

Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay

M. Balya Haidari¹, Kartika Gianina Tileng²

Abstrak— Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh secara signifikan pada Go-Pay dengan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel *Trust*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Risk* sebagai variabel bebas dan variabel *Intention to Use* sebagai variabel dependen dengan metode regresi linier berganda. Sampel yang diambil sebanyak 200 dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner yang dibuat dengan skala Likert. Berdasarkan hasil analisis data, bisa disimpulkan bahwa variabel *Trust* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh positif secara parsial terhadap *Intention to Use* pada Go-Pay, sedangkan didapatkan bahwa variabel *Perceived Risk* tidak berpengaruh positif secara parsial terhadap *Intention to Use* pada Go-Pay.

Kata Kunci: *Trust*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, *Intention to Use*

Abstract— This research is conducted to determine factors that have influence on Intention to Use in Go-Pay with quantitative method. In this research, the variables used are Trust, Perceived Usefulness and Perceived Risk as independent variable, while the dependent variable is Intention to Use with Multiple Linear Regression. Research methods used is non-probability sampling with purposive sampling technique with 200 samples. Questionnaire with likert scale is used as the data collection technique. According to the data analysis, variable Trust and Perceived Usefulness gives positive effects partially towards Intention to Use on GO-Pay, but variabel Perceived Risk gives negative effects partially towards intention to use on Go-Pay.

Keywords: *Trust*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, *Intention to Use*

I. PENDAHULUAN

Pada saat ini bidang teknologi informasi sangat berkembang. Hal ini dapat dibuktikan dengan hampir setiap orang mempunyai telepon genggam yang telah terkoneksi dengan internet. Hal tersebut dapat dilihat dari munculnya berbagai program aplikasi yang berjalan melalui internet, termasuk aplikasi *mobile* pada telepon

¹ Mahasiswa, Jurusan Teknik Informatika Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra, Jln. UC Town, Surabaya 60291 INDONESIA (telp: 031-745 1699; fax: 031-745 1699; e-mail: mbalya@student.ciputra.ac.id)

² Dosen, Jurusan Teknik Informatika Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra, Jln. UC Town, Surabaya 60291 INDONESIA (telp: 031-745 1699; fax: 031-745 1699; e-mail: kargia@ciputra.ac.id)

genggam. Menurut Menristekdikti (2017), pada tahun 2017 tercatat bahwa pengguna *smartphone* mencapai 65 juta dari total seluruh populasi penduduk di Indonesia sebanyak 255,5 juta. Dari banyaknya jumlah pengguna *smartphone* sehingga menjadi salah satu hal yang dapat dimanfaatkan menjadi peluang untuk digunakan perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan sehingga dapat bersaing dengan mengembangkan aplikasi berbasis *mobile* yang mendeskripsikan barang dan jasa yang dimiliki perusahaan.

Go-Jek adalah sebuah aplikasi yang sekarang banyak digunakan oleh orang Indonesia. PT. GOJEK Indonesia yang telah didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Karim. Di tahun 2015 perusahaan Go-Jek meluncurkan aplikasi *mobile* yang mempunyai *location based search* untuk telepon genggam yang berbasis android dan iOS. Pada layanan-layanan di aplikasi ini dapat dibayar dengan dua cara yaitu dengan cara tunai dan non-tunai, pembayaran non-tunai tersebut bisa digunakan dengan fitur Go-Pay.

Go-Pay adalah salah satu sarana penyimpanan uang elektronik sebagai media pembayaran bagi pengguna aplikasi Go-Jek seperti Go-Food, Go-Ride, Go-Box, Go-Send, Go-Massage dan lainnya yang ada dalam aplikasi tersebut, sehingga pengguna dari aplikasi Go-Jek tidak perlu lagi menggunakan uang tunai ketika bertransaksi saat menggunakan aplikasi Go-Jek. Menurut Dwiantika (2017), mengutip data Bank Indonesia, nilai transaksi *e-money* pada tahun 2016 tumbuh sebesar 33,69% menjadi Rp 7,6 triliun dari tahun sebelumnya Rp 5,28 triliun.

Dalam suatu perusahaan jasa, kepuasan pelanggan tergantung pada tingkat *service* yang diberikan oleh perusahaan. Setelah konsumen mendapatkan kepuasan terhadap jasa yang diberikan, maka konsumen akan memiliki rasa *trust* terhadap perusahaan tersebut. Menurut Colquitt, Scott dan Lepine (2007), kepercayaan merupakan kesediaan seseorang untuk bertemu pada sesuatu dan memiliki perasaan yakin dalam suatu situasi tertentu.

Resiko yang bisa dialami pengguna karena kesalahan dari pihak Go-Jek. Menurut Im, Kim dan Han (2008), persepsi resiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dirasakan pelanggan pada proses transaksi karena resiko dapat mempengaruhi pengguna untuk melakukan transaksi kembali. Meskipun sudah ada Go-Pay, pengguna Go-Jek juga tidak jarang untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan uang tunai dikarenakan alasan keamanan seperti contoh saldo yang hilang atau akun pengguna yang diretas. Oleh sebab itu menarik untuk diteliti faktor kepercayaan masyarakat akan *e-money*.

Menurut Davis (1989), persepsi kemanfaatan adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah

teknologi akan meningkatkan performa pekerjaannya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti berharap dapat melihat sejauh mana pengaruh dari pengaruh *Trust* (T), *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Risk* (PR) terhadap penggunaan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek.

II. LANDASAN TEORI

A. Trust

Menurut Meyer et al., (1995) dalam penelitian Siyamtinah & Hendar (2015), kepercayaan mencerminkan salah satu bagian harapan yang positif terhadap bagian yang lain pada perilaku yang akan datang

Kepercayaan merupakan kesediaan seseorang untuk bertemu dan memiliki perasaan yakin yang kemudian diberikan orang lain dalam suatu situasi tertentu. Dalam bisnis kepercayaan pada pengguna sangat dibutuhkan karena dapat berpengaruh terhadap tingkat keloyalan pengguna sehingga akan memberikan dampak yang positif bagi apa yang dirasakan dan kepercayaan akan menimbulkan niat beli kembali (Colquitt, Scott, & LePine, 2007).

B. Perceived Usefulness

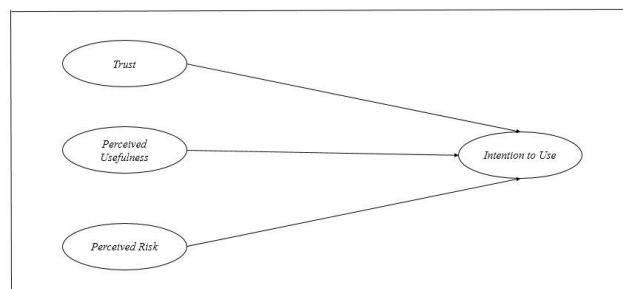
Menurut Davis (1989), persepsi kemanfaatan (*Usefulness*) adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi akan meningkatkan performa pekerjaannya. Sejauh mana pengguna percaya dengan penggunaan *e-money* tersebut akan meningkatkan kinerjanya dan akan lebih memudahkan pengguna untuk melakukan pekerjaan dalam kesehariannya. Dalam hal ini masih belum banyak bisnis yang dapat bertransaksi baik pembelian maupun penjualan dengan menggunakan *e-money*.

C. Perceived Risk

Menurut Im, Kim dan Han (2008), persepsi resiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dirasakan pelanggan pada proses transaksi. Resiko yang dirasakan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian.

D. Intention To Use

Menurut Davis (2000), dalam penelitian Dewi dan Warmika (2016), intention to use atau niat penggunaan adalah keinginan seseorang melakukan suatu perilaku. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ditemukan bahwa minat perilaku pengguna merupakan prediksi yang tepat dari penggunaan teknologi.



Gambar 1. Teori Konseptual

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda, dimana penelitian berdasarkan untuk pengembangan teori.

F. Regresi Linier Berganda

Menurut Putrana, Fathoni & Warso (2016), analisis regresi digunakan untuk menentukan apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan :

$$Y = \text{Intention to Use}$$

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1 (*Trust*)

b_2 = Koefisien regresi variabel X_2 (*Perceived Usefulness*)

b_3 = Koefisien regresi variabel X_3 (*Perceived Risk*)

G. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu alat ukur yang dalam penelitian ini merupakan kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut telah mengungkapkan sesuatu yang sesuai tujuan (Ghozali, 2012:52). Dalam penelitian (Prabowo & Fathoni, 2017), uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5 persen dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel (Prabowo & Fathoni, 2017). Peneliti menggunakan metode uji validitas dengan membandingkan r hitung dan r tabel karena dengan metode ini cukup dengan melihat nilai output yaitu r hitung dengan r tabel, pembaca dapat mengetahui bahwa pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam kuesioner itu valid atau tidak.

H. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2003:184) dalam penelitian Prabowo & Fathoni (2017), uji reliabilitas adalah pengujian untuk ditujukan untuk dapat menunjukkan konsistensi alat ukur jika diterapkan berulang kali pada kesempatan yang berlainan. Suatu konstruk atau variable dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.70

(Ghozali, 2012:48) dalam penelitian (Prabowo & Fathoni, 2017) dan semakin baik jika semakin mendekati 1.

I. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual telah terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2012:160) dalam penelitian Supriyono, Fathoni, & Hasionaln (2016). Pengujian yang dapat menunjukkan data normal yang diperoleh apabila nilai signifikansinya adalah $> 0,05$.

J. Uji Multikolinieritas

Dalam suatu model regresi sebaiknya jika tidak terjadi korelasi di antara variabel independen karena jika variabel independen saling berkorelasi, maka berarti bahwa variabel-variabel ini tidak orthogonal (Supriyono, Fathoni, & Hasionaln, 2016).

K. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2011: 139) dalam penelitian Supriyono, Fathoni, & Hasionaln, (2016) menyimpulkan bahwa uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual akan satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

L. Uji Multikolinieritas

Uji pengaruh simultan digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Hapsari, 2015). Dengan dasar pengambilan keputusan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

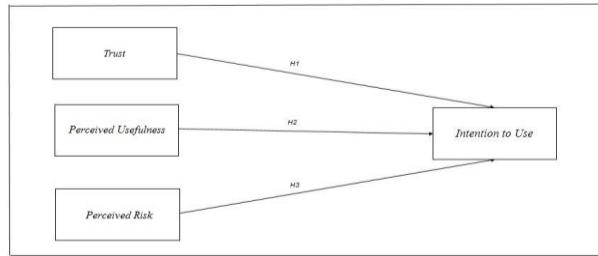
- Jika probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen dapat dikatakan berpengaruh secara bersama-sama.
- Jika probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen dapat dikatakan tidak berpengaruh secara bersama-sama.

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh suatu variabel bebas / independen secara individual terhadap variabel terikat/ dependen (Hapsari, 2015) dengan dasar pengambilan keputusan yang menggunakan angka dari probabilitas signifikansi, yaitu:

- Jika probabilitas signifikansi $\leq 0,05$ maka variabel independen dapat dikatakan berpengaruh secara individual.
- Jika probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen dapat dikatakan tidak berpengaruh secara individual.

III. METODE PENELITIAN

A. Perumusan Hipotesa



Gambar 2. Perumusan Hipotesa

H1: *Trust* berpengaruh signifikan positif terhadap *Intention to Use* (Loanata & Tileng, 2016).

H2: *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan positif terhadap *Intention to Use* (Juniwati, 2014).

H3: *Perceived Risk* berpengaruh signifikan positif terhadap *Intention to Use* (Loanata & Tileng, 2016).

B. Metode Pengumpulan Data

1) Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan individu dari unit analisis yang akan diteliti. Dengan itu populasi adalah bagian subyek yang memiliki kuantitas dan ciri tertentu yang menjadi obyek penelitian untuk dipelajari dan didapatkan kesimpulan, maka populasi dari penelitian tugas akhir ini adalah seluruh pengguna GoPay dalam aplikasi Gojek.

2) Sampel

Sampel adalah sebagian atau representative dari populasi yang diambil dengan jumlah dan karakteristik yang dimiliki atau digambarkan oleh populasi tersebut (Hapsari, 2015). Alasan tersebut sejalan dengan tujuan penggunaan sampel pada penelitian ini yaitu memperoleh data yang dapat menggambarkan keadaan populasi dengan biaya rendah dan mempercepat waktu penelitian.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* untuk mempertimbangkan sampel yang akan dijadikan responden, dengan pertimbangan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan Go-Pay pada aplikasi Gojek. Untuk jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan sebanyak 200.

3) Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, yang dilakukan dengan cara menyebarkan survei *online* kepada pengguna jasa Go-Pay di aplikasi Gojek, menggunakan aplikasi *google form* yang berisi seperangkat pertanyaan dari variabel penelitian.

IV. ANALISA DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

TABEL 1
HASIL UJI VALIDITAS X DAN Y

No Item	r hitung	r table	Keterangan
Variabel X₁			
T.1	0,857	0,138	Valid
T.2	0,904	0,138	Valid
T.3	0,894	0,138	Valid
Variabel X₂			
PU.1	0,878	0,138	Valid
PU.2	0,906	0,138	Valid
PU.3	0,896	0,138	Valid
Variabel X₃			
PR.1	0,825	0,138	Valid
PR.2	0,924	0,138	Valid
PR.3	0,872	0,138	Valid
Variabel Y			
ITU.1	0,911	0,138	Valid
ITU.2	0,897	0,138	Valid
ITU.3	0,904	0,138	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Menurut tabel 1., seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan 12 pertanyaan memiliki nilai *pearson correlation* atau r hitung yang tinggi. Sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan apabila nilai r hitung > dari nilai r tabel maka pertanyaan dapat dikatakan valid.

B. Uji Reliabilitas

TABEL 2
HASIL UJI RELIABILITAS

No.	Variabel	Cronbach's Alpha
1	T (X ₁)	0,862
2	PU (X ₂)	0,871
3	PR (X ₃)	0,845
4	ITU (Y)	0,887

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* variabel T sebesar 0,862, variabel PU sebesar 0,871, variabel PR sebesar 0,845 dan variabel ITU sebesar 0,887. Semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas dari 0,70, sehingga dapat dikatakan bahwa keempat variabel dalam penelitian ini reliabel.

TABEL 3
HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,695	,412		1,686	,093
TT	,104	,024	,273	4,282	,000
PU	,386	,073	,337	5,260	,000
PR	,105	,061	,107	1,726	,086

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan hasil pada tabel 3., maka persamaan regresi berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,695 + 0,104X_1 + 0,386X_2 + 0,0105X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, ketiga koefisien variabel bebas bernilai positif, namun dapat dilihat pada nilai signifikansi variabel PR adalah >0,05 yang artinya variabel tersebut dapat dianggap tidak berpengaruh terhadap variabel ITU, maka H2 dalam penelitian ini ditolak. Sedangkan variabel T dan PU memiliki nilai signifikansi <0,05 yang artinya variabel T dan PU berpengaruh signifikan terhadap variabel ITU dan H1 serta H3 diterima.

C. Uji Normalitas

TABEL 4
ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	Normal Parameters ^{a,b}
	Std. Deviation	,66749406
Most Extreme Differences	Absolute	Most Extreme Differences
	Positive	,056
	Negative	-,064
Test Statistic		,104
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan grafik tabel 4, nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,104 yang mana sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan yaitu >0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini telah memenuhi asumsi normalitas.

D. Uji Multikolinearitas

TABEL 5
HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Beta	Tolerance
1 (Constant)	,695	,412		,093		
T	,104	,024	,273	4,282	,000	,945 1,059
PU	,386	,073	,337	5,260	,000	,938 1,067
PR	,105	,061	,107	1,726	,086	,992 1,008

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Pada tabel 5., didapat bahwa nilai *tolerance* variabel T sebesar 0,945, nilai *tolerance* variabel PR sebesar 0,992, nilai *tolerance* variabel PU sebesar 0,938. Semua variabel memenuhi syarat nilai *tolerance* yang tidak mendeteksi adanya multikolinearitas.

Dapat dilihat pula pada tabel 4.12, nilai VIF adalah yang dimiliki variabel T adalah 1,059, nilai VIF variabel PR adalah 1,008, nilai VIF variabel PU adalah 1,067, di mana semua memiliki nilai VIF yang mendeteksi tidak adanya multikolinearitas yaitu <10

E. Uji Heterokedastisitas

TABEL 6
HASIL UJI HETEROKEDASTISITAS

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,988	,264		3,746 ,000
	T	-,064	,047	-,100 1,374	,171
	PU	-,019	,047	-,029 -,401	,689
	PR	,012	,039	,022 ,302	,763

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 6., nilai signifikansi pada tiap variabel sudah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan yaitu lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam penelitian ini.

F. Uji F

TABEL 7
HASIL UJI F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	55,424	3	18,475	21,53 7 ,000 ^b
	Residual	168,129	19 6	,858	
	Total	223,553	19 9		

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 7, hasil menunjukkan besar nilai *sig.* sebesar 0,000, yang mana sudah sesuai syarat yaitu nilai signifikansi harus <0,05, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh secara signifikan secara bersama terhadap variabel terikat.

G. Uji T

TABEL 8
HASIL UJI HIPOTESIS

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	,695	,412			,093
TT	,104	,024	,273	4,282	,000
PU	,386	,073	,337	5,260	,000
PR	,105	,061	,107	1,726	,086

a. Dependent Variable: YM

Sumber: Data diolah dengan SPSS

TABEL 9
NILAI T TABEL

No	Nilai t tabel
1.	1,972

Sumber : Data diolah

Berdasarkan rumus $(\alpha/2; n-k-1)$, maka bisa didapatkan persamaan yaitu $(0.05/2 ; 200-3-1) = (0.025; 196)$, maka pada distribusi nilai t tabel, ditemukan bahwa nilai ttabel adalah 1.9721.

Berdasarkan hasil dari tabel 9. variabel T diperoleh nilai thitung sebesar $4,282 > t_{tabel} 1.972$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel T berpengaruh secara signifikan terhadap variabel ITU. Variabel PU diperoleh nilai thitung sebesar $5,260 < t_{tabel} 1.972$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel PU berpengaruh secara signifikan terhadap variabel ITU. Variabel PR diperoleh nilai thitung sebesar $1,726 < t_{tabel} 1.972$, dan nilai signifikansi $0,086 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan variabel PR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel ITU.

H. Analisis Korelasi Koefisien Determinasi

TABEL 10
HASIL ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI BERGANDA

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,498 ^a	,248	,236	,92618

Sumber : Data diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 10., diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,498 sehingga arah dan keeratan hubungan antar variabel-variabel bebas secara bersama berpengaruh positif dan kuat. Nilai koefisiensi determinasi yang dihasilkan dari pengujian adalah sebesar 0,236 atau 23,6%. Kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas dalam penelitian ini terhadap variabel terikat adalah sebesar 23,6%, berarti variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini menyumbang pengaruh sebesar

23,6% terhadap variabel *Intention to Use*. Sisa 76,4% adalah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

- Berdasarkan pada hasil analisa data statistik dan deskriptif, dapat disimpulkan bahwa:
1. Variabel *Trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Intention to Use Go-Pay*. Sehingga hipotesis pertama (H1) diterima karena hasil yang didapatkan sesuai dengan hipotesis.
 2. Variabel *Perceived Usefulness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Intention to Use Go-Pay*. Sehingga hipotesis kedua (H2) diterima karena hasil yang didapatkan sesuai dengan hipotesis
 3. Variabel *Perceived Risk* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Intention to Use Go-Pay*. Sehingga hipotesis ketiga (H3) ditolak karena hasil yang didapatkan tidak sesuai dengan hipotesis.

B. Saran

1. Bagi Go-Jek

1. Melakukan sosialisasi seperti iklan atau berita mengenai fitur Go-Pay yang berisikan betapa efektifnya menggunakan fitur Go-Pay.
2. Melakukan sosialisasi seperti iklan atau berita mengenai fitur Go-Pay yang berisikan betapa amannya menggunakan fitur Go-Pay.
3. Melakukan sosialisasi seperti iklan atau berita mengenai fitur Go-Pay yang berisikan betapa untungnya menggunakan fitur Go-Pay.

2. Bagi Penelitian di masa mendatang

1. Penelitian selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan variable yang berbeda, juga bisa menggunakan metode yang berbeda seperti metode kualitatif untuk memperdalam hasil atau temuan penelitian dengan teknik wawancara secara langsung dengan pihak-pihak tertentu.
2. Penelitian selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan menambahkan variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini sehingga pada penelitian berikutnya diharapkan bisa meningkatkan minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Colquitt, J. A., Scott, B. A., & LePine, J. A. (2007). Trust, Trustworthiness, and Trust Propensity: A Meta-Analytic Test of Their Unique Relationships With Risk Taking and Job Performance. *Journal of Applied Psychology*, 909-927.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, pp 51 - 90.
- Hapsari, S. Y. (2015). Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi, Nilai Organisasi terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) (Studi kasus pada RS. Telogorejo Semarang). *Manajemen SDM*.
- Im, I., Kim, Y., & Han, H. J. (2008). The effects of perceived risk and technology type on users' acceptance of technologies. *Information & Management*, 1-9.
- Irwansyah, R., Huda, N., & Rifani, A. (2014). Faktor Kebudayaan, Kelas Sosial, Sikap, Kepribadian dan Persepsi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 2 No. 3.
- Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention to Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). *JUISI*, Vol. 2 No. 1.
- Nina Dwiantika. (2017, Februari). Retrieved from BI: Transaksi e-money tumbuh dua digit di 2016: <http://keuangan.kontan.co.id/news/bi-transaksi-e-money-tumbuh-dua-digit-di-2016>
- Prabowo, N. S., & Fathoni, A. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Stres Kerja Terhadap Engagement Employee dengan Turnover Intention Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*.
- Puspita Dewi, N. A., & Warmika, I. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di kota Denpasar. *Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5 No.4.
- Putrana, Y., Fathoni, A., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Organizational Citizenship Behavior dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT. Gelora Persada Mediatama Semarang. *Journal of Management*, Vol.2 No.2.
- Ristekdikti. (2017, Januari). Retrieved from Smartphone Rakyat Indonesia : <http://www.dikti.go.id/smartphone-rakyat-indonesia-2/>
- Supriyono, J., Fathoni, A., & Hasionaln, L. B. (2016). Analis Rencana Strategi, Pengembangan Pasar, dan Kualitas Desain, Terhadap Volume Penjualan pada Jamu Cantik SMK Negeri 6 Semarang. *Journal of Management*, Vol. 2 No.2.