

## **ANALISIS PENERIMAAN PENGGUNA PRODUK E-MONEY GOPAY TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY DI BANDAR LAMPUNG**

### ***ANALYSIS OF USER ACCEPTANCE OF GOPAY E-MONEY PRODUCTS ON INTENTION TO USE GO-PAY IN BANDAR LAMPUNG***

**Taufik Ismail\*<sup>1</sup>, Arif Sugiono<sup>2</sup>, Ghia Subagja<sup>3</sup>**

<sup>123</sup> Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung

\*Email: Taufikmailmail150@gmail.com

---

#### **ABSTRAK**

Sebagai suatu upaya perwujudan tujuan dari gerakan nasional non-tunai Indonesia adalah dengan mendukung dan mengembangkan uang elektronik sebagai instrumen pembayaran non-tunai. Salah satu instrumen pembayaran non-tunai yaitu *e-Money* Go-Pay. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan pengguna produk *e-Money* terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung. Variabel yang dianalisis berdasarkan teori TAM (*Technology Acceptance Model*), meliputi persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan, serta variabel pendukung lainnya yaitu persepsi keamanan yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *e-Money* Go-Pay. Jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan insidental *sampling* dengan sampel 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menjelaskan bahwa, secara parsial persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan Go-Pay di Bandar Lampung.

**Kata kunci :** *E-Money Go-Pay, TAM (Technology Acceptance Model), Persepsi kemanfaatan, Persepsi kemudahan, Persepsi keamanan, Minat menggunakan*

#### **ABSTRACT**

*As an effort to realize the goal of Indonesia's cashless national movement, it is to support and develop electronic money as a non-cash payment instrument. One of the non-cash payment instruments is e-Money Go-Pay. This study aims to analyze the user acceptance of e-Money products on the intention to use Go-Pay in Bandar Lampung. The variables analyzed are based on the TAM (Technology Acceptance Model) theory, including perceptions of usefulness and perceived ease of use, as well as other supporting variables, namely security perceptions that affect intention to use Go-Pay e-Money services. This type of research is explanatory with a quantitative approach. The sampling technique used incidental sampling with a sample of 100 respondents. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis. The results of the study explain that, partially, the perception of usefulness, the perception ease of use, and the perception of security have a significant effect on the intention to use Go-Pay in Bandar Lampung. Simultaneous test results show that perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived security have an effect on intention to use Go-Pay in Bandar Lampung.*

**Keywords :** *E-Money Go-Pay, TAM (Technology Acceptance Model), Perception of usefulness, Perception ease of use, Perception of security, Intention to use*

## PENDAHULUAN

Pada tanggal 14 Agustus 2014 Bank Indonesia mencanangkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Salah satu upaya perwujudan tujuan dari gerakan nasional non-tunai adalah dengan mendukung dan mengembangkan uang elektronik sebagai instrumen pembayaran non-tunai (Widyastuti et al., 2017). Dalam perkembangannya, bergerak ke arah alat pembayaran dan kartu elektronik misalnya kartu kredit, ATM / debit, dan e-Money. E-Money diunggulkan menjadi alat pembayaran yang dimaksudkan untuk transaksi dengan nilai kecil. Sangat mudah untuk melakukannya membuat perhitungan di internet saat membeli produk tradisional dan elektronik seperti pembelian perangkat lunak komputer, dll. (Miller et al., 2002).

Proses pembayaran e-Money dapat dilakukan dengan cepat dan tidak ada masalah umum seperti antrian. E-Money ditransfer dari pembayar ke penerima dalam hitungan detik. E-Money memiliki keuntungan yang signifikan dibandingkan dengan uang tunai (Hespeler, 2008). e-Money berpotensi memberikan berbagai macam efek positif, seperti kenyamanan dan privasi, pengurangan biaya yang terkait, juga potensi bisnis baru sebagai transfer aktivitas keuangan antar komunitas di Internet. Melihat penggunaan uang elektronik yang mudah dan praktis juga perlahan mengalihkan perilaku masyarakat untuk ikut serta menggunakan uang elektronik yang sebelumnya menggunakan uang konvensional untuk bertransaksi.

Uang elektronik atau e-Money dalam operasinya dibagi menjadi dua macam yaitu chip atau kartu, dan server atau e-Wallet dengan basis aplikasi. Pada penelitian ini, peneliti hanya meneliti e-Money berbasis server sebagai bagian dari e-Money yang bisa digunakan sebagai alat pembayaran dengan aplikasi ponsel. Di Indonesia produk e-Money yang paling populer salah satunya adalah Go-Pay. Produk Go-Pay ini dikeluarkan oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau lebih populer dikenal dengan perusahaan Go-Jek.

Metode pembayaran pada aplikasi Go-Jek dapat dipilih menggunakan scan QR Code atau pada mesin EDC di outlet yang kita kunjungi dapat mempercepat transaksi tanpa perlu mengeluarkan uang tunai. Dalam pembayaran tagihan, Go-Pay dapat digunakan di lebih dari 680 layanan tagihan di seluruh Indonesia. Dalam fitur autopay kita dapat membayar tagihan secara otomatis. Top-up saldo Go-Pay mudah melalui berbagai channel bank, mitra driver Go-Jek, Alfamart, dan lainnya. Fitur bebas transfer dan tarik tunai memungkinkan transfer saldo antar teman, transfer antar bank, dan tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM. Fitur-fitur Go-Pay yang dapat diakses dengan mudah dan panduan yang jelas tertera pada laman website resmi Go-Jek membantu pengguna untuk lebih mudah memahami bagaimana bertransaksi menggunakan Go-Pay. Semua fitur yang tersedia memiliki manfaat tersendiri bagi pengguna serta keuntungan lainnya seperti potongan harga dan cashback.

Dalam hal keamanan bertransaksi, Go-Pay selalu berkomitmen untuk meningkatkan fitur keamanan layanannya agar pengguna semakin nyaman saat bertransaksi dengan Go-Pay. Salah satunya adalah dengan meluncurkan fitur sidik jari dan verifikasi wajah untuk memvalidasi setiap transaksi Go-Pay selain PIN. Selain aman, fitur yang memanfaatkan identitas biometrik atau karakteristik fisiologis ini juga bikin proses pembayaran menjadi lebih praktis. Kini Go-Jek membatasi limitasi satu akun satu perangkat untuk melindungi keamanan pengguna. Layanan jaminan saldo kembali karena penyalahgunaan akun di luar kendali juga tersedia. Serta sertifikasi keamanan tingkat internasional yang sudah dimiliki Go-Pay sebagai komitmen untuk terus menjaga keamanan dan kenyamanan para pengguna Go-Pay.

Dalam kaitannya dengan penerimaan teknologi produk yang inovatif seperti e-Money Go-Pay, persepsi dalam menggunakan dan manfaatnya bagi pengguna, sudah dilakukan oleh Davis sejak tahun 1989 dengan mempopulerkan temuannya yaitu Technology Acceptance Model (TAM). TAM (Technology Acceptance Model) adalah salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. TAM (Technology Acceptance Model) mengembangkan kerangka pemikiran mengenai penerimaan pengguna untuk menggunakan teknologi informasi berdasarkan persepsi manfaat (Perceived of usefulness), dan persepsi kemudahan penggunaan (Perceived ease of use). Selain menggunakan faktor persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat menggunakan teknologi, penelitian ini menambahkan faktor persepsi risiko dalam kerangka model TAM guna mengetahui pengaruh persepsi risiko keamanan terhadap minat untuk menggunakan suatu teknologi oleh pengguna.

Dalam konsep TAM, Davis et, al.(1989) mendefinisikan perceived usefulness sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Hubungan variabel persepsi kemanfaatan terhadap objek penelitian adalah sejauh mana user percaya bahwa menggunakan Go-Pay akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

Mengambil istilah Davis et, al. (1989) tentang persepsi kemudahan, Davis menggunakan istilah perceived ease of use. Istilah ini digunakan untuk menilai kemudahan seseorang tentang kemudahan penggunaan teknologi dan konsep atau pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Kemudahan dijadikan salah satu variabel yang diujikan dalam model TAM. Menurut Davis, perceived ease of use diartikan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Hubungan variabel persepsi kemudahan dengan objek penelitian yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa e-Money Go-Pay dapat digunakan dengan mudah dan terbebas dari masalah transaksi.

Selain faktor persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi minat menggunakan teknologi dalam hal e-Money Go-Pay, faktor lainnya ialah persepsi keamanan. Definisi keamanan mengadopsi Raharjo (dalam Utami, 2017), keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (cheating) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan pada sistem yang berbasis informasi dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

Hasil penelitian Sathye (dalam Utami, 2017) menyatakan bahwa keamanan merupakan isu yang paling penting dan seringkali dengan publikasi mengenai keamanan di media membuat kepercayaan nasabah terhadap keamanan internet banking berkurang. Dalam hal ini variabel persepsi keamanan berkaitan dengan e-Money Go-Pay adalah pengguna merasa dilindungi baik dari kesalahan penerbit yang mengakibatkan produk e-money tidak bisa digunakan, atau merasa dilindungi dari kerusakan dan peretasan akun e-Money.

Menurut Davis et al, (1989) minat perilaku atau menggunakan didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Jogiyanto, 2007). Menurut Taurusia (dalam Priambodo dan Prabawani, 2016) Komponen minat berisikan niat untuk melakukan perilaku tertentu. Pengukur minat untuk menggunakan ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut di masa yang akan datang (Jogiyanto, 2007). Pada variabel minat menggunakan hubungannya dengan e-Money Go-Pay adalah tingkat seberapa besar pengguna memiliki minat terhadap e-Money Go-Pay.

Perkembangan e-Money Go-Pay sangat signifikan beberapa tahun belakangan ini menjadi fenomena terkini di bidang financial technology. Teknologi yang sebagian telah masuk ke dalam kehidupan masyarakat sehari-hari mau tidak mau ikut mengadopsi teknologi tersebut dan akan membentuk beragam persepsi setelah menggunakan. Peneliti tertarik untuk meneliti dan memahami penetrasi keberadaan Go-Pay terhadap masyarakat.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk membuat skripsi dengan judul “Analisis Penerimaan Pengguna Produk E-Money Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay Di Bandar Lampung”.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatory research. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah menggunakan dan sedang menggunakan layanan e-Money Go-pay di kota Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang menggunakan layanan e-Money Go-Pay di Bandar Lampung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kemanfaatan terhadap Minat**

Kemanfaatan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya (Davis, et al, 2019). Hal ini dapat dikatakan bahwa kecenderungan seseorang menggunakan atau tidak menggunakan teknologi terkait dengan sejauh mereka yakin teknologi akan bermanfaat atau menguntungkan dalam hal membantu menjalankan pekerjaan mereka dengan lebih baik. Berdasarkan analisis regresi diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $2,064 > 1,984$  dan nilai signifikansi  $0,042 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak berarti secara parsial dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 6,7%.

Saat ini e-Money Go-Pay dapat mengirim saldo hanya dengan melalui nomor telepon, sehingga transaksi akan lebih mudah. Selain itu, konsumen juga hanya perlu scan kode yang tertera untuk melakukan transaksi pembayaran, sehingga tidak memerlukan kartu atau lainnya. Di tahun 2022 ini, e-Money Go-Pay telah melakukan inovasi baru dengan mengimplementasikan QRIS (Quick Response Indonesia Standard) untuk pembayaran yang lebih praktis.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Jogiyanto (2019) yang menyebutkan bahwa konsumen akan tertarik menggunakan suatu produk teknologi jika dapat digunakan dengan praktis agar dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dalam hal tersebut pada penelitian ini, e-Money Go-Pay sudah membuktikan bahwa konsumen berminat menggunakan e-money Go-Pay karena merasakan manfaatnya. Dengan demikian, maka apabila konsumen makin meyakini bahwa e-Money Go-Pay dapat meningkatkan kinerjanya, maka minat konsumen tersebut untuk menggunakan teknologi akan semakin meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) dengan judul “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Studi kasus masyarakat kota Semarang)”. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi manfaat dengan minat konsumen.

### **Pengaruh Kemudahan terhadap Minat**

Kemudahan atau Perceived ease of use merupakan prediktor lain pada pemodelan TAM, yang didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha fisik dan mental (Davis, et al, 2019). Karena seorang merasa sistem yang mudah digunakan akan cenderung mengembangkan kepercayaan yang baik terhadapnya. Berdasarkan analisis regresi diketahui bahwa nilai thitung  $>$  ttabel, yaitu  $2,503 > 1,984$  dan nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak berarti secara parsial dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 8,8%.

Berdasarkan hasil analisis, responden dapat berinteraksi dengan system e-Money Go-Pay dengan jelas dan mudah dimengerti. Hal ini mengindikasikan bahwa informasi yang diberikan dan dihasilkan melalui transaksi menggunakan e-Money Go-Pay cukup lengkap. E-Money Go-Pay juga memiliki keunggulan seperti user friendly, sehingga konsumen akan nyaman pada saat melakukan transaksi, sehingga tidak membingungkan konsumen saat melakukan pembayaran.

Penelitian ini sesuai dengan pernyataan Jogiyanto (2019) yang menyatakan bahwa seseorang akan yakin menggunakan suatu teknologi apabila jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha, serta mudah untuk mengoperasikannya. Berdasarkan hal tersebut, kemudahan dapat dijadikan acuan yang digunakan sebagai alat ukur individu percaya bahwa kemudahan teknologi dapat mempermudah pekerjaannya. Dengan demikian, perceived ease of use pada dasarnya adalah tentang self-efficacy, yang mengacu pada seberapa nyaman pengguna merasakan tentang penggunaan suatu teknologi. Semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan pekerjaan individu, maka akan semakin tinggi minat untuk menggunakan e-Money Go-Pay.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) yang berjudul "Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Studi kasus masyarakat kota Semarang)". Penelitian tersebut menyebutkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan.

### **Pengaruh Keamanan terhadap Minat**

Menurut Flavia'n dan Guinali'u (2006) keamanan adalah kemungkinan kepercayaan subjektif yang dimiliki konsumen bahwa informasi pribadi mereka (dalam aspek perdata dan moneter) tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi oleh pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan, sehingga secara konsisten menimbulkan harapan kepercayaan diri mereka. Berdasarkan hasil uji regresi diketahui thitung  $>$  ttabel, yaitu  $7,973 > 1,984$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak berarti secara parsial dapat disimpulkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sebesar 39,8%.

Data tersebut menunjukkan bahwa responden merasa layanan Go-Pay memiliki mekanisme pengiriman informasi yang baik dibandingkan e-Money lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan e-Money Go-Pay memberikan pengalaman yang baik dibanding lainnya. Passcode yang dimiliki oleh Go-Pay akan secara langsung member notifikasi apabila ada orang lain yang akan menggunakan akun tersebut tanpa sepengetahuan pemilik akun. E-Money Go-Pay juga senantiasa berusaha menginformasikan panduan terkait keselamatan dan menjaga keamanan akun pemilik, menginformasikan limitasi akun, informasi mengenai akun, dan layanan terpercaya untuk mengakses bantuan dan jaminan.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Jogiyanto (2019) yang menyebutkan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi akan memengaruhi konsumen untuk meningkatkan minat menggunakan teknologi. E-money Go-Pay telah mampu membuat konsumen percaya akan tingkat keamanan yang diberikan oleh penyedia layanan. Hal ini dibuktikan dengan tingginya tingkat pengaruh antara variable kewanaman dengan minat konsumen. Secara teknis, e-Money Go-Pay telah mampu membangun persepsi keamanan

dengan menjamin integritas, kerahasiaan, otentifikasi dan tanpa pencatatan transaksi. Hal ini dibuktikan dengan ketidakmungkinan data akan dimodifikasi oleh pihak ketiga tanpa izin.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Utami & Kusumawati (2017) dengan judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan e-money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)". Penelitian tersebut menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kemanan dengan minat menggunakan e-Money.

### **Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Minat**

Hasil uji variable kemanfaatan, kemudahan, dan kemanan terhadap minat menunjukkan bahwa nilai F hitung > F tabel yaitu  $34,663 > 2,70$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil tersebut, maka secara simultan kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat. Dari hasil output data komputer SPSS 26 koefisien korelasi kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat secara simultan sebesar 0,721 dan hubungan yang terjadi termasuk kuat dan positif. Adapun hubungan ketiga variabel bebas yang terjadi adalah sebesar 0,520 atau 52%. Sedangkan sisanya 48% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Berdasarkan hasil analisis terhadap karakteristik responden diketahui bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 21 – 25 tahun, bekerja sebagai mahasiswa/pelajar. Konsumen dalam penelitian ini didominasi oleh konsumen yang menggunakan e-Money Go-Pay untuk keperluan pembayaran transportasi, biaya yang dikeluarkan selama sebulan berkisar antara Rp 1 – 500.000 dengan lebih dari 10 kali penggunaan layanan setiap bulannya.

Berdasarkan analisis distribusi responden, diketahui bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa responden merasa Layanan Go-Pay memiliki mekanisme pengiriman informasi yang baik dibandingkan e-Money lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan e-Money Go-Pay memberikan pengalaman yang baik dibanding lainnya. Artinya, dalam hal ini penelitian berarah positif yang artinya apabila variabel kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan naik, maka variabel minat akan naik juga. Apabila kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan turun, maka variabel minat juga akan turun.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Jogiyanto (2019) yang menyebutkan bahwa faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat konsumen untuk menggunakan layanan adalah kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami & Kusumawati (2017) dengan judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan e-Money (Studi pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta)". Penelitian tersebut menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kemanfaatan, kemudahan, dan kemanan dengan minat menggunakan e-Money.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial, kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan layanan Go-Pay di Bandar Lampung sebesar 6,7%. Menggunakan e-Money Go-Pay memungkinkan konsumen untuk menyelesaikan transaksi dengan lebih praktis
2. Secara parsial, kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan layanan Go-Pay di Bandar Lampung sebesar 8,8%. Konsumen dapat dengan jelas dan mudah berinteraksi dengan sistem e-Money Go-Pay untuk melakukan transaksi sehari-hari.
3. Secara parsial, keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan layanan Go-Pay di Bandar Lampung sebesar 39,8%. Saat ini layanan Go-Pay telah memiliki mekanisme pengiriman informasi yang baik dibandingkan e-Money lainnya.

4. Secara simultan, kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen menggunakan layanan Go-Pay di Bandar Lampung sebesar 52%. Variabel tersebut dapat menjadi faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat konsumen untuk menggunakan layanan e-Money Go-Pay.

#### **SARAN**

Setelah mengetahui besarnya pengaruh kemanfaatan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat konsumen, maka saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebaiknya perusahaan secara bertahap memperbaiki faktor-faktor yang menyebabkan meningkatnya minat konsumen untuk menggunakan e-Money Go-Pay, meningkatkan pengembangan aplikasi agar konsumen dapat menggunakan e-Money Gopay lebih praktis dan efisien, memberikan fitur tambahan berupa finger print untuk mendukung tingkat keamanan saat akan menggunakan fitur e-Money.
2. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kerjasama kepada berbagai mitra untuk memperluas integritas dalam mewujudkan kemudahan, manfaat serta menyajikan layanan yang aman dan nyaman untuk pengguna.
3. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti kepuasan konsumen, sehingga hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, pp.319-339 .
- Flavia'n, C. and M. Guinali'u. 2006. Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site. *Industrial Management & Data Systems*. 106 (5). 601-620.
- Hespeler, F. 2008. *Electronic Money and the Monetary Transmission*.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Miller, R., Wolfgang, M., & Barrie, S. 2002. *The Future of Money*. OECD.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. 2016. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 2-3. PUBLICATIONS.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. 2017. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money. *Balance*, Vol. XIV No.2 , 30-32.
- Widyastuti, et al. (2017). Tantangan dan Hambatan Impelementasi Produk Uang Elektronik di Indonesia: Studi Kasus PT.XYZ. *Jurnal Sistem Informasi*.38-48.