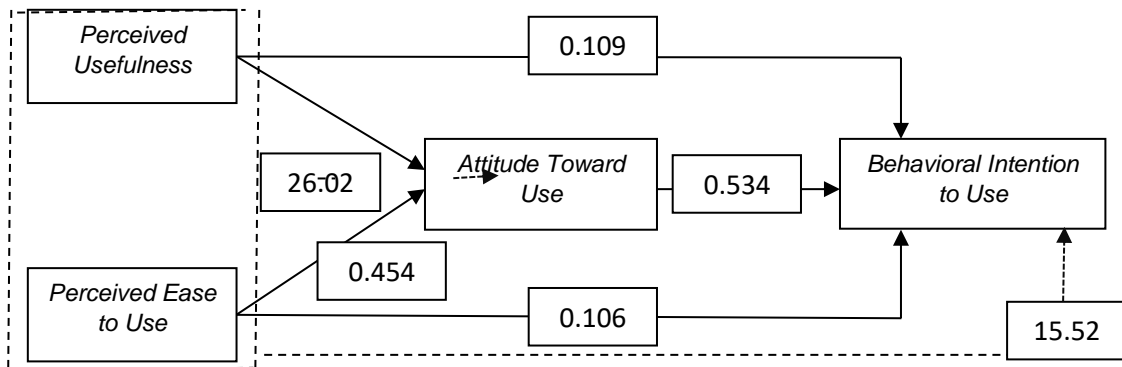
Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease to Use terhadap Behavioral Intention to Use dimediasi Attitude Toward Use

Direct Effect	
X1 → Y	= 15.521
Indirect Effect	
X1 → Z → Y	
(26.023 x 0.534)	= 13.896
Total Effect	
(Direct Effect + Indirect Effect = 15.521 + 13.896 = 29.417	

Sumber : data diolah penulis (2020)

Berdasarkan tabel 3.12 dapat dilihat bahwa variabel TAM mempunyai pengaruh secara tak langsung terhadap *behavioral intention to use* melalui *attitude toward use* sebesar 13.696. Pengaruh secara langsung diperoleh sebesar 15.521, sehingga total pengaruh sebesar $15.521 + 13.896 = 29.417$, sehingga H10 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung dengan sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) sebagai variabel *intervening* diterima.

Hasil perhitungan uji analisis jalur, dapat digambarkan dalam diagram berikut ini:



Gambar 3.1
Diagram Analisis Jalur

Sumber : data diolah penulis (2020)

3.7.3 Uji F

a. Model regresi pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* terhadap *behavioral intention to use* secara simultan menggunakan uji F, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.14

Uji F pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* terhadap *behavioral intention to use* secara simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	876.943	2	438.471	120.301	.000 ^b
	Residual	1446.979	397	3.645		
	Total	2323.922	399			

a. Dependent Variable: behavioral intention to use
b. Predictors: (Constant), perceived ease to use, perceived usefulness

Sumber : data diolah penulis (2020)

Hasil menunjukkan nilai F hitung sebesar 120.301 dan nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$, dengan demikian dapat dinyatakan terdapat pengaruh simultan *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* terhadap *behavioral intention to use*, sehingga H8 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung diterima.

b. Model regresi pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* terhadap *attitude toward use* secara simultan menggunakan uji F, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.15

Uji F pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* terhadap *attitude toward use* secara simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1126.847	2	563.423	338.666	.000 ^b
	Residual	660.471	397	1.664		
	Total	1787.318	399			

a. Dependent Variable: attitude toward use
b. Predictors: (Constant), perceived ease to use, perceived usefulness

Sumber : data diolah penulis (2020)

Hasil menunjukkan nilai F hitung sebesar 338.666 dan nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$, dengan demikian dapat dinyatakan terdapat pengaruh simultan *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* terhadap *attitude toward use*, sehingga H9 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung diterima.

4 Kesimpulan

Setelah penelitian, pengolahan data, analisis dan pengujian data selesai dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung sebesar 0.445 dengan signifikansi sebesar 0.000.
2. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) terhadap sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung sebesar 0.454 dengan signifikansi sebesar 0.000.
3. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung sebesar 0.109 dengan signifikansi sebesar 0.034.
4. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung sebesar 0.534 dengan signifikansi sebesar 0.000.
5. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung dengan sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) sebagai variabel *intervening* sebesar 0.34663
6. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung sebesar 0.106 dengan signifikansi sebesar 0.039
7. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung dengan sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) sebagai variabel *intervening* sebesar 0.242436.
8. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) secara simultan terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung sebesar 120.301 dan dengan signifikansi sebesar 0.000
9. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) secara simultan terhadap sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung sebesar 338.666 dan dengan signifikansi sebesar 0.000
10. Terbukti ada pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) secara simultan terhadap niat perilaku penggunaan (*behavioral intention to use*) GO-PAY pada masyarakat di Kota Bandung dengan sikap terhadap penggunaan (*attitude toward use*) sebagai variabel *intervening* sebesar 29.4

Daftar Pustaka:

- [1] Andreas, D. (2017, November 23). Evolusi Gojek Sebagai Fintech Lewat Go-Pay. Retrieved September 20, 2019, from tirto.id: <https://tirto.id/evolusi-gojek-sebagai-fintech-lewat-go-pay-cAvw>
- [2] Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- [3] Badan Pusat Statistik. (2019, August 16). Jumlah Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Usia (2018). Retrieved September 30, 2019, from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/17/berapa-jumlah-penduduk-kota-bandung>
- [4] Bank Indonesia. (2017, November 29). Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. Retrieved September 24, 2019, from www.bi.go.id: https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/PBI_191217.aspx
- [5] Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease to Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, 319–340.
- [6] Dwijayanto, A. (2018, October 22). AFTECH: Adopsi fintech di Indonesia masih rendah. Retrieved September 21, 2019, from kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/aftech-adopsi-fintech-di-indonesia-masih-rendah>
- [7] Fishbein, M. A., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Boston: Reading, MA: Addison-Wesley.
- [8] Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [9] Idris, M. (2019, Januari 24). Hasil Survei: Go-Pay Jadi Uang Elektronik Paling Banyak Dipakai di RI. Retrieved September 20, 2019, from Detik Finance: <https://finance.detik.com/moneter/d-4398523/hasil-survei-go-pay-jadi-uang-elektronik-paling-banyak-dipakai-di-ri>
- [10] Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- [11] Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- [12] KPUD Kota Bandung. (2019, February 18). KPU tetapkan DPT Kota Bandung 1.739.927 pemilih. Retrieved September 30, 2019, from <https://jabar.antaranews.com>: <https://jabar.antaranews.com/berita/84339/kpu-tetapkan-dpt-kota-bandung-1739927-pemilih>
- [13] Nafi, M. (2019, July 5). Penetrasi Smartphone terhadap Jumlah Penduduk Indonesia. Retrieved September 21, 2019, from katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/05/penetrasi-smartphone-terhadap-jumlah-penduduk-indonesia>
- [14] Nurfitriyani, A. (2018, August 28). Fintech Bakal Beri Dampak Ekonomi Besar, Asal.... Retrieved September 22, 2019, from wartaekonomi.co.id: <https://www.wartaekonomi.co.id/read192901/fintech-bakal-beri-dampak-ekonomi-besar-asal.html>
- [15] Nuryani. (2016, May 12). Kota Bandung Raih Penghargaan Indonesia Digital Economy Award. Retrieved September 22, 2019, from www.pikiran-rakyat.com: <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01255737/kota-bandung-raih-penghargaan-indonesia-digital-economy-award-368899>

- [16] Rahmatsyah, D. (2011). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: Uang Elektronik Kartu Flazz BCA). Universitas Indonesia.
- [17] Sanjaya, I. P. (2017). Pengaruh Rasa Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku (Behavioral Intention) Para Mahasiswa Dan Mahasiswi Dalam Penggunaan Internet. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- [18] Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi. Jakarta: Salemba Empat.
- [19] Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business A Skill-Building Approach. West Sussex: John Wiley & Sons.
- [20] Setyowati, D. (2019, August 14). Transaksi Tembus Rp 89,5 Triliun, Pengguna Aktif GoPay Terbanyak di RI. Retrieved September 21, 2019, from katadata.co.id: <https://katadata.co.id/berita/2019/08/14/transaksi-tembus-rp-895-triliun-pengguna-aktif-gopay-terbanyak-di-ri>
- [21] Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Perbandingan Manual & SPSS. Jakarta: Penerbit Kencana.
- [22] Statista Research Department. (2019, August 14). Number of internet users in Indonesia from 2017 to 2023 (in millions). Retrieved September 21, 2019, from www.statista.com: <https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/>
- [23] Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [24] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27, 425-478.

