



**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN  
KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN *GOPAY* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi sebagian syarat-Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana strata satu (S1) Ekonomi*

**Oleh :**

**Heni Pratiwi**

**C1F017014**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JAMBI**

**2021**

## TANDA PERSETUJUAN

Dengan ini pembimbing skripsi dan ketua program studi, menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh :

Nama : Heni Pratiwi  
Nomor Mahasiswa : C1F017014  
Jurusan : Ilmu Ekonomi  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *Gopay* Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam Ujian Skripsi pada tanggal yang telah ditentukan.

Jambi, 07 Juli 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Rafiqi, S.Ag., M.A**  
NIP. 197802282005011003

**Hj. Paulina Lubis, S.E. M.E.I.**  
NIP : 196307131990012001

Ketua Program Studi

**Hj. Paulina Lubis, S.E. M.E.I.**  
NIP : 196307131990012001

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 29 Juni 2021  
Jam : 13.00 WIB - Selesai  
Tempat : Ruang Sidang Skripsi Ekonomi Islam

### Tim Penguji

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	: Dr. M. Iqbal binAhmadi Salim Bafadhal. LC, MA	_____
Penguji Utama	: Dr. Nurida Isnaeni, SE, ME.I	_____
Sekretaris	: Ridhwan, S.Ag., M.E.Sy.	_____
Penguji Anggota	: Dr. Rafiqi, S.Ag., M.A.	_____
Penguji Anggota	: Paulina Lubis, S.E., ME.I.	_____

### Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi

**Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si**  
NIP. 196706021992031003

**Dr. Drs. H. Zulgani, MP.**  
NIP. 196205161987031018

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Heni Pratiwi  
Nomor Mahasiswa : C1F017014  
Jurusan : Ilmu Ekonomi  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan  
Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen  
Menggunakan *Gopay* Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya asli penulis, selama proses penulisan tidak melakukan kegiatan plagiat atas karya ilmiah orang lain, semua petikan yang saya ajukan dalam skripsi ini sesungguhnya ada dan disisipkan dengan kaidah penulisan.
2. Bila dikemudian hari didapati ketidak sesuaian dengan sebagaimana dalam poin (1) maka saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar ke sarjanaan yang saya peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, 07 Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan

Heni Pratiwi  
NIM. C1F017014

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa terlimpah dan tercurah untuk Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya selalu kita nantikan hingga akhir zaman.

Skripsi ini penulis buat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1), dengan judul penelitian “**Analisis Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *Gopay* Dalam Perspektif Ekonomi Islam**”. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari nilai kesempurnaan serta tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak. Karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh masa studi. Secara khusus saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Alm. bapak Slamet dan Almh. ibu Sumiyati yang senantiasa memberikan do'a yang tulus dan ikhlas, kasih sayang, semangat tiada henti, motivasi, dan inspirasi kepada penulis dalam menuntut ilmu.

2. Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Jambi dan juga Bapak Drs. H. Junaidi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Ibu Hj. Paulina Lubis, SE, M.E.i selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam sekaligus Dosen Pembimbing skripsi II, terima kasih atas masukan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Bapak Dr.H. Rafiqi, S.Ag. M.A selaku pembimbing skripsi I yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, nasehat, motivasi serta saran-saran yang membangun bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ridhwan S.Ag., M.E.Sy selaku Dosen Ekonomi Islam yang telah banyak memberikan masukan, serta saran-saran bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang luas dan membangun bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh keluargaku yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan semangat kepada penulis dan mendoakan kesuksesan penulis.
8. Kakak dan adikku yang sangat kusayangi. Atik Susanti, Sri Wahyu Ningsih dan Eka Fitria Maya Sari. Terimakasih telah memberikan semangat dan

mendoakan penulis, semoga penulis bisa menjadi adik dan kakak yang baik pada kalian.

9. Sahabat seperjuangan, Ayu, Rahma dan Nesti. Terimakasih telah membantu dan menerima penulis selama ini, mohon maaf karna banyak merepotkan kalian, barakallahuminkum.
10. Teman-teman kelas R005 ekonomi Islam angkatan 2017, kakak-kakak senior yang telah direpotkan dan membantu penulis dalam mendukung terselesaikannya skripsi penulis. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungan yang diberikan selama ini.
11. Teman-teman KKN BOPTN Posko 02 Desa Penyabungan, terimakasih atas kebersamaan dan dukungannya selama ini.
12. Serta seluruh pihak yang turut membantu dengan sabar dan memahami penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu insha Allah akan melekat diingatan penulis.

Akhirnya semoga segala sesuatu bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT dan penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat.

Jambi, 07 Juli 2021

Heni Partiw

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *Gopay* dalam perspektif ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer berupa hasil kuesioner. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 88 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2018. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *propotional random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan teknik analisis linier berganda, uji statistik f dan uji statistik t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: variabel kepercayaan dan kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan *Gopay*, sedangkan variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan *Gopay*. Ttransaksi dengan menggunakan media digital *Gopay* dapat saling percaya sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Anfal ayat 27, transaksi dengan menggunakan media digital *Gopay* dapat memberikan manfaat sesuai dengan firman Allah Q.S Al-Isra ayat 26

Kata Kunci : Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of Ease, Trust, and Benefit on Consumer Decisions to Use Gopay in an Islamic economic perspective. The research method used is descriptive quantitative. The source of data used is primary data in the form of questionnaire results. The sample taken in this study were 88 respondents. The sampling technique used is proportional random sampling technique. The data analysis technique used is by using multiple linear analysis techniques,  $f$  statistical tests and  $t$  statistical tests. The results showed that: the variables of trust and expediency had a positive and significant effect on consumers' decisions to use Gopay, while the convenience variable had no effect on consumers' decisions to use Gopay. Transactions using Gopay digital media can trust each other according to the word of God in Q.S Al-Anfal verse 27, transactions using Gopay digital media can provide benefits according to God's word Q.S Al-Isra verse 26*

*Keywords: Ease, Trust, Benefit*

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Masalah.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Kemudahan .....	11
2.1.2 Pengertian Kepercayaan.....	12
2.1.3 Pengetian Kemafaatan.....	13
2.1.4 Keputusan Konsumen .....	14
2.1.5 Pengaruh kemudahan terhadap keputusan konsumen menggunakan <i>Gopay</i> .....	16
2.1.6 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan konsumen menggunakan <i>Gopay</i> .....	17
2.1.7 Pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan konsumen menggunakan <i>Gopay</i> .....	18
2.1.8 Sistem Pembayaran Menggunakan <i>Gopay</i> .....	18
2.1.9 Kelebihan <i>Gopay</i> .....	20
2.1.10 <i>Gopay</i> /e-money Menurut Fatwa DSN-MUI .....	21

2.1.11 Gopay Menurut Fiqih Ekonomi Islam .....	25
2.2 Kajian Pustaka.....	29
2.2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
2.2.2 Kerangka Pemikiran .....	31
2.2.3 Hipotesis.....	33

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.4 Populasi dan Sampel .....	35
3.4.1 Populasi .....	35
3.4.2 Sampel.....	35
3.5 Teknik Skala Pengukuran .....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	38
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.7 Pengujian Kualitas Data .....	40
3.7.1 Uji Validitas Data.....	40
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.8 Uji Hipotesis .....	41
3.8.1 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t).....	41
3.8.2 Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji f) .....	42
3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	42
3.9 Operasional Variabel.....	43

### **BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

4.1 Sejarah Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.....	46
4.2 Gambaran Umum Gopay .....	48

## **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Karakteristik Responden .....	50
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
5.1.3 Karakteristik Reponden Berdasarkan Pengeluaran.....	51
5.1.4 Karakteristik Reponden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	52
5.2 Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital Gopay .....	53
5.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	58
5.3.1 Uji Validitas .....	58
5.3.2 Uji Realibilitas .....	61
5.4 Hasil Pengujian Analisis Data.....	62
5.4.1 Hasil Analisis Data Kuantitatif .....	62
5.5 Uji Hoipotesis .....	64
5.5.1 Uji t (Parsial).....	64
5.5.2 Uji f (Simultan) .....	65
5.5.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66
5.6 Analisis Ekonomi .....	67
5.6.1 Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Penggunaan Media <i>Digita Gopay</i> Sebagai Alat Pembayaran.....	67
5.6.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital <i>Gopay</i> .....	71
5.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital <i>Gopay</i> .....	73
5.6.4 Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital <i>Gopay</i> .....	74

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan .....	76
----------------------	----

6.2 Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1,1 Historikal Transaksi Uang Elektronik.....	6
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif FEB UNJA .....	35
Tabel 3.2 Hasil Perhitungan Masing-Masing Prodi.....	37
Tabel 3.3 Rentang Pengklasifikasian .....	39
Tabel 3.4 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.5 Jumlah Mahasiswa Aktif FEB UNJA .....	48
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	51
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	52
Tabel 5.6 Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan .....	53
Tabel 5.7 Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan .....	54
Tabel 5.8 Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Kemanfaatan .....	56
Tabel 5.9 Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Konsumen.....	57
Tabel 5.10 Hasil Pengujian Validitas (X1) .....	59
Tabel 5.11 Hasil Pengujian Validitas (X2) .....	59
Tabel 5.12 Hasil Pengujian Validitas (X3) .....	60
Tabel 5.13 Hasil Pengujian Validitas (Y) .....	60
Tabel 5.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 5.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	62
Tabel 5.16 Hasil Uji t.....	64
Tabel 5.17 Hasil Uji f.....	66
Tabel 5.18 Hasil Determinasi Koefisien .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
------------------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Uang merupakan instrument ekonomi yang sangat penting, karena hampir semua kegiatan ekonomi menggunakan uang sebagai alat transaksi. Oleh sebab itu, dengan munculnya uang dalam kehidupan sehari-hari dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh barang, jasa, serta untuk memenuhi kebutuhan hidup lainnya. Perkembanagan mode pembayaran dari zaman ke zaman terus mengalami inovasi dan mengalami kemajuan. Dari mode pembayaran secara barter hingga munculnya mode pembayaran dengan menggunakan uang koin dan uang kertas. (Sari, 2016)

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perubahan dari masa ke masa termasuk perubahan dalam sistem pembayaran. Saat ini sistem pembayaran dari yang menggunakan fisik uang kini mengalami perubahan dengan menggunakan sistem teknologi. Dimana, sistem ini memudahkan masyarakat dalam bertransaksi serta memberikan keuntungan bagi masyarakat yang menggunakannya.(Sari, 2016)

Semakin canggih teknologi, memberikan dampak pada perekonomian. Di zaman milenial ini masyarakat lebih memilih menggunakan sistem pembayaran yang mudah, cepat dan praktis dengan menggunakan sistem pembayaran secara elektronik. Dimana masyarakat hanya perlu menggunakan *smartphone* untuk melakukan transaksi pembayaran, *smartphone* kini telah menggantikan beberapa aplikasi didalam

komputer dan laptop. Karena kemudahannya *smartphone* menjadi dominan dalam mengakses layanan internet. (Sukma Indra, 2019)

Dampak yang diakibatkan oleh penggunaan uang elektronik pada perekonomian Indonesia, yaitu: 1. Uang elektronik dapat menimbulkan inflasi. Inflasi adalah proses peningkatan harga-harga secara umum dan terus menerus. Pada suatu negara inflasi harus terkontrol dengan baik, jika tidak terkontrol dengan akan mengakibatkan ketidakseimbangan ekonomi yang mengancam stabilitas negara. Uang elektronik tidak dapat dikatakan penyebab inflasi secara langsung. Akan tetapi, uang elektronik dapat memengaruhi terjadinya inflasi. Apabila nilai uang elektronik tidak sesuai dengan uang tunai. 2. Pengaruh uang elektronik terhadap permintaan uang tunai. Dengan adanya uang elektronik permintaan uang secara tunai semakin menurun. Meskipun demikian, pertumbuhan ekonomi akan semakin baik dan masyarakat akan lebih mudah dalam melakukan transaksi. (Apriyani, 2019)

Uang elektronik merupakan bagian dari kemajuan teknologi yang ada, untuk itu uang elektronik tidak luput dari dampak positif maupun negatif. Dampak positif uang elektronik bagi perekonomian Indonesia yaitu proses transaksi semakin cepat dan mudah, perputaran uang semakin cepat dan memicu perkembangan sektor keuangan. Dampak bagi penggunanya, efisiensi dalam melakukan transaksi, praktis, terdapat juga diskon atau promo untuk pengguna uang elektronik. Dampak negatif uang elektronik, dengan adanya kemudahan yang diberikan membuat masyarakat menjadi konsumtif dan cenderung bersikap boros. Dapat memicu terjadinya penipuan melalui

dunia maya, seperti pencurian data pribadi, pencurian uang elektronik dan lain sebagainya. Sehingga bagi pengguna uang elektronik harus lebih berhati-hati dan waspada dalam menggunakannya. (Apriyani, 2019)

Sudah banyak negara yang menggunakan alat pembayaran berbasis elektronik termasuk negara Indonesia. Transaksi ekonomi dan keuangan digital terus mengalami peningkatan seiring dengan penggunaan *platform* dan instrument digital dimasa pandemi. Peningkatan transaksi keuangan digital mencatat pertumbuhan sebesar 52,69% pada Agustus 2020, meningkat dari pencapaian bulan sebelumnya sebesar 38,81%. (Malik, 2020)

Tahun 2010, jumlah uang elektronik mencapai 7,9 unit dengan transaksi 693,47 Miliar. Namun, akhir September 2019 telah melonjak sebanyak 31 kali lipat menjadi 25,1 juta unit. Dengan demikian nilai transaksi meningkat 137 kali lipat menjadi Rp 95,75 Triliun. Akhir September 2019, uang elektronik meningkat lebih dari separuh periode dibanding akhir 2018 yang baru mencapai 162,7 juta unit. Dengan demikian uang elektronik periode Januari-September tahun 2019 telah melonjak 2 kali lipat dibanding Januari-Desember tahun sebelumnya yang hanya mencapai Rp 47,2 Triliun. (Kusnandar, 2019)

*Gopay*, *OVO*, Dana dan LinkAja adalah 4 dompet digital dengan pengguna aktif bulanan terbanyak selama Q2 2019-Q2 2020. Seiring dengan banyaknya pengguna aktif bulanan dompet digital tersebut, Ipsos melakukan riset dengan menguji

ketenaran dari masing-masing dompet digital tersebut. Hasil riset menunjukkan bahwa 58% responden memilih *Gopay* sebagai dompet digital paling familiar, yang disusul oleh *OVO* sebanyak 29%, Dana 9%, dan LinkAja 4%. (Devita, 2021)

*Gopay* adalah dompet digital yang digunakan untuk transaksi keuangan dari aplikasi *Gojek*. Transaksi dengan menggunakan *Gopay* memiliki kegunaan tersendiri misalnya, tidak perlu repot membawa uang tunai serta bisa mendapatkan promo dan harga yang murah. Selain itu, bisa *Top Up* dimana saja serta dapat digunakan untuk berbagai transaksi. (Maronie, 2019)

Saldo yang terdapat didalam *Gopay* dapat digunakan untuk transaksi pembayaran atau jasa antar makanan dan minuman, seperti: untuk jasa makan *GoFood*, untuk transportasi *GoBusway*, untuk membayar produk belanja *GoMart* dan lain sebagainya. Pengisian saldo dapat dilakukan melalui *driver Gojek* sendiri, melalui minimarket dan juga dapat melalui Bank. Namun, apabila mengisi ulang saldo melalui minimarket ataupun melalui Bank dikenakan biaya admin sedangkan apabila melalui *driver Gojek* tidak dikenakan biaya admin. Hal inilah yang dikhawatirkan tidak diperbolehkan dalam Islam.

Meskipun terdapat kemudahan dari penggunaan *Gopay*, ada juga resiko yang dapat terjadi dari penggunaan *Gopay*. Salah satunya terjadinya pembobolan akun *Gopay* dari salah satu pengguna *Gopay*. Kejadian tersebut bermula ketika pengguna sedang melakukan layanan pesan antar *Gofood*. Pengguna mendapatkan panggilan

dari sopir ojek online tersebut yang mengaku motor yang digunakan mogok dan harus ganti pengemudi. Disitu pengguna diminta untuk memasukkan nomor telepon dengan menambahkan kode yang diberikan si sopir. (Thomas, 2019)

Tanpa disadari, pelaku dapat mengakses akun pengguna *Gopay* dan menguras saldo yang ada di *Gopay*. Pengguna *Gopay* tersebut melaporkan kejadian tersebut kepada pihak *Gopay* namun usai kejadian tanggapan pihak dari *Gojek* kurang memuaskan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pengamanan akun *Gopay* masih kurang aman. (Thomas, 2019)

Islam memiliki beberapa landasan hukum yang berfungsi mengatur setiap tatanan manusia didalam melakukan aktivitasnya. Beberapa dasar hukum Islam yang mengatur tentang pemaparan Allah tentang ketika mengharamkan riba dan menghalalkan jual beli.

Q.S Al-Baqarah:275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ  
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا  
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*Artunya:Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan*

*urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*

Manusia diberikan kesempatan untuk melakukan pembaruan terhadap berbagai kebutuhan muamalah yang diperlukan dalam kehidupan yang dilandaskan Al-qur'an dan As-Sunnah. Didalam perspektif ekonomi Islam, hukum transaksi elektronik telah diatur dalam Fatwa DSN No 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, menjelaskan tentang kriteria *E-Money* sesuai prinsip syariah, yaitu: Pertama, terhindar dari transaksi yang dilarang. Kedua, biaya layanan fasilitas adalah biaya riil sesuai dengan prinsip ganti rugi/*ijarah*. Ketiga, ditempatkan di bank syariah. Keempat, dalam hal kartu *E-Money* hilang, jumlah nominal uang yang ada di penerbit tidak boleh hilang. Kelima, (a) akad antara penerbit dengan pihak dalam penyelenggaraan *E-Money* adalah *ijarah*, *ju'alah*, dan *wakalah bi al-ujrah*, karena produk yang dijual adalah jasa. (b) akad antara penerbit dengan pemegang *E-Money* adalah *wadiah* atau *qard*, karena nominal uang dapat digunakan atau ditarik kapan saja. (c) akad antara penerbit dengan agen layanan keuangan digital adalah *ijarah*, *ju'alah* dan *wakalah bi al-ujrah*. (Sahroni, 2019)

**Tabel 1.1 Historikal Transaksi Uang Elektronik**

Periode	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (Per Agustus)
Volume (Juta)	137,9	203,36	535,47	638,13	943,31	2.922,69	5.226,69	3.021,66
Nominal (Rp Triliun)	2,9	3,31	5,28	7,06	12,37	47,19	145,16	126,95

Sumber: Bank Indonesia

Dari table 1.1 dapat kita lihat bahwa perkembangan untuk penggunaan transaksi uang elektronik dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Seperti pada tahun 2019 total nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp 145,16 Triliun dengan 5.226,69 juta volume transaksi. Secara histori, nilai transaksi uang elektronik pada 2019 merupakan yang terbesar dan berhasil meleset hampir 3 kali lipat dibandingkan 2018 yakni senilai Rp 47,19 triliun. (Malik, 2020)

Tahun 2019, menjadi tonggak lonjakan transaksi uang elektronik karena berhasil menembus angka Rp 100 triliun, sejak tahun 2013 nilai transaksinya tidak pernah menembus Rp 50 triliun. Bahkan pada tahun 2013, nilainya hanya Rp 2,9 triliun dan perkembangannya cenderung landai hingga 2016. Baru pada tahun 2017 nilai transaksi uang elektronik berhasil menembus naik secara signifikan senilai Rp 12,37 triliun. (Malik, 2020)

Dompot digital pada dasarnya sama dengan uang biasa, karena memiliki fungsi sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi. Hukum menggunakan dompet digital ini adalah halal. Kehalalan ini berdasarkan kaidah fiqih, bahwa semua transaksi muamalah pada dasar halal kecuali terdapat dalil yang mengharamkan maka saat itu juga hukumnya menjadi haram. (Ethan, 2020)

Menurut Hosen, telah terjadi fenomena perubahan sosial seiring dengan lahirnya internet dan keberagamaan siber (*cyber spirituality*). Masyarakat menemukan media baru dimana mereka dapat mengakses panduan-panduan keberagamaan dari internet.

Dengan kemudahan dan kecepatan aksesnya, internet memudahkan siapapun untuk bisa mendapatkan informasi-informasi dan fatwa-fatwa keberagamaan. Namun, di sisi lain justru memunculkan sebuah kekhawatiran baru yang disebut sebagai fenomena anarki informasi. (Ethan, 2020)

Pada penelitian ini objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2018, Karena penulis menganggap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2018 telah memperoleh pengetahuan dan wawasan yang memadai terkait masalah ekonomi salah satunya mengenai transaksi pembayaran. Serta salah satu peran mahasiswa ialah sebagai *agent of change* yang diharapkan dapat memberikan perubahan, baik untuk diri sendiri maupun dalam cakupan luas. Mengenai perubahan diharapkan mahasiswa sadar dan paham akan perkembangan teknologi, dalam hal ini ialah penggunaan metode pembayaran atau alat transaksi elektronik di era modern saat ini. Mengenai alat pembayaran elektronik, penulis melihat adanya peluang untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2018 menggunakan *Gopay* sebagai alat pembayaran elektronik dikarenakan banyak kemudahan dan manfaat lainnya yang bisa didapatkan oleh mahasiswa. Keterbatasan yang dimiliki mahasiswa dalam menggunakan alat pembayaran non tunai seperti halnya kartu kredit juga menjadi peluang penggunaan *Gopay* dikalangan mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang diatas pada penellitian ini maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “**Analisis Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *Gopay* Dalam Perspektif Ekonomi Islam**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimana karakteristik keputusan konsumen dalam menggunakan media digital *Gopay* sebagai alat pembayaran?
2. Seberapa besar pengaruh kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan terhadap keputusan konsumen menggunakan media digital *Gopay* sebagai alat pembayaran?
3. Bagaimana pengaruh faktor kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan terhadap keputusan konsumen menggunakan *Gopay* dalam perspektif ekonomi Islam?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana deskripsi keputusan konsumen dalam menggunakan media digital *Gopay* sebagai alat pembayaran

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan terhadap keputusan konsumen menggunakan media digital *Gopay* sebagai alat pembayaran
3. Untuk mengkaji pengaruh faktor kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan terhadap keputusan konsumen menggunakan *Gopay* dalam perspektif ekonomi Islam

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan penulis, khususnya dalam hal ini yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan media digital *Gopay*.

2. Bagi Dunia Akademisi

Hasil penelitian ini bermanfaat sebagai referensi perpustakaan, yang bisa digunakan sebagai referensi perbandingan objek penelitian yang sama khususnya tentang Analisis Kemudahan, Kepercayaan Dan Kemanfaatan Dalam Menggunakan Media Digital *Gopay* Sebagai Alat Pembayaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Kemudahan**

Menurut Jugiyanto (2007), Kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tertentu akan bebas dari suatu usaha. Pada zaman yang sudah modern seperti sekarang ini masyarakat sudah terbiasa dengan gaya hidup yang mudah, cepat, aman dan relative lebih murah. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian kemudahan yaitu suatu kepercayaan bahwa sistem informasi dan teknologi yang mudah digunakan maka masyarakat sudah pasti menggunakannya. (Susanti & Dewi Fardahlia, 2021)

Menurut Pangih Rizki Dwi Lestari (2014) kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor meliputi:(Susanti & Dewi Fardahlia, 2021)

1. Suatu teknologi yang baik dan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya.
2. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, mendorong persepsi pengguna kearah yang lebih positif.

Menurut Davis (1989) indikator-indikator kemudahan meliputi: (Susanti & Dewi Fardahlia, 2021)

1. Produk digital *fintech* sangat mudah untuk digunakan dan dipelajari. Produk digital *fintech* atau biasa disebut saldo *OVO*, *Gopay* dan dana diindikasikan tidak sulit untuk digunakan artinya setiap seseorang pertama kali menggunakan layanan *OVO*, *Gopay* dan dana pengguna tersebut akan langsung mengerti dan paham dalam menggunakannya.
2. Produk digital *fintech* sangat mudah dioperasikan. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah maka akan memudahkan penggunaannya dalam menggunakan,
3. Produk digital *fintech* mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
4. Produk digital *fintech* memudahkan dalam melakukan pembayaran pengguna.
5. *Fleksibel*, kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif. Menggunakan produk tersebut dapat digunakan dimana saja dan kapan saja tidak terikat oleh waktu.

### **2.1.2 Pengertian Kepercayaan**

Menurut Jugiyanto (2007), Kepercayaan mewakili struktur-struktur intelektual yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi serta memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil yang berkaitan. (Andhika Bayu Pratama, 2019)

Kepercayaan sebagai suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi sesuai dengan harapan lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian. Kurangnya kepercayaan dan ketakutan akan masalah, termasuk akan ketakutan kebocoran informasi pribadi, kurangnya bisnis yang menguntungkan dan kurangnya standar untuk pembayaran yang aman menciptakan penghalang terhadap penerapan transaksi dengan menggunakan Gopay. (Andhika Bayu Pratama, 2019)

Menurut Jia, Shen (2003), terdapat beberapa indikator kepercayaan meliputi: (Andhika Bayu Pratama, 2019)

1. Kepercayaan akan pelayanan yang sesuai dengan perjanjian dan kebutuhan yang dibutuhkan.
2. Sistem yang berkaitan dengan kemajuan teknologi dimasa depan.
3. Sistem keamanan dan kerahasiaan data pribadi.

### **2.1.3 Pengertian Kemanfaatan**

Menurut Jugiyanto (2007), Kemanfaatan yaitu sejauhmana bahwa seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Susanti & Dewi Fardahlia, 2021). Manfaat yang dirasakan merupakan suatu kepercayaan tentang proses untuk pengambilan keputusan apabila pengguna merasa percaya bahwa teknologi tersebut dapat berguna. Sikap positif dalam

menggunakan *Gopay* akan timbul karena pengguna merasa bahwa *Gopay* dapat meningkatkan kinerja, produktivitas dan keefektifitasan kinerja bagi penggunanya.

Menurut Andriyano (2016), terdapat beberapa indikator kemanfaatan diantaranya: (Susanti & Dewi Fardahlia, 2021)

1. Meningkatkan efektivitas
2. Dapat mempersingkat waktu
3. Dapat memudahkan dalam layanan apapun.

#### **2.1.4 Keputusan Konsumen**

##### **A. Pengertian Konsumen**

Menurut KBBI pengertian konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dsb). (KBBI, 2015) Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlihat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Menurut *The American Marketing Association* dalam (Kotler, 2002) mendefinisikan perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Terdapat tiga ide, yaitu: (Setiadi, 2019)

- 1) Perilaku konsumen adalah dinamis.
- 2) Hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar.

- 3) Hal tersebut dapat menimbulkan pertukaran. Perilaku konsumen merupakan dinamis, berarti bahwa perilaku seorang konsumen, group konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu.

## **B. Keputusan konsumen**

Terdapat dua faktor utama yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli sebuah produk, yaitu faktor eksternal dan internal. Menurut Nurruyati (2010) Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah (Setiadi, 2019)

- 1) Budaya, yaitu keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dipengaruhi oleh kebiasaan, pola pikir, kepercayaan dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat konsumen tersebut tinggal.
- 2) Kelas sosial, sudah menjadi rahasia umum bahwa dalam masyarakat sering terjadi penggolongan kelas sosial, dilihat dari kekuasaan, kekayaan, pengetahuan dan lain-lain dimana hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap barang yang akan dikonsumsi.
- 3) Keluarga, keluarga juga dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk karena di situ ada ayah, ibu, paman, bibi, kakek, nenek, yang dapat memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk. (Nasrullah, 2015)

Menurut Swastha dan Handoko (2014) faktor internal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen adalah (Nasrullah, 2015)

- 1) Motivasi, yaitu dorongan dan kebutuhan individu untuk memperoleh kepuasan.
- 2) Pengamatan, yaitu reaksi orientatif terhadap rangsangan-rangsangan, walaupun rangsangan tersebut berupa benda asing, justru asing karena belum pernah mengalami.
- 3) Belajar, perubahan perilaku akibat adanya pengalaman, seperti seseorang akan membeli sebuah produk lebih dari sekali jika produk itu memuaskan.
- 4) Kepribadian dan konsep diri, ada tiga unsur kepribadian yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen yaitu pengetahuan, perasaan dan naluri;
- 5) Sikap, yaitu kecenderungan untuk bereaksi terhadap produk dalam masalah-masalah yang baik atau kurang baik secara konsekuen.

### **.2.1.5 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital *Gopay***

Menurut Davis, persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya, bahwa sistem informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor:(Alghifari & Madiawati, 2020)

1. Faktor yang berfokus pada teknologi itu sendiri, misalnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis

2. Kualitas yang baik yang didengar pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
3. Faktor yang mempengaruhi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi ialah tersedianya mekanisme yang handal.

### **2.1.6 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital *Gopay***

Menurut Moorman, Kepercayaan adalah pernyataan antara dua belah pihak dalam suatu hubungan. Salah satu pihak berperan sebagai *controlling* asset (penyedia produk atau jasa) dan pihak lain adalah sebagai pengguna yang menyakini adanya manfaat dari produk jasa. (Ambarwati, 2019)

1. Pengguna percaya dengan kehandalan *Gopay* dalam menyediakan layanan *E-Money*
2. Pengguna tersedia menyetorkan uangnya untuk bertransaksi menggunakan layanan *Gopay*
3. Pengguna percaya uangnya aman dalam sistem *Gopay* saat melakukan aktivitas pembayaran
4. Pengguna percaya data pribadinya tidak disalahgunakan oleh pihak *Gopay*.

### **2.1.7 Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital *Gopay***

Menurut Davis, persepsi kemanfaatan diartikan sebagai manfaat yang dianggap akan diperoleh dari setiap individu yang menggunakan teknologi baru untuk dapat meningkatkan atau memperbaiki kinerja. Berikut dimensi kemanfaatan: (Alghifari & Madiawati, 2020)

1. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu
2. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas
3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu
4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu

### **2.1.8 Sistem Pembayaran Menggunakan *Gopay***

#### **A. Pengertian *Gopay***

*Gopay* adalah uang elektronik yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi *Gojek*. Kita dapat menggunakan *Gopay* untuk melakukan pembayaran pada layanan diaplikasi *Gojek*, toko atau restoran rekan usaha *Gopay* dan transaksi keuangan lainnya seperti: transfer saldo *Gopay* kesesama pengguna atau ke bank bagi kamu yang sudah melakukan *upgrade* ke *Gopay plus*. (Gojek, 2021a)

*Gopay* adalah dompet virtual untuk menyimpan *Gojek Credit* yang digunakan untuk membayar berbagai transaksi yang terdapat di aplikasi *Gojek*. Selain

kemudahan *top-up* saldo *Gopay* melalui 17 Bank dan pengemudi *Gojek*, diskon serta *free delivery*, terdapat juga layanan transfer tanpa biaya untuk sesama pelanggan *Gopay* dan layanan tarik tunai pada sistem pembayaran *Gopay* untuk memudahkan para pelanggannya. Perusahaan *Gojek* juga merilis layanan *Gopoints* yang merupakan program loyalti berupa token yang diperoleh pelanggan dari setiap transaksi dengan menggunakan *Gopay*. Dengan mini-game “*swipe*” koin ini, pelanggan *Gopay* memperoleh *voucher* yang dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah yang tersedia di aplikasi *Gojek*. Saat ini lebih dari 50% pengguna *Gojek* telah memakai *Gopay* sebagai alat pembayaran. (Inayah & Megawati, 2018)

## **B. Sistem Transaksi Dengan Menggunakan *Gopay***

*Gopay* ini adalah sebuah alternatif pembayaran non-tunai dari *Gojek* yang memungkinkan kita sebagai pengguna untuk melakukan pembayaran dengan sistem *cashless* yang artinya tanpa uang tunai tetapi mereka memotong kredit dari nilai tunai yang tertera di akun kita. Sedangkan untuk penambahan nilai uang tunainya menggunakan sistem *Top Up* atau isi ulang. (Marissa, 2017)

*Gopay* saat ini sudah bekerjasama dengan bank-bank di Indonesia. Cara melakukan *Top Up* saat ini cukup mudah yaitu dapat melalui ATM, internet *banking*, *mobile banking* dan juga pengendara *Gojek*. Layanan ini menjadi sebuah solusi dimana ketika konsumen tidak membawa uang tunai dan juga malas untuk bertransaksi menggunakan uang tunai (Priyono, 2017).

Supaya bisa langsung mendapatkan diskon untuk perjalanan berikutnya atau layanan lainnya dari *Gojek*, maka pengguna harus melakukan proses *Top Up* terlebih dahulu sehingga nilai tunai di akun *Gopay* pengguna terisi. Terdapat 3 cara dalam melakukan *Top Up* jadi pengguna dapat memilih yang mana yang menurutnya lebih mudah. Pertama, *Top Up* bisa dilakukan secara manual melalui *driver Gojek*. Pengguna cukup memberikan uang tunai sejumlah besaran yang diinginkan, namun untuk cara ini hanya bisa dilakukan setelah melakukan pemesanan dan perjalanan dengan jasa *GO-RIDE*. (Sukma Indra, 2019)

Kedua yaitu melalui transaksi transfer dana pada beberapa bank terpilih di Indonesia yaitu BCA, Mandiri, BRI, BNI, PermataBank, CIMB Niaga, BTN, jaringan ATM bersama, dan jaringan ATM Prima.(Marissa, 2017) Ketiga *Top Up* dapat dilakukan melalui Alfamart, pengguna layanan *Gopay* melakukan proses *Top Up Gopay* dengan kasir Alfamart dengan menyebutkan nominal *Top Up Gopay* yang diinginkan pengguna.(Sukma Indra, 2019)

### **2.1.9 Kelebihan *Gopay***

Terdapat beberapa kelebihan *Gopay* diantaranya (Nilakandi, 2020)

#### 1) Kemudahan dalam pengisian saldo

*Gopay* memberikan kemudahan dalam melakukan pengisian saldo *Gopay*. Pengisian saldo dapat dilakukan melalui ATM, *mobile banking*, *internet banking*, *sms banking*, minimarket, pegadaian, hingga melalui mitra atau *driver Gojek*.

## 2) Transaksi dapat dilakukan kapan saja

Layanan *Gopay* dapat digunakan selama 24 jam penuh untuk melakukan pembayaran ataupun transaksi dimana pun dan kapan pun.

## 3) Promo menarik

*Customer Gopay* akan sering mendapatkan berbagai macam promo menarik yang dapat dinikmati setiap kali melakukan pembayaran dengan menggunakan *Gopay*.

## 4) Layanan transaksi yang beragam

*Gopay* dapat digunakan untuk melakukan berbagai macam transaksi yang tersedia di dalam aplikasi *Gojek* dan *merchant* atau toko yang bekerja sama dengan pihak *Gopay*.

## 5) Memiliki *Gopoints*

Setiap kali menggunakan *Gopay* untuk bertransaksi, akan mendapatkan token. Token tersebut dapat ditukarkan dengan *Gopoints* yang mana nantinya bisa mendapatkan hadiah atau *voucher* menarik dari *Gopay*.(Nilakandi, 2020)

### **2.1.10 *Gopay* / *e-money* menurut Fatwa DSN-MUI No 116/IX/DSN-MUI/2017**

Kegiatan transaksi haruslah tidak bertentangan dengan syariat, yaitu sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits. Bertransaksi secara syariah dalam penggunaan uang

elektronik sesuai dengan prinsip-prinsip syariah telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI, No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah. Berikut prinsip-prinsip dalam kegiatan bermuamalah yang harus ditiadakan adalah:

1. Gharar

Sesuatu yang tidak jelas dijamin atau dipastikan kewujudannya secara matematis dan rasional, baik itu menyangkut barang, harga, ataupun waktu pembayaran uang/penyerahan barang. Gharar berasal dari bahas Arab yang berarti risiko, tipuan, dan menjatuhkan diri atau harta ke jurang kebinasaan. Menurut para ahli fiqh, gharar merupakan jual beli yang tidak jelas kesudahannya. Sebagian ulama mendefinisikan dengan jual beli yang konsekuensinya antara dan tiada.(Tarmizi, 2017)

2. Maisir

Dalam bermuamalah, prinsip dasar yang harus dihindari ketika bertransaksi ialah tidak boleh mengandung maisir (judi). Semua bentuk perpindahan harta ataupun barang dari satu pihak kepada pihak lain tanpa melalui jalur akad yang telah digariskan syariah, namun perpindahan itu melalui permainan, seperti taruhan uang pada permainan kartu dan lain-lain dilarang dalam syari'at Islam.(Tarmizi, 2017) Seperti firman Allah surat Maidah ayat 90-91:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٦٠﴾ إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ ﴿١٦١﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan. Sesungguhnya syaitan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran (meminum) khamar dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang; Maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu).*

Dalam ayat diatas Allah mengharamkan perjudian dan gharar hukum haram tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Allah mensifatinya dengan rijs kotoran manusia, bau busuk dan menjijikan, Judi adalah perbuatan syaitan maka orang yang melakukan judi sesungguhnya dia sedang berusaha untuk menjadi sosok makhluk tersebut. Perintah Allah untuk berhenti melakukannya dan menjanjikan keuntungan serta kebahagiaan dunia dan akhirat bagi yang berhenti melakukannya.

### 3. Riba

Riba adalah pertukaran sesama barang ribawi dengan kadar yang berbeda. Perbedaan inilah yang disebut riba. Unsur pemerasan dan ketidakadilan dalam transaksi riba sangat merugikan serta bertentangan dengan syari'at Islam.(Amri, 2017) Sebagaimana dala Firman Allah surah Al-Baqarah ayat 278:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.*

#### 4. Bathil

Akad jual beli atau kemitraan untuk mendapatkan keuntungan/penghasilan, namun barang yang diperdagangkan ataupun proyek yang dikerjakan adalah jenis barang atau kegiatan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah yang banyak mengandung unsur-unsur kebathilan. Meski transaksinya dilengkapi dengan rukun dan syarat, namun dinyatakan tidak sah secara hukum dan agama. (Tarmizi, 2017) Adapun larangan transaksi atau bermuamalah secara bathil telah Allah larang dalam Qur'an surah An-Nisa ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah melarang orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan harta satu dan lainnya dengan jalan yang bathil, dalam ayat ini pula segala bentuk transaksi yang kita lakukan harus saling ridha atau suka sama suka.

### **2.1.11 *Gopay* Menurut Fiqh Ekonomi Islam**

#### **A. Pengertian fiqh**

Kata fiqh secara etimologi berarti mengerti, memahami dan melaksanakan. Pemahaman ini berarti bahwa mengeksplorasi suatu masalah memerlukan mobilisasi potensi nalar. Dari segi terminologi, pengertian fiqh oleh para ahli dalam berbagai masa mengalami perubahan dan perbedaan zaman yang sangat beragam redaksinya, namun dapat dipahami dengan pengertian yang sama. Menurut ulama ushul fiqh, fiqh merupakan ilmu hukum Islam dan melalui argumentasi yang rinci, itu merupakan alamiah. Pada saat yang sama, para ulama fiqh mendefinisikan fiqh sebagai seperangkat hukum amaliah yang ditentukan oleh Islam. Mustafa Ahmad Zarqa mengartikan fiqh sebagai ilmu hukum-hukum syara' yang berkaitan dengan perbuatan manusia yang dikeluarkan dari dalil-dalil yang terperinci (Sudiarti, 2018).

Pengertian di atas memberikan pengetahuan bahwa hukum-hukum syara' baik berupa perintah maupun larangan terhadap amaliyah manusia yang dihasilkan dari dalil-dalil yang terurai. Adapun maksud hukum-hukum syara' adalah hukum-hukum yang diperoleh dan ditentukan oleh Allah SWT. Seperti wajib, sunat, haram, makruh dan mubah (Sudiarti, 2018).

#### **B. Pengertian Ekonomi Islam**

Pengertian ekonomi Islam didasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadist serta pengertian ekonomi lainnya. Dengan demikian pengertian ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari upaya-upaya manusia untuk

memenuhi kebutuhannya yang harus dikendalikan dan dibatasi sesuai dengan syariah, sedangkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh manusia tidak terbatas adanya dan disediakan dengan baik oleh sang pencipta, Allah SWt dalam rangka mencapai kebahagiaan didunia dan diakhirat. (Amri, 2017)

Berbagai aspek yang terkait dengan ekonomi Islam tidak dapat dilepaskan dari ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. Terdapat beberapa nilai universal dalam ekonomi Islam yang menjadi pondasi dalam pengembangan ekonomi. Nilai-nilai universal dalam ekonomi Islam tersebut adalah *Tauhid* (Keimanan), *Al-'adl* (Keadilan), *Al-Rubuwwah* (Kenabian), *Al-khilafah* (Pemerintahan) dan *Al-ma'ad* (Kembali/hasil). (Rafidah, 2009)

### **C. Fatwa DSN-MUI No 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah**

Dalam fatwa DSN-MUI No 116/DSN-MUI/IX/2017 yang dimaksud dengan:

- 1) Uang elektronik (*electronic money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:
  - a) Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
  - b) Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi. Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

- c) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- 2) Uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Jumlah nominal uang elektronik adalah jumlah nominal uang yang disimpan secara elektronik yang dapat dipindahkan karena keperluan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.
- 4) Penerbit adalah bank atau lembaga selain bank yang menerbitkan uang elektronik.
- 5) Pemegang uang elektronik adalah pihak yang menggunakan uang elektronik.
- 6) Prinsipal adalah bank atau lembaga selain bank yang bertanggungjawab atas pengelolaan sistem dan/atau jaringan antar anggotanya yang berperan sebagai penerbit dan/atau acquirer, dalam transaksi uang elektronik yang kerja sama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis.
- 7) *Acquirer* adalah bank atau lembaga selain bank yang:
  - a) Melakukan kerja sama dengan pedagang sehingga pedagang mampu memproses transaksi dari uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak selain acquirer yang bersangkutan.
  - b) Bertanggung jawab atas penyelesaian pembayaran kepada pedagang. Pedagang (*merchant*) adalah penjual barang dan/jasa yang menerima transaksi pembayaran dari Pemegang. Penyelenggara kliring adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban

keuangan masing-masing Penerbit dan/atau Acquirer dalam rangka transaksi uang elektronik.

- c) Penyelenggara penyelesaian akhir adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan dan bertanggungjawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau acquirer dalam rangka transaksi uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.

Dalam Fatwa DSN-MUI No 116/DSN-MUI/IX/2017 akad- akad yang terkait dengan *Gopay* ialah (Admin, 2018)

1. Akad antara penerbit dengan pemegang uang elektronik:
  - 1) Akad *Qardh* adalah akad pinjaman dari pemegang kepada penerbit uang elektronik dengan syarat penerbit harus mengembalikan uang yang dipinjam kepada pemegang sesuai dengan kesepakatan.

Bentuk dari penarikan hukum utang pituang (*qardh*) adalah:

- 1) Saldo *Gopay* dapat ditarik tunai serta dapat ditransfer sesama rekening *Gopay*.
- 2) Jaminan dari pihak Gojek untuk mengembalikan pinjaman sesuai dengan kesepakatan.

- 3) Belum terjadi akad jual beli ketika customer melakukan *Top Up Gopay* sehingga saldo tersebut bukan alat pembayaran melainkan calon alat pembayaran.
- 2) Akad *Wadiah* yaitu akad titipan dari pemegang kepada penerbit uang elektronik dengan syarat pemegang dapat mengambil, menarik, dan menggunakannya kapan saja.

## **2.2 kajian Pustaka**

Kajian pustaka adalah penjelasan ringkas terkait dengan kajian/penelitian yang pernah dilakukan seputar masalah yang akan diteliti sehingga nampak jelas bahwa kajian yang akan dilakukan ini tidak merupakan plagiasi atau duplikasi dari kajian/penelitian yang telah ada. Sebelumnya penulis telah melakukan perbandingan antara penelitian- penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut:

### **2.2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan/alas an penulis dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

**Tabel 2.1 Perbandingan penelitian terdahulu**

Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1. Desti Nur Aini (2021)	Analisis Pengaruh Faktor Kemanfaatan, Kemudahan, Resiko Dan Kepercayaan Pelanggan Go-Jek Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)	Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan signifikan antara variabel kemanfaatan dengan variabel minat penggunaan Go-Pay, signifikan antara variabel kemudahan dengan variabel minat penggunaan Go-Pay, signifikan antara variabel resiko dengan variabel minat penggunaan Go-Pay dan terdapat hubungan signifikan yang kuat antara variabel kepercayaan dengan variabel minat penggunaan Go-Pay
2. Dien Ilham Genady (2018)	Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dimasyarakat	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan uang elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik dimasyarakat. Kemanfaatan uang elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik dimasyarakat. Promosi uang elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik dimasyarakat.
3. Sefti Afriza (2020)	Analisis Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Inovasi Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Gopay Dalam Perspektif Ekonomi Islam	. Hasil penelitian ini adalah variabel kemudahan dan inovasi teknologi tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Gopay ditunjukkan dengan hasil perolehan masing-masing nilai signifikansi $0,211 > 0,05$ dan $0,072 > 0,05$ . Sedangkan variabel keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Gopay ditunjukkan dengan hasil perolehan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ . Dan diperoleh hasil R Square sebesar 74,9% yang artinya variabel independen yang ada pada penelitian ini mampu menjelaskan 74,9% variabel dependen. Dalam perspektif

		ekonomi Islam dalam penggunaan Gopay maupun uang elektronik dalam bertransaksi diatur dalam Fatwa DSN-MUI, No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah, dalam transaksi Gopay terdapat beberapa bentuk akad yaitu akad jual beli (ba'i), akad wadi'ah, akad ijarah, dan akad qardh.
4. Rurie Wiedya Rahayu (2018)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. Gojek Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan inovasi teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan go pay. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan go pay. Lalu variabel minat menggunakan gopay berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan go pay
5. Maghfira (2018)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay (Studi Kasus : Mahasiswa Di Yogyakarta)	Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap persepsi risiko. Sedangkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan Go-Pay. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan Go-Pay.

### 2.2.2 Kerangka Pemikiran

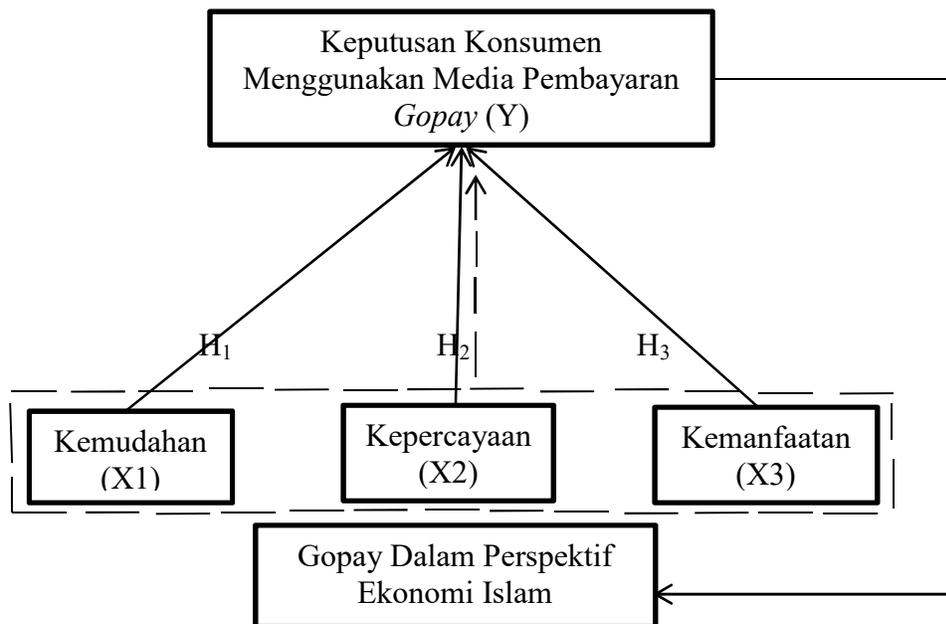
*Gopay* merupakan layanan dompet elektronik milik *Gojek*. *Gopay* pada awalnya digunakan sebagai alat pembayaran berbagai layanan *Gojek* seperti *Go-ride*, *Go-car*, *Go-shop* dan sejenisnya. Namun, saat ini *Gopay* juga dapat digunakan sebagai alat pembayaran elektronik diberbagai gerai rekaman *Gojek*. Pengguna *Gopay* dapat

melakukan *Top Up* melalui *driver*, *ATM*, atau *internet banking* yang menjadi mitra *Gojek*. Selain itu juga dapat mengisi saldo melalui minimarket terdekat yang bekerjasama dengan *Gojek*.

Terdapat banyak kemudahan yang didapat apabila kita menggunakan Gopay sebagai alat pembayaran, diantaranya:

1. Memudahkan dalam bertransaksi dengan menggunakan Gopay tersebut dapat menjadi lebih praktis.
2. Lebih aman ketika kita menggunakan Gopay maka, kita tidak perlu menyediakan uang tunai yang cukup banyak.
3. Mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu.
4. Sangat berguna.
5. Terjaminnya keamanan data pribadi

Berikut adalah bentuk kerangka pemikiran:



**Gambar 2.1**

**Kerangka Pemikiran**

### 2.2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan kepada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. (Sitoyo & Sodik, 2015)

Dari penjelasan kerangka pemikiran penelitian diatas, maka hipotesis penelitian yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H0 : Kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan media pembayaran *Gopay*  
H1 : Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan media pembayaran *Gopay*
2. H0 : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan media pembayaran *Gopay*  
H2 : Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan media pembayaran *Gopay*
3. H0 : Kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan media pembayaran *Gopay*  
H3 : Kemanfaatn berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan media pembayaran *Gopay*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif merupakan suatu metode yang menggambarkan suatu fakta yang kemudian di analisa untuk mendapatkan sebuah kesimpulan dari data yang telah diolah. Kuantitatif adalah metode yang berdasar pada prinsip positif, yang diunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu (Sitoyo & Sodik, 2015).

#### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh, didapat serta dikumpulkan dari sumbernya secara langsung. (Sitoyo & Sodik, 2015). Data primer tersebut dalam bentuk persepsi atau jawaban responden penelitian yang diperoleh dari responden, yaitu pengguna media pembayaran *Gopay* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi melalui penyebaran kuisisioner

#### **3.3 Metode pengumpulan Data**

Penyebaran kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Kuisisioner merupakan metode pengambilan data yang terdiri dari beberapa jenis yaitu dengan cara megajukan pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk mendapatkan jawaban, baik secara sederhana maupun secara

analisis (Sitoyo & Sodik, 2015). Dalam hal ini kuisisioner ditujukan kepada pengguna media pembayaran Gopay Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari suatu targer yang mempunyai kapasitas dan ciri tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipahami dan setelah itu ditarik kesimpulan (Sitoyo & Sodik, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi sebagai pengguna media pembayaran *Gopay*.

**Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif FEB UNJA Angkatan 2018**

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa Per Angkatan 2018
1.	Ekonomi Pembangunan	224
2.	Manajemen	227
3.	Akuntansi	217
4.	Ekonomi Islam	57
<b>Jumlah</b>		<b>725</b>

*Sumber: Akademik FEB UNJA*

#### 3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Sitoyo & Sodik, 2015). Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik

*proportional random sampling*, yakni populasi memenuhi kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.

Rumus yang digunakan adalah rumus Taro Yamane:

$$\text{Rumus: } n = \frac{N}{(N \cdot d^2 + 1)}$$

Keterangan:

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

e : Level signifikan yang diinginkan (10%)

Maka jumlah yang diperoleh:

$$n = \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)} = \frac{725}{(725 \times 0,1^2 + 1)} = 87,87 \text{ (dibulatkan menjadi 88)}$$

Dengan perhitungan *propotional random sampling* masing-masing Program Studi:

$$\text{Rumus: } n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

$n_i$  : Jumlah sampel menurut stratum

n : Jumlah sampel sebenarnya

$N_i$  : Jumlah populasi menurut stratum

N : Jumlah populasi sebenarnya

**Tabel 3.2 Hasil Perhitungan Masing-Masing Prodi**

<p><b>Ekonomi Pembangunan</b></p> $ni = \frac{Ni}{N} \times n$ $ni = \frac{224}{725} \times 88 = 27$	<p><b>Manajemen</b></p> $ni = \frac{Ni}{N} \times n$ $ni = \frac{227}{725} \times 88 = 28$
<p><b>Akuntansi</b></p> $ni = \frac{Ni}{N} \times n$ $ni = \frac{217}{725} \times 88 = 26$	<p><b>Ekonomi Islam</b></p> $ni = \frac{Ni}{N} \times n$ $ni = \frac{57}{725} \times 88 = 7$

Jadi, pengambilan sampel yang diteliti adalah sebanyak EP 27 Mahasiswa, Manajemen 28 Mahasiswa, Akuntansi 26 Mahasiswa dan Ekis 7 Mahasiswa. Dengan kriteria mahasiswa pengguna aktif *Gopay*.

### 3.5 Teknik Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Syahrums & Salim, 2012) Skala Likert berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

- ✓ Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju
- ✓ Skor 4 untuk jawaban Setuju
- ✓ Skor 3 untuk jawaban Kurang Setuju
- ✓ Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju
- ✓ Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju

### 3.6 Metode Analisis Data

#### 3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menjabarkan data dengan cara menguraikan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bertujuan untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sitoyo & Sodik, 2015). Data tersebut berasal dari jawaban responden atas pertanyaan, yaitu pertanyaan yang terdapat dari kuisisioner yang telah dibagikan.

Skor yang diperoleh dari item pernyataan mengenai keputusan konsumen menggunakan media digital *Gopay* sebagai alat pembayaran dikategorikan berdasarkan 5, yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Untuk mengkategorikan tiap skor digunakan metode mengklasifikasikan berdasarkan posisi dari nilai didalam skala rentang. Untuk menentukan skala rentang digunakan rumus sebagai berikut

➤ Penentuan Rentang Skala

$$RS = n \frac{(m-1)}{m}$$

Keterangan:

RS : Rentang Skala

n : Jumlah Sampel

m : Jumlah Alternatif Jawaban Item

$$\text{Rentang Skala} = 88 \frac{(5-1)}{5}$$

$$RS = 70,4$$

➤ Penentuan Rentang Skor

Rentang skor terendah =  $n \times$  skor terendah

$$88 \times 1 = 88$$

Rentang skor tertinggi =  $n \times$  skor tertinggi

$$88 \times 5 = 440$$

Karena skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal 1-5, maka kategori pengklasifikasian untuk variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.3 Rentang Pengklasifikasian Variabel**

<b>Interval</b>	<b>Kriteria Kemudahan</b>
88-158,4	Sangat Tidak Setuju
158,5-228,9	Setuju
229-299,4	Kurang Setuju
299,5-369,9	Setuju
370-440	Sangat Setuju

### 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan atau variabel dependen dengan variabel independen. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Keputusan menggunakan *Gopay*

X<sub>1</sub> = Kemudahan

X<sub>2</sub> = Kepercayaan

X<sub>3</sub> = Kemanfaatan

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi (X<sub>1</sub>)

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi (X<sub>2</sub>)

b<sub>3</sub> = Koefisien Regresi (X<sub>3</sub>)

### 3.7 Pengujian Kualitas Data

#### 3.7.1 Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan keabsahan dari instrumen yang akan dipakai dalam penelitian. Validitas yaitu menggambarkan kemampuan sebuah instrument untuk mengukur apa yang akan diukur dengan menganalisis keabsahan suatu alat ukur untuk memperoleh data (Syahrums & Salim, 2012).

Validitas sebuah pernyataan yang dapat diukur dengan membandingkan nilai hitung  $r$  (*Correlation item total correlation*) dengan nilai table  $r$  dengan ketentuan  $d.f$  (*degree of freedom*) =  $n$ , dimana  $n$  merupakan jumlah sampel.

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan di gunakan, biasanya di lakukan uji signifikan koefisien pada taraf signifikan 0,05. Pernyataan dikatakan valid jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  table ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ). Pernyataan dikatakan tidak valid jika  $r$  hitung negatif dan  $r$  hitung lebih kecil daripada  $r$  table ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).

### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrument (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama walaupun dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas merupakan kefasihan alat ukur untuk tetap stabil meskipun terdapat perbedaan waktu (Syahrums & Salim, 2012). Suatu variabel dikatakan reliabel ketika koefisien reliabilitas  $\geq 0,60$ . Oleh sebab itu, suatu kedudukan variabel dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alfa Cronbach (a)* lebih besar dari 0,60.

### **3.8 Uji Hipotesis**

#### **3.8.1 Uji Signifikansi Statistik secara Parsial (Uji t)**

Pengujian ini (Uji t) digunakan untuk menganalisis hipotesis secara parsial (individual) guna mengetahui seberapa besar signifikan atau tidak signifikannya pengaruh masing-masing variabel. Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian ini adalah menyusun hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Menetapkan kriteria pengujian yaitu.

- a.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $\text{sig } t > 0,05$ . Artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tersebut.
- b.  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak apabila  $\text{sig } t < 0,05$ . Artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

### 3.8.3 Uji Simultan (F)

Pengujian simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. (Alghifari & Madiawati, 2020) Kreiteria pengujian signifikan level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ):

Variabel independen secara individual tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen jika  $H_0$  diterima dengan syarat nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 (sig.>0,05).

Variabel independen secara individual mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen jika  $H_0$  ditolak dengan syarat nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 (sig.<0,05).

### 3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R square* ( $R^2$ ). Bila  $R^2$  mendekati angka 1, maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa makin baik atau makin tepat garis regresi yang diperoleh. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R<sup>2</sup>* negatif, maka nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai  $R^2 = 1$ , maka *Adjusted R<sup>2</sup>* =  $R+1$  sedangkan

jika nilai  $R^2 = 0$ , maka  $adjusted R^2 = (1 - k)/(n - k)$ . jika  $k > 1$ , maka  $adjusted R^2$  akan bernilai negatif. (Gujarati, 2012)

### 3.9 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan pengertian yang berdasarkan sifat-sifat hal yang didefinisikan dan dapat diamati. (Kuntjojo, 2009) Operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.4 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional		Skala Pengukuran
		Indikator	Skor	
Kemudahan	kemudahan yaitu suatu kepercayaan bahwa sistem informasi dan teknologi yang mudah digunakan maka masyarakat sudah pasti menggunakannya. (Susanti & Dewi Fardahlia, 2021)	1. Produk digital <i>fintech</i> sangat mudah untuk digunakan dan dipelajari. 2. Produk digital <i>fintech</i> sangat mudah dioperasikan. 3. Produk digital <i>fintech</i> mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan pengguna 4. Produk digital <i>fintech</i> memudahkan dalam melakukan pembayaran	1. Sangat Tidak Setuju (STS) 2. Tidak Setuju (TS) 3. Kurang Setuju (KS) 4. Setuju (S) 5. Sangat Setuju (SS)	Skala Ordinal

		pengguna <i>5.Fleksibel</i> (Susanti & Dewi Fardahlia, 2021)		
Kepercayaan	Kepercayaan mewakili struktur-struktur intelektual yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi serta memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil yang berkaitan. (Andhika Bayu Pratama, 2019)	1.Kepercayaan akan pelayanan yang sesuai dengan perjanjian dan kebutuhan yang dibutuhkan. 2.Sistem yang berkaitan dengan kemajuan teknologi dimasa depan. 3.Sistem keamanan dan kerahasiaan data pribadi. (Andhika Bayu Pratama, 2019)	1.Sangat Tidak Setuju (STS) 2.Tidak Setuju (TS) 3.Kurang Setuju (KS) 4.Setuju (S) 5.Sangat Setuju (SS)	Skala Ordinal
Kemanfaatan	Kemanfaatan yaitu sejauhmana bahwa seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. (Susanti & Dewi Fardahlia, 2021)	1.Meningkatkan efektivitas 2.Dapat mempersingkat waktu 3.Dapat memudahkan dalam layanan apapun	1.Sangat Tidak Setuju (STS) 2.Tidak Setuju (TS) 3.Kurang Setuju (KS) 4.Setuju (S) 5.Sangat Setuju (SS)	Skala Ordinal

Keputusan Penggunaan <i>Gopay</i>	Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlihat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. (Setiadi, 2019)	<p>1. <b>Budaya:</b> keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dipengaruhi oleh kebiasaan, pola pikir, kepercayaan dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat konsumen tersebut tinggal.</p> <p>2. <b>Motivasi:</b> dorongan dan kebutuhan individu untuk memperoleh kepuasan.</p> <p>3. <b>keluarga:</b> dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk</p> <p>4. <b>Kepribadian dan konsep diri:</b> terdapat ada tiga unsur kepribadian yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen yaitu pengetahuan, perasaan dan naluri</p>	<p>1. Sangat Tidak Setuju (STS)</p> <p>2. Tidak Setuju (TS)</p> <p>3. Kurang Setuju (KS)</p> <p>4. Setuju (S)</p> <p>5. Sangat Setuju (SS)</p>	Skala Ordinal
-----------------------------------	--	--	--	---------------

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **4.1 Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi**

Universitas Jambi berdiri pada tanggal 1 April 1963 sebagai Universitas Negeri dengan Surat Keputusan Menteri PTIP No. 2 5 Tahun 1963 tanggal 23 Maret 1963. Surat Keputusan tersebut menetapkan bahwasanya Universitas Negeri Jambi yang telah didirikan dan diresmikan itu terdiri dari Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Pertanian dan Fakultas Peternakan.

Padahal, sejarah hidup universitas ini sudah dimulai sejak tiga tahun lalu. Pada tanggal 20 Mei 1960, sebuah yayasan bernama Yayasan ini didirikan atas prakarsa para tokoh masyarakat dan pemerintah Jambi pada saat itu, dan dikenalkan oleh R. Sudarsono yang saat itu menjabat sebagai Wali Kota Jambi. Upaya pertama yayasan ini adalah mendirikan perguruan tinggi bisnis yang diberi nama "*Jambi Business College*". Pembinaan dan pengembangan perguruan tinggi ini terselenggara atas kerjasama dengan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia di Jakarta. Satu tahun setelah berdirinya perguruan tinggi, ditingkatkan menjadi sekolah ekonomi dan sekolah hukum dibuka pada saat yang sama. Situasi ini masih dalam naungan Yayasan Perguruan Tinggi Jambi. Keberadaan kedua perguruan tinggi ini disambut hangat oleh masyarakat, sehingga lahirlah ide dan upaya yang menjadikan keduanya sebagai inti pendirian perguruan tinggi di Jambi.

Sejak berdirinya Fakultas Ekonomi Universitas Jambi (FE-UNJA), berstatus nasional, dan pembangunan sekolah telah dimulai. Tenaga pengajar masih menggunakan tenaga ahli yang ada di Jambi, kemudian menambah dua orang dosen tetap yaitu PhD. Kemas Mohamad Saleh dan Drs. Rindu. Anda. Hubungan afiliasi dengan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia masih berlangsung. Pada tahun 1966 Fakultas Ekonomi Universitas Jambi mulai memperoleh gelar sarjana, pada bulan Juli 1976 Fakultas Ekonomi Universitas Jambi mulai menawarkan program studi sarjana (S1).

Sejak tahun akademik 1994/1995, Universitas Jambi bekerjasama dengan Fakultas Ekonomi Universitas Pakanbaru Riau menerima mahasiswa baru jurusan akuntansi. Alhasil, Fakultas Ekonomi Universitas Jambi memiliki 3 (tiga) jurusan, yaitu Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP), Jurusan Manajemen dan Jurusan Akuntansi. Kemudian, mulai tahun ajaran 1996/1997 dibuka pula program ekstensi untuk jurusan IESP dan manajemen, menerima lulusan Diploma III,

Fakultas Ekonomi Universitas Jambi pada tahun ajaran 2001/2002 Mulai menawarkan program studi Diploma III, meliputi dua program studi, yaitu program studi akuntansi dan program studi pemasaran. Pada tahun tersebut diterima 253 mahasiswa, terdiri dari 148 mahasiswa program studi akuntansi dan 105 mahasiswa program studi pemasaran. Berdasarkan Surat Keputusan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi No.3142/Dikti/T/2004, Program Diploma III Fakultas Ekonomi,

Pada tahun ajaran 2005/2006 dibuka kembali program studi baru yaitu program studi perpajakan. (Ekonomi, 2015)

Dari tahun ke tahun mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi terus mengalami peningkatan. Dimana jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi untuk angkatan 2018 saat ini yaitu berjumlah 725 mahasiswa. Dengan masing-masing mahasiswa untuk program studi Ekonomi Pembangunan berjumlah 224 mahasiswa, program studi Akuntansi berjumlah 217 mahasiswa, Manajemen berjumlah 227 dan program studi Ekonomi Islam berjumlah 57 mahasiswa. Dikarenakan masih sangat baru jumlah mahasiswa program studi Ekonomi Islam masih sangat sedikit dibanding program studi yang lain. Berikut data mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2018

**Tabel 3.5 Jumlah Mahasiswa Aktif FEB UNJA**

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa Per Angkatan 2018
1.	Ekonomi Pembangunan	224
2.	Manajemen	227
3.	Akuntansi	217
4.	Ekonomi Islam	57
<b>Jumlah</b>		<b>725</b>

*Sumber: Akademik FEB UNJA*

#### **4.2 Gambaran Umum Gopay**

*Gopay* merupakan dompet digital berupa saldo yang dapat digunakan untuk membayar berbagai layanan *Gojek*. *Gopay* dapat digunakan melalui aplikasi *Gojek*,

*Gopay* dapat digunakan untuk melakukan pembayaran transaksi secara *online* yang tercatat sebagai mitra usaha *Gopay*. Pembayaran *Gopay* dapat dilakukan dimana saja mulai dari layanan *Gojek*, Restoran, Supermarket, *E-Commerce* sampai membayar tagihan listrik dan pulsa. (Gojek, 2021b)

*Top Up* dapat dilakukan diberbagai *chanel* bank, mitra *driver Gojek*, Alfamart dan lain sebagainya. Bebas melakukan ttransfer dan tarik tunai, apabila saldo menipis dapat melakukan *Paylater* yang sistem pembayarannya dapat dilakukan sebulan sekali dan tanpa bunga. Keamanan transaksi dalam menggunakan *Gopay*, *Gopay* selalu berusaha menginformasikan panduan terkait keselamatan dan menjaga keamanan dalam bertransaksi. *Gopay* memiliki setifikat keamanan standar internasioanal dengam nomor ISO 27001:2013 *Information Security management System – ISMS* atau sistem manajemen keamanan informasi yang diterbitkan oleh lembaga *internasional Organization for Standardization (ISO)*. Sertifikat ini adalah bentuk komitmen *Gopay* untuk terus menjaga informasi keamanan penggunanya. (Gojek, 2021b)

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai salah satu sumber data. Adapun jumlah kuesioner yang disebar adalah sebanyak 88 kuesioner. Kuesioner yang digunakan untuk diuji adalah sebanyak 88 kuesioner. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas jambi angkatan 2018, adapun karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, usia, pengeluaran dan program studi.

##### 5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden yang terdapat pada tabel berikut:

**Tabel 5.1 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1	Perempuan	57	65%
2	Laki-laki	31	35%
	Jumlah	88	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 5.1 dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah jenis kelamin perempuan yang berjumlah 57 responden (65%). Dari keseluruhan jumlah responden. Sisanya dari responden berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 31 responden (35%).

### 5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Penelitian ini mengelompokkan responden berdasarkan usia seperti yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah (Responden)	Persentase(%)
1	19	18	20%
2	20	61	69%
3	21	7	7,9%
4	22	2	2,2%
Jumlah		88	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021*

Dari tabel 5.2, dapat diketahui bahwa usia responden yang paling dominan adalah usia 20 tahun dengan jumlah 61 responden dengan persentase 69%, untuk usia 19 tahun sebanyak 18 responden dengan persentase 20%, usia 21 tahun sebanyak 7 responden dengan persentase 7,9% dan usia 22 tahun sebanyak 2 responden dengan persentase 2,2%..

### 5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran

Penelitian ini mengelompokkan responden berdasarkan pengeluaran responden dalam menggunakan media digital *Gopay* seperti yang disajikan pada tabel berikut

**Tabel 5.3 Karakteristik Reponden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan**

No	Pengeluaran	Jumlah (Responden)	Persentase(%)
1	<Rp 500.000	11	13%
2	Rp 500.000-Rp 1.000.000	39	44%
3	>Rp 1.000.000	38	43%
Jumlah		88	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021*

Dari tabel 5.3 dapat diketahui bahwa jumlah pengeluaran respon paling tinggi dalam menggunakan media digital *Gopay* adalah pengeluaran antara Rp 500.000-Rp 1.000.000 per bulan dengan jumlah respon 39 dengan pesentasi 44%, pengeluaran diatas Rp 1.000.000 per bulan dengan jumlah responden 38 dengan persentasi 43% dan pengeluaran dibawah Rp 500.000 per bulan dengan reponden 11 dengan persentasi 13%.

#### 5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan *Gopay*

Penelitian ini mengelompokkan responden berdasarkan lamanya responden dalam menggunakan media digital *Gopay* seperti yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 5.4 Karakteristik Reponden Berdasarkan Lamanya Menggunakan *Gopay***

No	Lama Penggunaan	Jumlah (Responden)	Persentase(%)
1	<1 Bulan	20	23%
2	2 Bulan-5 bulan	56	63%
3	6 Bulan-12 Bulan	12	14%
4	>12 bulan	0	0
Jumlah		88	100%

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021*

Dari tabel 5.4 dapat diketahui bahwa jumlah lamanya respon menggunakan *Gopay* paling tinggi lamanya menggunakan media digital *Gopay* adalah antara 2 bulan-5 bulan dengan jumlah respon 56 dengan pesentasi 63%, lamanya menggunakan *Gopay* diatas <1 bulan dengan jumlah responden 20 dengan persentasi 23% dan lamanya menggunakan *Gopay* antara 6 bulan-12 bulan dengan reponden 12

dengan persentasi 14% tidak ada reponden yang menggunakan Gopay diatas 12 bulan.

## 5.2 Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital Gopay Sebagai Alat Pembayaran

Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengaruh kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan terhadap keputusan konsumen menggunakan media digital Gopay sebagai alat pembayaran dengan cara penyebaran kuesioner dengan beberapa pernyataan mengenai kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan dalam menggunakan Gopay. Berdasarkan hasil penelitian, distribusi frekuensi tanggapan responden mengenai kemudaha dalam menggunakan Gopay dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.5 Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan**

No	Pertanyaan	Skor					Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	aplikasi <i>Gopay</i> sangat mudah digunakan sehingga saya tidak merasa kesulitan dan meminimalkan biaya operasinal	0	0	0	65	25	376	Sangat Setuju
2.	Cara penggunaa <i>Gopay</i> sangat mudah karena terdapat “Tutorial” ketika akan mengguankan	0	1	3	67	17	364	Setuju
3.	Transaksi menggunakan <i>Gopay</i> dapat mempermudah dalam kegiatan sehari-hari	0	1	17	55	15	348	Setuju
4.	Dengan menggunakan <i>Gopay</i> dapat mempercepat transaksi pembayaran	0	0	12	47	29	369	Setuju
5.	Pembayaran dengan menggunakan <i>Gopay</i> dapat	0	1	8	54	25	367	Setuju

	dilakukan dimanapun dan kapanpun							
<b>Rata-Rata</b>							<b>364,8</b>	<b>Setuju</b>

*Sumber Data Primer diolah, 2021*

Variabel Kemudahan terdiri dari 5 pertanyaan. Berdasarkan tabel 5.5 di atas dapat dilihat bahwa pernyataan yang memiliki skor tertinggi yaitu responden merasa mudah dengan menggunakan aplikasi *Gopay* dan meminimalkan biaya operasional dengan skor 376. Sedangkan untuk pernyataan dengan skor terendah yaitu pernyataan bahwa menggunakan *Gopay* dapat memudahkan kegiatan sehari-hari dengan skor 348.

Dari tabel 5.5 di atas dapat pula menunjukkan secara deskriptif bahwa persepsi responden terhadap kemudahan menggunakan media digital *Gopay* cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata dari item pernyataan yang diberikan yaitu 364,8 yang mana termasuk dalam kategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan menggunakan media digital *Gopay* sudah cukup baik dengan kategori setuju.

**Tabel 5.6 Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan**

No	Pertanyaan	Skor					Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	Aplikasi <i>Gopay</i> memberikan pelayanan sesuai perjanjian yang ditawarkan	0	0	10	62	16	358	Setuju
2.	<i>Gopay</i> mampu memberikan pelayanan yang saya butuhkan	0	0	11	61	16	357	Setuju

3.	Aplikasi <i>Gopay</i> berkaitan dengan kepentingan pengguna sekarang dan masa depan	0	0	9	59	20	363	Setuju
4.	<i>Gopay</i> memiliki jaminan keamanan yang baik	0	0	5	74	9	356	Setuju
5.	Saya percaya data pribadi saya tidak disalah gunakan oleh pihak <i>Gopay</i>	0	0	3	74	11	360	Setuju
<b>Rata-rata</b>							<b>358,8</b>	<b>Setuju</b>

*Sumber Data Primer diolah, 2021*

Variabel Kepercayaan terdiri dari 5 pertanyaan. Berdasarkan tabel 5.6 di atas dapat dilihat bahwa pernyataan yang memiliki skor tertinggi yaitu responden merasa Aplikasi *Gopay* berkaitan dengan kepentingan pengguna sekarang dan masa depan dengan skor 363. Sedangkan untuk pernyataan dengan skor terendah yaitu pernyataan bahwa *Gopay* memiliki jaminan keamanan yang baik dengan skor 356.

Dari tabel 5.6 di atas dapat pula menunjukkan secara deskriptif bahwa persepsi responden terhadap kepercayaan menggunakan media digital *Gopay* cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata dari item pernyataan yang diberikan yaitu 358,8 yang mana termasuk dalam kategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan menggunakan media digital *Gopay* sudah cukup baik dengan kategori setuju.

**Tabel 5.7 Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Kemanfaatan**

No	Pertanyaan	Skor					Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	<i>Gopay</i> membantu saya secara efektif dalam melakukan transaksi	0	0	8	53	27	371	Sangat Setuju
2.	Dengan menggunakan <i>Gopay</i> membuat pekerjaan saya lebih efektif	3	3	13	58	14	353	Setuju
3.	Trasaksi lebih cepat dengan menggunakan <i>Gopay</i>	0	0	7	56	25	370	Sangat Setuju
4.	Dengan menggunakan <i>Gopay</i> untuk pembayaran apapun di aplikasi <i>Gojek</i> menjadi lebih efisien	0	0	0	56	32	384	Sangat Setuju
<b>Rata-rata</b>							<b>369,5</b>	<b>Sangat Setuju</b>

*Seumbe:r Data Primer diolah, 2021*

Variabel Kemanfaatan terdiri dari 4 pertanyaan. Berdasarkan tabel 5.7 di atas dapat dilihat bahwa pernyataan yang memiliki skor tertinggi yaitu responden merasa dengan menggunakan *Gopay* untuk pembayaran apapun di aplikasi *Gojek* menjadi lebih efisien dengan skor 384. Sedangkan untuk pernyataan dengan skor terendah yaitu pernyataan bahwa dengan menggunakan *Gopay* membuat pekerjaan saya lebih efektif dengan skor 353.

Dari tabel 5.7 di atas dapat pula menunjukkan secara deskriptif bahwa persepsi responden terhadap kemanfaatan menggunakan media digital *Gopay* sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata dari item pernyataan yang diberikan yaitu 369,5 yang mana termasuk dalam kategori sangat setuju. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa kemanfaatan menggunakan media digital *Gopay* sangat baik dengan kategori sangat setuju.

**Tabel 5.8 Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan konsumen**

No	Pertanyaan	Skor					Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
1.	Saya menggunakan <i>Gopay</i> karena orang-orang disekitar saya juga menggunakan <i>Gopay</i>	2	2	15	63	6	333	Setuju
2.	Saya menggunakan <i>Gopay</i> karena keluarga dan teman-teman saya menggunakan <i>Gopay</i>	4	4	22	51	7	317	Setuju
3.	Saya menggunakan <i>Gopay</i> karena saya suka membeli produk secara <i>online</i> serta transaksinya mudah dan aman	1	1	20	52	14	341	Setuju
4.	Saya mengetahui dengan menggunakan <i>Gopay</i> saya mendapatkan <i>point (Gopoint)</i>	0	0	11	52	25	366	Setuju
5.	Saya merasakan kenyamanan saat menggunakan <i>Gopay</i>	0	0	3	67	18	367	Setuju
6.	Saya merasa puas dengan layanan <i>Gopay</i> yang saya terima	0	0	2	65	21	371	Sangat Setuju
<b>Rata-rata</b>							<b>349,1</b>	<b>Setuju</b>

*Seumbe:r Data Primer diolah, 2021*

Variabel Keputusan Konsmen terdiri dari 6 pertanyaan. Berdasarkan tabel 5.8 di atas dapat dilihat bahwa pernyataan yang memiliki skor tertinggi yaitu responden merasa puas dengan layanan *Gopay* yang diterima dengan skor 371. Sedangkan untuk

pernyataan dengan skor terendah yaitu pernyataan saya menggunakan *Gopay* karena keluarga dan teman-teman saya menggunakan *Gopay* dengan skor 317.

Dari tabel 5.8 di atas dapat pula menunjukkan secara deskriptif bahwa persepsi responden terhadap keputusan konsumen menggunakan media digital *Gopay* cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata dari item pernyataan yang diberikan yaitu 349 yang mana termasuk dalam kategori setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen menggunakan media digital *Gopay* sudah cukup baik dengan kategori setuju

### **5.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian**

#### **5.3.1 Uji Validitas**

Validitas yaitu menggambarkan kemampuan sebuah instrument untuk mengukur apa yang akan diukur dengan menganalisis keabsahan suatu alat ukur untuk memperoleh data (Syahrudin & Salim, 2012).

Oleh karena itu, tinggi rendahnya validitas kuesioner menunjukkan sejauhmana data yang terkumpul tidak menyimpang dari variabel yang dimaksud. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan kepada 88 responden. Adapun hasil pengujian validitas dapat dilihat dari tabel berikut:

## 1. Uji Validitas Kemudahan (X1)

**Tabel 5.9 Hasil Pengujian Validitas (X1)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	aplikasi <i>Gopay</i> sangat mudah digunakan sehingga saya tidak merasa kesulitan dan meminimalkan biaya operasinal	0,671	0,176	Valid
2.	Cara penggunaa <i>Gopay</i> sangat mudah karena terdapat “Tutorial” ketika akan mengguankan	0,653	0,176	Valid
3.	Transaksi menggunakan <i>Gopay</i> dapat mempermudah dalam kegiatan sehari-hari	0,756	0,176	Valid
4.	Dengan menggunakan <i>Gopay</i> dapat mempercepat ttransakasi pembayaran	0,752	0,176	Valid
5.	Pembayaran dengan menggunakan <i>Gopay</i> dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun	0,588	0,176	Valid

Sumber: *Data Primer Diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 5.9 di atas terlihat bahwa secara keseluruhan pernyataan kemudahann konsumen menggunakan *Gopay* yang terdiri dari 5 pernyataan dinyatakan valid karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

## 2. Uji Validitas Kepercayaan (X2)

**Tabel 5.10 Hasil Pengujian Validitas (X2)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	Aplikasi <i>Gopay</i> memberikan pelayanan sesuai perjanjian yang ditawarkan	0,709	0,176	Valid
2.	<i>Gopay</i> mampu memberikan pelayanan yang saya butuhkan	0,714	0,176	Valid
3.	Aplikasi <i>Gopay</i> berkaitan dengan kepentingan pengguna sekarang dan masa depan	0,621	0,176	Valid
4.	<i>Gopay</i> memiliki jaminan keamanan yang baik	0,697	0,176	Valid
5.	Saya percaya data pribadi saya tidak disalah gunakan oleh pihak <i>Gopay</i>	0,531	0,176	Valid

Sumber: *Data Primer Diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 5.10 di atas terlihat bahwa secara keseluruhan pernyataan kepercayaan konsumen menggunakan *Gopay* yang terdiri dari 5 pernyataan dinyatakan valid karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

### 3. Uji Validitas Kemanfaan (X3)

**Tabel 5.11 Hasil Pengujian Validitas (X3)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	<i>Gopay</i> membantu saya secara efektif dalam melakukan transaksi	0,788	0,176	Valid
2.	Dengan menggunakan <i>Gopay</i> membuat pekerjaan saya lebih efektif	0,723	0,176	Valid
3.	Trasaksi lebih cepat dengan menggunakan <i>Gopay</i>	0,814	0,176	Valid
4.	Dengan menggunakan <i>Gopay</i> untuk pembayaran apapun di aplikasi <i>Gojek</i> menjadi lebih efisien	0,487	0,176	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5.11 di atas terlihat bahwa secara keseluruhan pernyataan kemanfaatan konsumen menggunakan *Gopay* yang terdiri dari 4 pernyataan dinyatakan valid karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

### 4. Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y)

**Tabel 5.12 Hasil Pengujian Validitas (Y)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	Saya menggunakan <i>Gopay</i> karena orang-orang disekitar saya juga menggunakan <i>Gopay</i>	0,708	0,176	Valid
2.	Saya menggunakan <i>Gopay</i> karena keluarga dan teman-teman saya menggunakan <i>Gopay</i>	0,652	0,176	Valid
3.	Saya menggunakan <i>Gopay</i> karena saya suka membeli produk secara <i>online</i> serta transaksinya mudah dan aman	0,562	0,176	Valid
4.	Saya mengetahui dengan menggunakan	0,606	0,176	Valid

	<i>Gopay</i> saya mendapatkan <i>point</i> ( <i>Gopoint</i> )			
5.	Saya merasakan kenyamanan saat menggunakan <i>Gopay</i>	0,656	0,176	Valid
6.	Saya merasa puas dengan layanan <i>Gopay</i> yang saya terima	0,553	0,176	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5.12 di atas terlihat bahwa secara keseluruhan pernyataan keputusan konsumen menggunakan *Gopay* yang terdiri dari 6 pernyataan dinyatakan valid karena  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

### 5.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrument (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama walaupun dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas merupakan kefasihan alat ukur untuk tetap stabil meskipun terdapat perbedaan waktu (Syahrums & Salim, 2012). Suatu variabel dikatakan reliabel ketika koefisien reliabilitas  $\geq 0,60$ . Oleh sebab itu, suatu kedudukan variabel dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alfa Cronbach* (*a*) lebih besar dari 0,60. Adapun hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.13 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien <i>Cronbach</i>	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,709	Reliable
Kepercayaan (X2)	0,661	Reliable
Kemanfaatan (X3)	0,670	Reliable
Keputusan Konsumen (Y)	0,676	Reliable

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5.13 di atas dapat dilihat bahwa dari hasil pengujian reliabilitas data yang dilakukan, menunjukkan bahwa keempat variabel yang diteliti

dapat dikatakan reliabel karena nilai koefisien *Cronbach Alpha* yang dihasilkan lebih dari 0,60. Semakin besar nilai *Cronbach Alpha* berarti instrument tersebut semakin reliabel atau handal.

## 5.4 Hasil Pengujian Analisis Data

### 5.4.1 Hasil Analisis Data kuantitatif

Hasil analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS 25. Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan atau variabel dependen dengan variabel independen. Hasil pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 5.15 sebagai berikut:

**Tabel 5.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.707	2.425		1.116	.267
	Kemudahan	.081	.119	.065	.679	.499
	Kepercayaan	.701	.133	.523	5.263	.000
	Kemanfaatan	.319	.152	.214	2.106	.038

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data Primer, Diolah 2021

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 2,707 + 0,081X_1 + 0,701X_2 + 0,319X_3$$

Dari persamaan regresi linear pada tabel diatas tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 2,707 menunjukkan bahwa jika variabel kemudahan, kepercayaan, dan kemanfaatan dianggap konstan atau sama dengan nol (0) maka keputusan konsumen adalah 2,707 sehingga keputusan konsumen dalam menggunakan Gopay akan tetap.
2. Koefisien regresi variabel Kemudahan (X1) sebesar 0,081, artinya apabila Kemudahan ditingkatkan 1 satuan, maka Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Media Digital Gopay Sebagai Alat Pembayaran yaitu sebesar 0,195 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara kemudahan terhadap keputusan konsumen.
3. Koefisien regresi variabel Kepercayaan (X2) sebesar 0,701, artinya apabila Kepercayaan ditingkatkan 1 satuan, maka Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Media Digital Gopay Sebagai Alat Pembayaran yaitu sebesar 0,638 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Kepercayaan terhadap Keputusan Konsumen.
4. Koefisien regresi variabel Kemanfaatan (X3) sebesar 0,319, artinya apabila Kemanfaatan ditingkatkan 1 satuan, maka Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Media Digital Gopay Sebagai Alat Pembayaran yaitu sebesar 0,334 satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara Kemanfaatan terhadap Keputusan Konsumen.

## 5.6 Pengujian Hipotesis

### 5.6.1 Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini (Uji t) digunakan untuk menganalisis hipotesis secara parsial (individual) guna mengetahui seberapa besar signifikan atau tidak signifikannya pengaruh masing-masing variabel. Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian ini adalah menyusun hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Menetapkan kriteria pengujian yaitu:

- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $\text{sig } t > 0,05$ . Artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tersebut.
- $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak apabila  $\text{sig } t < 0,05$ . Artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS 25 maka didapat hasil uji t sebagai berikut:

**Tabel 5.15 Hasil Uji t**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.707	2.425		1.116	.267
	Kemudahan	.081	.119	.065	.679	.499
	Kepercayaan	.701	.133	.523	5.263	.000
	Kemanfaatan	.319	.152	.214	2.106	.038

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

*Sumber: Data Primer, Diolah 2021*

1. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada variabel kemudahan terhadap keputusan konsumen menggunakan *Gopay*. Dari hasil pengujian diperoleh untuk variabel X1 diperoleh level signifikan sebesar  $0,499 > 0,05$ , dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa secara parsial variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *Gopay* sebagai alat pembayaran.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kepercayaan terhadap keputusan konsumen menggunakan *Gopay*. Dari hasil pengujian diperoleh untuk variabel X2 diperoleh level signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *Gopay* sebagai alat pembayaran.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kemanfaatan terhadap keputusan konsumen menggunakan *Gopay*. Dari hasil pengujian diperoleh untuk variabel X3 diperoleh level signifikan sebesar  $0,038 < 0,05$ , dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa secara parsial variabel kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan *Gopay* sebagai alat pembayaran.

#### **5.6.2 Uji f (Uji Simultan)**

Pengujian simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel

dependen. (Alghifari & Madiawati, 2020) Variabel independen secara individual tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen jika  $H_0$  diterima dengan syarat nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 ( $\text{sig.} > 0,05$ ). Variabel independen secara individual mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen jika  $H_0$  ditolak dengan syarat nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 ( $\text{sig.} < 0,05$ ).

**Tabel 5.16 Hasil Uji f**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	289.044	3	96.348	28.901	.000 <sup>b</sup>
	Residual	280.035	84	3.334		
	Total	569.080	87			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan

*Sumber: Data Primer, Diolah 2021*

Berdasarkan tabel 5.16 nilai signifikan untuk pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  secara simultan terhadap  $Y$  adalah sebesar  $0,00 < 0,05$  dan nilai  $f_{\text{hitung}} 28.901 > f_{\text{tabel}} 2,71$  sehingga dapat menunjukkan secara simultan bahwa kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen.

### 5.5.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel

dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R square* ( $R^2$ ). Bila  $R^2$  mendekati angka 1, maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa makin baik atau makin tepat garis regresi yang diperoleh. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R<sup>2</sup>* negatif, maka nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai  $R^2 = 1$ , maka *Adjusted R<sup>2</sup>* =  $R+1$  sedangkan jika nilai  $R^2 = 0$ , maka *adjusted R<sup>2</sup>* =  $(1 - k)/(n - k)$ . jika  $k > 1$ , maka *adjusted R<sup>2</sup>* akan bernilai negatif. Nilai koefisiensi determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

### 5.1.7 Hasil Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 <sup>a</sup>	.508	.490	1.826

a. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan

Sumber: Data Primer, Diolah 2021

Dari tabel 5.17 menunjukkan bahwa koefisiensi detreminasi *R square* sebesar 0,508 atau 50,8%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen (kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan) terhadap variabel dependen (keputusann konsumen), sebesar 50,8% sedangkan sisanya 49,2% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian.

## 5.6 Analisi Ekonomi

### 5.6.1 Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digita *Gopay* Sebagai Alat Pembayaran

Pada zaman Rasulullah SAW tidak ada yang namanya uang kertas ataupun uang elektronik dan tidak ada dasar hukum yang mengaturnya baik dalam Al-Qur'an

maupun dalam hadist. Dinar emas dan dirham perak serta uang bantu fulus (uang tembaga) merupakan mata uang yang berlaku pada zaman Rasulullah SAW. Dasar mata uang tersebut terus digunakan hingga muncul uang kertas (*paper money*). Dalam surat An-Nisa' ayat 29 dijelaskan:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Tidak ada nash dari Al-Quran dan hadist yang mewajibkan untuk menjadikan emas dan perak sebagai uang yang diakui oleh syariat. Dan tidak ada nash dari Al-Quran dan hadist yang menafsirkan uang selain uang dan perak yang menjadi istilah pasar. Yang dapat disimpulkan bahwasannya Allah SWT berfirman dalam surah At-Taubah ayat 34:

﴿ يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيُصُدُّونَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ ۗ وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿٣٤﴾ ﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, Maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih.*

Islam tidak melarang bentuk teknologi selagi tidak bertentangan dengan ajarannya. Al-Quran malah memberitakan bahwa manusia adalah khalifah di atas muka bumi dan Allah menempatkan posisi alam ini untuk digunakan oleh manusia dengan usaha-usahanya yang baik. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah ayat 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

*Artinya: Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan dia Maha mengetahui segala sesuatu.*

*Gopay* adalah salah satu bentuk pelayanan yang diberikan dari pihak penyedia jasa (*Gojek*) kepada pihak yang ingin membeli dan menggunakan layanan *Gopay* sebagai alat pembayaran. *Gopay* dapat digunakan untuk layanan yang tersedia baik di aplikasi *Gojek* maupun layanan diluar aplikasi *Gojek*. Transaksi dengan menggunakan *Gopay* juga dilakukan dengan pelaku usaha yang merupakan pihak ketiga yang memiliki perjanjian kerjasama dengan pihak *Gojek*. Perlu diperhatikan bagi pengguna jasa *Gopay* bahwa penggunaan atas akun *Gopay* merupakan tanggung jawab pribadi. Setiap perintah transaksi yang dibuat melalui akun pengguna *Gopay* akan dianggap telah diotorisasi oleh pengguna *Gopay* itu sendiri.

Pihak *Gopay* tidak bertanggung jawab atas kerugian tidak langsung, termasuk biaya, bunga, kerusakan atau kerugian dalam bentuk atau jenis apapun (termasuk cedera pribadi, tekanan emosional dan hilangnya data, barang, pendapatan, laba,

penggunaan atau keuntungan ekonomis lainnya). Pihak *Gopay* hanya bertanggung jawab atas kerugian langsung, yakni jumlah yang dibayar yang timbul atau sehubungan dengan penggunaan akun *Gopay*.

*Gopay* diatur dalam peraturan bank Indonesia (PBI) 18/40/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran Diatur juga dalam Fatwa DSN/MUI no 116/DSN-MUI/IX/2017 yang mana uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Uang elektronik tidak boleh mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam prinsip syariah seperti mengandung riba, *maysir*, *gharar* dan lain sebagainya.

Mengingat fungsi *Gopay* sama seperti uang, maka bank Indonesia menetapkan persyaratan yang wajib dipenuhi oleh bank dan lembaga selain bank menyelenggarakan transaksi pembayaran dengan menggunakan *Gopay*, diantaranya:

1. Menetapkan batasan terkait nilai nominal yang akan disimpan didalam aplikasi *Gopay*.
2. Penerapan prinsip mengenal nasabah.
3. Nilai yang disetorkan ke *Gopay* bukan merupakan simpanan.
4. Penerbit diharuskan sudah mempersiapkan sistemnya agar terkoneksi dengan sistem penerbit lain.

Jika dilihat dari segi akadnya, akad yang digunakan *Gopay* dikategorikan menjadi dua, yaitu:

1. Akad *Wadiah*, terdapat beberapa ketentuan dan batasan akad *wadiah* yang harus dipenuhi, diantaranya:
  - 1) Jumlah nominal uang elektronik yang dapat diambil dan digunakan oleh menggunakan kapan saja.
  - 2) Jumlah nominal yang dititipkan tidak boleh digunakan oleh peneriman titipan, kecuali atas izin pengguna *Gopay*.
  - 3) Pengguna aplikasi *Gopay* tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan peraturan perundang-undangan.
2. Akad *Qardh*, terdapat beberapa ketentuan dan batasan akan *Qardh* yang harus dipenuhi, diantaranya:
  - 1) Jumlah nominal uang elektronik yang bersifat hutang dapat diambil dan digunakan kapan saja.
  - 2) Penerbit dapat menggunakan uang hutang dari pemegang uang elektronik.
  - 3) Penerbit wajib mengembalikan uang pokok piutang pemegang uang elektronik kapan saja sesuai kesepakatan.
  - 4) Pengguna aplikasi *Gopay* tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan peraturan perundang-undangan.

### **5.6.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital *Gopay***

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap keputusan konsumen

menggunakan media digital *Gopay*. Hal ini ditunjukkan dengan level signifikansi variabel kemudahan sebesar 0.119 ( $>0.05$ ).

Hasil penelitian menunjukkan kemudahan tidak mempengaruhi secara signifikan pada keputusan konsumen menggunakan media digital *Gopay*. Yang dapat diartikan Apabila layanan sistem teknologi informasi seperti *Gopay*, didesain secara jelas, simpel, dan informatif maka pengguna sistem juga akan merasa sistem tersebut praktis digunakan. Untuk menghindari penolakan dari penggunaan sistem atas sistem yang sudah dikembangkan, maka suatu sistem haruslah mudah untuk digunakan dan mudah diaplikasikan oleh penggunanya. Sehingga pengguna sistem tidak perlu merasa harus mengeluarkan usaha yang memberatkan atau membutuhkan kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya, dengan begitu maka pengguna sistem akan bersedia menggunakan sistem tersebut.

Islam adalah anugerah besar dari Allah untuk umat manusia di bumi. Kehadiran islam ditengah umat manusia ditujuka untk membawa rahmat, aturan hidup, keselamatan kemaslahatan dan tentu saja membawa kemudahan didalamnya. Sebagaimana dalam sabda Nabi *shallallahu 'alaihi wasallam* yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah *radhiallahu 'anhu* yang artinya:

*Sesungguhnya agama itu mudah, dan tidaklah seseorang bersikap keras (mempersulit) dalam agama kecuali ia akan dikalahkan (semakin kesulitan). Maka berlaku luruslah, mendekatlah (kepada kebenaran), berilah kabar gembira dan minta tolonglah (kepada Allah) di waktu awal pagi, awal sore dan sesuatu di awal malam.*

Terdapat juga dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 185:

وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ

*Artinya: dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), Maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.*

### **5.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital Gopay**

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan media digital Gopay. Hal ini ditunjukkan dengan level signifikansi variabel kepercayaan sebesar 0.000 ( $<0.05$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Desti Nur Aini, menyatakan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan mempengaruhi secara signifikan pada keputusan konsumen menggunakan media digital Gopay. Yang dapat diartikan semakin besar kepercayaan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan media digital Gopay seperti Gopay dapat menjamin keamanan data pribadi konsumen, memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan sebagainya.

Kepercayaan merupakan pondasi dalam ajaran islam. Kepercayaan merupakan prinsip yang penting dan berhubungan erat dengan keimanan. Sebagaimana dalam firman Allah QS. An-Anfal ayat 27 sebagai berikut:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَنَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٦٧﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu Mengetahui.*

Kepercayaan merupakan hal yang harus diutamakan oleh seorang Muslim, kepercayaan juga mempunyai dimensi yang sangat luas. Kepercayaan memiliki peran menumbuhkan dan mengembangkan bisnis, apabila kepercayaan menentukan keberlangsungan suatu kegiatan tersebut. Kepercayaan harus dibuktikan dengan perbuatan, sehingga kepercayaan bukan hal yang dapat diraih dengan sendirinya.

#### **5.6.4 Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Media Digital *Gopay***

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan media digital *Gopay*. Hal ini ditunjukkan dengan level signifikansi variabel kemanfaatan sebesar 0.025 (<0.05). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dien Ilham Genady, menyatakan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan kemanfaatan mempengaruhi secara signifikan pada keputusan konsumen menggunakan media digital *Gopay*. Yang dapat diartikan semakin banyak kemanfaatan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan media digital *Gopay* seperti transaksi yang cepat dan tidak bertele-tele, efisien yang

diberikan membuat konsumen memutuskan untuk menggunakan media *Gopay* sebagai alat pembayaran dan sebagainya.

Kemanfaatan merupakan perbuatan atau larangan berbuat mubazir, meyakini sesuatu atau bahkan penekanan akan larangan berbuat boros dalam islam disamakan dengan bersaudara dengan setan, sebagaimana dalam firman Allah QS. Al-Isra' ayat 26-27

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا ۖ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ  
وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

*Artinya: Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*

Larangan meboroskan harta itu pada hakikatnya agar harta itu dipergunakan secara hemat dan cermat supaya bermanfaat.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *Gopay* Dalam Perspektif Ekonomi Islam, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik responden, yaitu responden yang berjumlah 88 orang responden diketahui bahwa mayoritas pengguna *Gopay* sebagai alat pembayaran adalah berjenis kelamin perempuan. Rata-rata responden berusia 20 tahun. Tingkat pengeluaran mayoritas pengguna *Gopay* adalah antara Rp 500.000 – Rp 1,000.000. Dan lama waktu penggunaannya adalah 2 bulan – 5 bulan.
2. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh hasil bahwa variabel kepercayaan dan variabel kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan sebesar serta berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *Gopay* Sebagai Alat Pembayaran. Sedangkan variabel kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi dengan menggunakan media digital *Gopay* dapat saling percaya sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Anfal ayat 27, transaksi dengan menggunakan media

digital *Gopay* dapat memberikan manfaat sesuai dengan firman Allah Q.S Al-Isra ayat 26-27.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar mendapatkan gambaran sebagai bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya terkait dengan penelitian yang serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah sampel agar dapat mencakup pengguna *Gopay* dan memilih tempat lain untuk lokasi penelitiannya sehingga jangkauannya dapat lebih luas.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain faktor kemudahan, kepercayaan dan kemanfaatan yang akan mempengaruhi variabel keputusan konsumen dalam menggunakan *Gopay*.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'an Karim

- Admin. (2018). *Akad dalam Gopay*. Jago Akuntansi. <https://jagoakuntansi.com/2018/03/13/akad-dalam-go-pay/>
- Alghifari, M. F., & Madiawati, P. N. (2020). *Bandung The Effect Of Promotion Attractiveness , Perceived Ease Of Use , Perceived Benefit Towards Use Intention Of Go-Pay In Bandung*. 7(1), 1265–1280.
- Ambarwati, D. (2019). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta*. 6(1), 88–103.
- Amri, A. (2017). *Ekonomi dan Keuangan Islam*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
- Andhika Bayu Pratama, I. D. G. D. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27, 927–953.
- Apriyani, T. (2019). *Dampak Uang Elektronik terhadap Perekonomian Indonesia*. Yoursay.Id. <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2019/12/10/095513/dampak-uang-elektronik-terhadap-perekonomian-indonesia>
- Devita, V. D. (2021). *E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020*. Iprice. <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>
- Ekonomi, F. (2015). *FEB Berdiri Sejak Awal Pendirian Universitas Jambi*. Fakultas Ekonomi Universitas Jambi. <https://feb.unja.ac.id/index.php/students-2/>
- Ethan, A. (2020). *Analisis penggunaan Go-pay sebagai Alat Pembayaran dalam Perspektif Hukum Islam*. Researchgate. [https://www.researchgate.net/publication/341670562\\_Analisis\\_penggunaan\\_Go-pay\\_sebagai\\_Alut\\_Pembayaran\\_dalam\\_Perspektif\\_Hukum\\_Islam](https://www.researchgate.net/publication/341670562_Analisis_penggunaan_Go-pay_sebagai_Alut_Pembayaran_dalam_Perspektif_Hukum_Islam)
- Gojek. (2021a). *Apa itu GoPay?* Gojek.Com. <https://www.gojek.com/help/gopay/apa-itu-go-pay/>
- Gojek. (2021b). *Semangat baru Gojek*. Gojek.Com. <https://www.gojek.com/about/>
- Gujarati. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Salemba Empat.
- Inayah, M. P., & Megawati. (2018). *Analisis Pengaruh Reliability, Responsiveness,*

- Assurance, Empathy, dan Tangible terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna GO-PAY pada Aplikasi GOJEK (Studi Kasus pada Mahasiswa/i MDP). *Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang*, 2, 1–10.
- KBBI. (2015). *Arti Kata “konsumen” Menurut KBBI*. KBBI.Co.Id. <https://www.kbbi.co.id/arti-kata/konsumen>
- Kuntjojo. (2009). *METODE PENELITIAN*.
- Kusnandar, V. B. (2019). *Berapa Transaksi Uang Elektronik di Indonesia?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/07/berapa-transaksi-uang-elektronik-di-indonesia>
- Malik, A. (2020). *Transaksi Uang Elektronik Agustus Melesat Tembus Rp17,23 Triliun, Ini Data Historisnya*. Bareksa. <https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2020-10-13/transaksi-uang-elektronik-agustus-melesat-tembus-rp1723-triliun-ini-data-historisnya>
- Marissa. (2017). *GO-JEK Mudah Dan Murah Ala GO-PAY*. Liveolive. <http://liveolive.com/post/view/2427-go-jek-mudah-dan-murah-ala-go-pay>
- Maronie, E. (2019). *10 Alasan Kamu Harus Pakai GoPay*. Emaronie. <https://www.emaronie.com/2019/09/10-alasan-kamu-harus-pakai-gopay.html>
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, 13(79), 79–87.
- Nilakandi, Z. (2020). *Apa itu GoPay? Pengertian GoPay Beserta Fungsi dan Kelebihannya*. NESABAMEDIA. <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-gopay/>
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay Anjar. *Jurnal Siasat Bisnis V*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Rafidah, Iii. Y. dan. (2009). Ekonomi Islam Dalani Sistem Ekonomi Indonesia. *KONTIKSTUAIITA*, 25(1), 13–30.
- Sahroni, O. (2019). *Fikih Muamalah Kontempore*. Republika Penerbit.
- Sari, S. W. (2016). Perkembangan dan pemikiran uang dari masa ke masa. *AN-NISBAH*, 3(1), 40–58.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*. PrenadaMedia Group.
- Sitoyo, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media

Publishing.

Sudiarti, S. (2018). *Fiqh muamalah kontemporer*.

Sukma Indra, Z. R. (2019). Transaksi E-Money Terhadap Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Syariah. *Universitas Tanjungpura Pontianak*, 15(2), 49–58.

Susanti, R. A. D., & Dewi Fardahlia, P. I. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *Journal of Management and Sccounting*, 4(1), 57–71.

Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif.pdf*. Citapustaka Media.

Tarmizi, E. (2017). *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (ke-17). PT. Berkah Mulia Insani.

Thomas, V. F. (2019). *Kasus Pembobolan Saldo GoPay Tak Cuma Terjadi pada Maia Estianty*. Tirto.Id. <https://tirto.id/kasus-pembobolan-saldo-gopay-tak-cuma-terjadi-pada-maia-estianty-eptx>

## Lampiran 1

### KUESIONER PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Kepada Yth.

Saudara/i Pengguna Media Pembayaran *Gopay*

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ekonomi di Universitas Jambi maka yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Heni Pratiwi

NIM : C1F017014

Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Faktor Mekanisme *Gopay* Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Keputusan Konsumen Sebagai Alat Pembayaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Berkaitan dengan penelitian tersebut, maka saya meminta kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi atau keadaan yang sebenarnya. Sesuai dengan etika penelitian, data yang Saudara/i berikan akan terjamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Heni Pratiwi

NIM: C1F017014

## PETUNJUK PENGISIAN

1. Mohon diberi tanda (√) pada kolom jawaban saudara/i yang dianggap paling sesuai.
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban.
3. Mohon untuk saudara/i memberikan jawaban yang sebenarnya.

### A. Profil Responden

1. Nama :.....
2. Usia :.....
3. Jenis kelamin :.....  
Pria                      Wanita
4. Pengeluaran per bulan : .....  
 < Rp 500.000               Rp 500.000-Rp 1.000.000  
 > Rp 1.000.000
5. Program Studi :.....  
 Ekonomi Pembangunan       Manajemen  
 Akuntansi                       Ekonomi Islam

### B. Pertanyaan Umum

1. Sudah berapa lamakah anda menggunakan *internet*?  
 < 1 Tahun                       1 Tahun-5 Tahun  
 5 Tahun-10 Tahun       > 10 Tahun
2. Apakah anda sudah menggunakan *Gopay* sebagai alat pembayaran secara *online*?  
 Sudah                               Belum

3. Sudah berapa lama anda menggunakan *Gopay* sebagai alat pembayaran secara *online*?

- < 1 bulan                       2 bulan-5 bulan  
 6 bulan-12 bulan               > 12 bulan

### **PETUNJUK PENGISIAN KUISONER**

1. Bacalah semua pertanyaan dengan baik
2. Beri tanda (√) yang sesuai dengan pilihan saudara/i
3. Jawablah sesuai dengan pertanyaan sesuai dengan pengalaman yang dirasakan saudara/i setelah menggunakan layanan *Gopay*
4. Dalam menjawab pertanyaan kuisisioner ini, tidak ada jawaban yang dianggap salah

Keterangan:

SS : Sangat Setuju = diberi skor 5

S : Setuju = diberi skor 4

KS : Kurang Setuju = diberi skor 3

TS : Tidak Setuju = diberi skor 2

STS : Sangat Tidak Setuju = diberi skor 1

### 1) Kemudahan

No	Pertanyaan	Nilai				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	aplikasi <i>Gopay</i> sangat mudah digunakan sehingga saya tidak merasa kesulitan dan meminimalkan biaya operasinal					
2.	Cara penggunaa <i>Gopay</i> sangat mudah karena terdapat “Tutorial” ketika akan mengguankan					
3.	Transaksi menggunakan <i>Gopay</i> dapat mempermudah dalam kegiatan sehari-hari					
4.	Dengan menggunakan <i>Gopay</i> dapat mempercepat ttransakasi pembayaran					
5.	Pembayaran dengan menggunakan <i>Gopay</i> dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun					

### 2) Kepercayaan

No	Pertanyaan	Nilai				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Aplikasi <i>Gopay</i> memberikan pelayanan sesuai perjanjian yang ditawarkan					
2.	<i>Gopay</i> mampu memberikan pelayanan yang saya butuhkan					
3.	Aplikasi <i>Gopay</i> berkaitan dengan kepentingan pengguna sekarang dan masa depan					
4.	<i>Gopay</i> memiliki jaminan keamanan yang baik					
5.	Saya percaya data pribadi saya tidak disalah gunakan oleh pihak <i>Gopay</i>					

### 3) Kemanfaatan

No	Pertanyaan	Nilai				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Gopay</i> membantu saya secara efektif dalam melakukan transaksi					
2.	Dengan menggunakan <i>Gopay</i> membuat pekerjaan saya lebih efektif					
3.	Trasaksi lebih cepat dengan menggunakan <i>Gopay</i>					
4.	Dengan menggunakan <i>Gopay</i> untuk pembayaran apapun di aplikasi <i>Gojek</i> menjadi lebih efisien					

### 4) Keputusan Konsumen

No	Pertanyaan	Nilai				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>Gopay</i> karena orang-orang disekitar saya juga menggunakan <i>Gopay</i>					
2.	Saya menggunakan <i>Gopay</i> karena keluarga dan teman-teman saya menggunakan <i>Gopay</i>					
3.	Saya menggunakan <i>Gopay</i> karena saya suka membeli produk secara <i>online</i> serta transaksinya mudah dan aman					
4.	Saya mengetahui dengan menggunakan <i>Gopay</i> saya mendapatkan <i>point (Gopoint)</i>					
5.	Saya merasakan kenyamanan saat menggunakan <i>Gopay</i>					
6.	Saya merasa puas dengan layanan <i>Gopay</i> yang saya terima					

## Lampiran 2

**Tabulasi Karakteristik Responden Pengguna Gopay**

<b>Resp.</b>	<b>Usia</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>pengeluaran</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Lama Penggunaan</b>
1	20	Pria	>Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	6 bulan - 12 bulan
2	20	Pria	>Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
3	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
4	19	Pria	<Rp 500.000	Ekonomi Pembangunan	< 1 bulan
5	19	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
6	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
7	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	< 1 bulan
8	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
9	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	6 bulan - 12 bulan
10	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
11	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan

12	19	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
13	19	Wanita	<Rp 500.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
14	19	Wanita	<Rp 500.000	Ekonomi Pembangunan	6 bulan – 12 bulan
15	19	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	< 1 bulan
16	21	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
17	20	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	< 1 bulan
18	20	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
19	20	Wanita	Rp 500.000–Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
20	20	Pria	>Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	6 bulan – 12 bulan
21	22	Pria	Rp 500.000–Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
22	20	Pria	Rp 500.000–Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	< 1 bulan
23	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	< 1 bulan
24	19	Wanita	<Rp 500.000	Ekonomi Pembangunan	< 1 bulan
25	19	Wanita	Rp 500.000–Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan

26	20	Wanita	Rp 500.000–Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
27	20	Wanita	Rp 500.000–Rp 1.000.000	Ekonomi Pembangunan	2 bulan – 5 bulan
28	20	Pria	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
29	20	Pria	>Rp 1.000.000	Manajemen	< 1 bulan
30	19	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
31	19	Wanita	< Rp 500.000	Manajemen	6 bulan – 12 bulan
32	21	Wanita	> Rp 1.000.000	Manajemen	6 bulan – 12 bulan
33	21	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 12 bulan
34	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
35	20	Wanita	Rp 500.000-Rp 1. 000.000	Manajemen	< 1 bulan
36	19	Wanita	Rp 500.000-Rp 1. 000.000	Manajemen	< 1 bulan
37	20	Wanita	< Rp 500.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
38	20	Wanita	< Rp 500.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
39	20	Wanita	Rp 500.000-Rp 1. 000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan

40	20	Pria	>Rp 1.000.000	Manajemen	<1 bulan
41	20	Pria	>Rp 1.000.000	Manajemen	6 bulan – 12 bulan
42	20	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
43	19	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	6 bulan – 12 bulan
44	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
45	19	Pria	Rp 500.000-Rp 1. 000.000	Manajemen	< 1 bulan
46	22	Pria	Rp 500.000-Rp 1. 000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
47	20	Pria	Rp 500.000-Rp 1. 000.000	Manajemen	< 1 bulan
48	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
49	19	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
50	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	< 1 bulan
51	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
52	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
53	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan

54	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
55	21	Pria	>Rp 1.000.000	Manajemen	2 bulan – 5 bulan
56	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
57	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	6 bulan – 12 bulan
58	20	Pria	>Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
59	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	< 1 bulan
60	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
61	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	6 bulan – 12 bulan
62	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
63	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
64	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	6 bulan – 12 bulan
65	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	6 bulan – 12 bulan
66	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
67	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan

68	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
69	21	Pria	>Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
70	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Akuntansi	< 1 bulan
71	19	Wanita	<Rp 500.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
72	20	Wanita	<Rp 500.000	Akuntansi	< 1 bulan
73	20	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
74	20	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	< 1 bulan
75	20	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
76	21	Pria	< Rp 500.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
77	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
78	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	< 1 bulan
79	19	Wanita	< Rp 500.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan
80	19	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	< 1 bulan
81	19	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Akuntansi	2 bulan – 5 bulan

82	21	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Islam	2 bulan – 5 bulan
83	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Ekonomi Islam	2 bulan – 5 bulan
84	20	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Islam	2 bulan – 5 bulan
85	20	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Islam	2 bulan – 5 bulan
86	20	Wanita	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Islam	2 bulan – 5 bulan
87	20	Wanita	>Rp 1.000.000	Ekonomi Islam	2 bulan – 5 bulan
88	20	Pria	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ekonomi Islam	2 bulan – 5 bulan

### Lampiran 3

#### 1. Variabel Keputusan Konsumen

Keputusan Konsumen (Y)						Total (Y)
Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	
4	4	4	5	5	5	27
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	4	4	4	21
4	4	5	4	4	5	26
4	5	5	4	3	3	24
4	4	4	5	4	4	25
4	4	3	5	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	5	5	5	27
4	4	3	5	4	4	24
4	4	3	5	4	4	24
4	4	3	5	4	4	24
4	4	3	5	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
4	4	3	4	4	4	23
3	3	2	4	4	4	20
4	4	3	4	4	4	23
2	2	4	3	3	4	18
5	4	4	4	4	4	25
4	3	4	4	4	4	23

4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	4	5	5	4	4	<b>26</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
5	4	4	5	5	4	<b>27</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
4	3	4	4	4	4	<b>23</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	4	5	5	5	5	<b>28</b>
5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	4	4	5	5	5	<b>27</b>
4	4	5	5	5	5	<b>28</b>
4	4	5	4	4	4	<b>25</b>
4	4	5	5	5	5	<b>28</b>
3	3	4	4	4	5	<b>23</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
3	3	3	4	4	4	<b>21</b>
4	4	4	4	5	5	<b>26</b>
3	3	4	4	4	4	<b>22</b>
4	4	4	4	4	5	<b>25</b>
4	3	4	4	4	4	<b>23</b>
4	5	4	4	4	4	<b>25</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
3	3	4	4	4	4	<b>22</b>

3	4	4	4	4	4	<b>23</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
4	5	4	4	4	4	<b>25</b>
3	3	4	4	4	4	<b>22</b>
4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
4	4	3	4	4	4	<b>23</b>
4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
4	4	3	4	4	4	<b>23</b>
4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
5	4	4	4	4	4	<b>25</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	4	4	4	4	3	<b>23</b>
3	2	4	3	4	4	<b>20</b>
4	4	5	3	4	4	<b>24</b>
4	4	3	3	4	4	<b>22</b>
3	2	4	4	5	5	<b>23</b>
3	3	3	4	4	4	<b>21</b>
4	3	4	4	5	4	<b>24</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
3	3	4	5	4	4	<b>23</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	4	4	5	5	4	<b>26</b>
3	3	4	5	4	4	<b>23</b>
3	3	4	4	4	4	<b>22</b>

4	3	4	3	4	4	<b>22</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	4	4	3	4	4	<b>23</b>
5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
4	4	4	3	3	4	<b>22</b>
4	3	5	4	5	4	<b>25</b>
5	5	5	5	5	5	<b>30</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
2	2	4	4	5	5	<b>22</b>
4	4	3	4	4	4	<b>23</b>
3	3	3	5	5	5	<b>24</b>
4	3	3	5	4	5	<b>24</b>
4	3	5	4	5	4	<b>25</b>
4	3	3	5	4	4	<b>23</b>
4	3	3	5	5	5	<b>25</b>
4	4	4	4	4	4	<b>24</b>
4	3	3	5	4	5	<b>24</b>

2. Variabel Kemudahan (X1)

<b>Kemudahan (X1)</b>					<b>Total (X1)</b>
<b>X1.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>X4.4</b>	<b>X5.5</b>	
4	4	4	5	4	<b>21</b>
4	4	5	5	4	<b>22</b>
4	4	4	4	5	<b>21</b>
4	4	4	4	5	<b>21</b>
5	4	5	5	4	<b>23</b>
4	4	4	5	4	<b>21</b>
4	4	3	3	4	<b>18</b>
5	4	4	4	5	<b>22</b>
5	4	4	4	4	<b>21</b>
4	4	3	3	3	<b>17</b>
4	4	2	4	3	<b>17</b>
4	4	3	3	3	<b>17</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
5	5	4	4	5	<b>23</b>
5	4	4	4	4	<b>21</b>
5	4	4	5	5	<b>23</b>
4	4	3	3	3	<b>17</b>
4	4	3	3	4	<b>18</b>
4	2	3	4	4	<b>17</b>
5	4	4	4	4	<b>21</b>
5	4	4	5	5	<b>23</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	5	5	5	<b>23</b>

4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	3	5	5	<b>21</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	5	5	<b>22</b>
4	4	4	5	5	<b>22</b>
4	4	3	5	5	<b>21</b>
4	4	3	5	5	<b>21</b>
4	4	3	4	5	<b>20</b>
4	4	4	5	5	<b>22</b>
4	4	4	5	5	<b>22</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>

4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
4	3	4	4	4	<b>19</b>
5	4	4	3	4	<b>20</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
4	3	4	3	4	<b>18</b>
4	4	5	4	5	<b>22</b>
5	4	5	5	5	<b>24</b>
5	5	5	4	5	<b>24</b>
5	5	4	5	5	<b>24</b>
4	4	4	4	5	<b>21</b>
4	5	4	4	5	<b>22</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	5	4	4	4	<b>21</b>
4	4	4	4	3	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	3	<b>19</b>

4	3	4	4	4	<b>19</b>
5	5	5	5	2	<b>22</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
5	5	4	5	3	<b>22</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	4	5	5	5	<b>23</b>
5	5	5	5	4	<b>24</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	5	4	<b>21</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
5	5	4	5	3	<b>22</b>
4	5	5	5	4	<b>23</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
5	4	5	5	4	<b>23</b>

3. Variabel Kepercayaan (X2)

<b>Kepercayaan (X2)</b>					<b>Total (X2)</b>
<b>X 2.1</b>	<b>X 2.2</b>	<b>X 2.3</b>	<b>X 2.4</b>	<b>X 2.5</b>	
4	4	5	4	4	<b>21</b>
5	4	5	4	4	<b>22</b>
5	4	5	5	4	<b>23</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>
3	4	4	4	4	<b>19</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
5	5	4	5	4	<b>23</b>
4	4	4	4	3	<b>19</b>
5	4	4	4	4	<b>21</b>
4	4	4	3	3	<b>18</b>
5	5	4	4	4	<b>22</b>
3	4	3	3	5	<b>18</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	5	4	<b>21</b>
5	5	5	4	4	<b>23</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>

5	5	4	4	4	<b>22</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	5	5	<b>22</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	3	4	4	5	<b>20</b>
4	3	4	4	4	<b>19</b>
4	3	4	4	4	<b>19</b>
4	3	4	4	4	<b>19</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	3	4	4	4	<b>19</b>
4	3	4	4	4	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
3	4	4	4	4	<b>19</b>
3	4	4	4	4	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	3	4	4	4	<b>19</b>
3	4	4	4	4	<b>19</b>

4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	3	4	4	4	<b>19</b>
3	4	4	4	4	<b>19</b>
4	3	4	4	4	<b>19</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
3	4	4	4	4	<b>19</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	5	5	3	3	<b>20</b>
4	5	5	4	5	<b>23</b>
4	5	5	4	4	<b>22</b>
4	5	5	4	4	<b>22</b>
5	3	5	4	4	<b>21</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	3	4	<b>19</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>

3	3	4	4	4	<b>18</b>
4	5	5	5	5	<b>24</b>
3	4	4	4	4	<b>19</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>
5	5	5	5	5	<b>25</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	3	4	4	<b>19</b>
4	5	3	5	5	<b>22</b>
4	4	5	4	4	<b>21</b>
4	4	3	4	5	<b>20</b>
3	4	4	4	5	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>
4	4	4	4	4	<b>20</b>

4. Variabel Kemanfaatan (X3)

<b>Kemanfaatan(X3)</b>				
<b>X 3.1</b>	<b>X 3.2</b>	<b>X 3.3</b>	<b>X 3.4</b>	<b>Total (X3)</b>
4	5	4	5	<b>18</b>
5	4	4	4	<b>17</b>
5	3	5	4	<b>17</b>
5	4	5	4	<b>18</b>
5	5	4	4	<b>18</b>
4	4	4	5	<b>17</b>
4	3	3	5	<b>15</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
3	4	4	4	<b>15</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
3	3	3	5	<b>14</b>
4	3	4	5	<b>16</b>
3	3	3	5	<b>14</b>
5	4	4	4	<b>17</b>
4	4	4	5	<b>17</b>
4	4	4	5	<b>17</b>
4	2	3	4	<b>13</b>
4	2	4	4	<b>14</b>
4	3	4	5	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	5	4	<b>17</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	4	5	5	<b>19</b>

4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	5	5	<b>18</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
5	5	4	4	<b>18</b>
5	4	5	5	<b>19</b>
4	4	5	5	<b>18</b>
5	4	5	5	<b>19</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
4	3	4	4	<b>15</b>
4	3	4	5	<b>16</b>
5	4	5	5	<b>19</b>
3	4	4	4	<b>15</b>
4	4	3	4	<b>15</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>

4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	3	4	4	<b>15</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	3	4	<b>15</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	4	4	4	<b>17</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	4	4	4	<b>17</b>
4	4	3	4	<b>15</b>
5	4	4	5	<b>18</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	5	4	4	<b>18</b>
5	5	5	4	<b>19</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
5	4	5	4	<b>18</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	5	5	4	<b>19</b>
4	4	4	5	<b>17</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>

4	4	4	4	<b>16</b>
5	2	4	5	<b>16</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
5	4	5	5	<b>19</b>
5	5	5	5	<b>20</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
4	4	5	4	<b>17</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
3	3	4	4	<b>14</b>
3	3	5	5	<b>16</b>
5	4	5	5	<b>19</b>
3	3	4	5	<b>15</b>
4	4	5	5	<b>18</b>
4	4	4	4	<b>16</b>
3	3	5	5	<b>16</b>

#### Lampiran 4

##### 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

##### ➤ Uji Validitas Variabel Kemudahan (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Kemudahan
X1.1	Pearson Correlation	1	.571**	.444**	.339**	.135	.671**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.211	.000
	N	88	88	88	88	88	88

X1.2	Pearson Correlation	.571**	1	.403**	.329**	.087	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.422	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X1.3	Pearson Correlation	.444**	.403**	1	.431**	.273*	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.010	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X1.4	Pearson Correlation	.339**	.329**	.431**	1	.382**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X1.5	Pearson Correlation	.135	.087	.273*	.382**	1	.588**
	Sig. (2-tailed)	.211	.422	.010	.000		.000
	N	88	88	88	88	88	88
Kemudahan	Pearson Correlation	.671**	.653**	.756**	.752**	.588**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### ➤ Uji Reliabilitas Kemudahan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	5

➤ Uji Validitas Kepercayaan (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Kepercayaan
X2.1	Pearson Correlation	1	.427**	.322**	.380**	.119	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.270	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X2.2	Pearson Correlation	.427**	1	.265*	.310**	.253*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.003	.017	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X2.3	Pearson Correlation	.322**	.265*	1	.228*	.061	.621**
	Sig. (2-tailed)	.002	.012		.032	.573	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X2.4	Pearson Correlation	.380**	.310**	.228*	1	.546**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.032		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X2.5	Pearson Correlation	.119	.253*	.061	.546**	1	.531**
	Sig. (2-tailed)	.270	.017	.573	.000		.000
	N	88	88	88	88	88	88
Kepercayaan	Pearson Correlation	.709**	.714**	.621**	.697**	.531**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

➤ Uji Reliabilitas Kepercayaan (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.661	5

➤ Uji Validitas Kemanfaatan (X3)

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Kemanfaatan
X3.1	Pearson Correlation	1	.474**	.539**	.177	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.100	.000
	N	88	88	88	88	88
X3.2	Pearson Correlation	.474**	1	.422**	.016	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.880	.000
	N	88	88	88	88	88
X3.3	Pearson Correlation	.539**	.422**	1	.352**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	88	88	88	88	88
X3.4	Pearson Correlation	.177	.016	.352**	1	.487**
	Sig. (2-tailed)	.100	.880	.001		.000
	N	88	88	88	88	88
Kemanfaatan	Pearson Correlation	.788**	.723**	.814**	.487**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

N	88	88	88	88	88
---	----	----	----	----	----

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

➤ **Uji Reliabilitas Kemanfaatan (X3)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.670	4

➤ **Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y)**

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Keputusan Konsumen
Y.1	Pearson Correlation	1	.743**	.272*	.216*	.217*	.062	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.044	.042	.568	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Y.2	Pearson Correlation	.743**	1	.266*	.187	.023	-.003	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.081	.833	.975	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Y.3	Pearson Correlation	.272*	.266*	1	.003	.274**	.210*	.562**
	Sig. (2-tailed)	.010	.012		.976	.010	.049	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Y.4	Pearson Correlation	.216*	.187	.003	1	.515**	.408**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.044	.081	.976		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88

Y.5	Pearson Correlation	.217*	.023	.274**	.515**	1	.659**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.042	.833	.010	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Y.6	Pearson Correlation	.062	-.003	.210*	.408**	.659**	1	.553**
	Sig. (2-tailed)	.568	.975	.049	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Keputusan	Pearson Correlation	.708**	.652**	.562**	.606**	.656**	.553**	1
Konsumen	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### ➤ Uji Reliabilitas Keputusan Konsumen (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.676	6

## Lampiran 2

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.707	2.425		1.116	.267
	Kemudahan	.081	.119	.065	.679	.499
	Kepercayaan	.701	.133	.523	5.263	.000
	Kemanfaatan	.319	.152	.214	2.106	.038

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

## Lampiran 3

### Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.707	2.425		1.116	.267
	Kemudahan	.081	.119	.065	.679	.499
	Kepercayaan	.701	.133	.523	5.263	.000

Kemanfaatan	.319	.152	.214	2.106	.038
-------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

#### Lampiran 4 Hasil Uji f (Uji Simultan)

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	289.044	3	96.348	28.901	.000 <sup>b</sup>
	Residual	280.035	84	3.334		
	Total	569.080	87			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan

#### Lampiran 5

##### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 <sup>a</sup>	.508	.490	1.826

a. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan

## Lampiran 6

### Dokumentasi

Foto Bersama Mahasiswi Ekonomi Pembangunan



Foto Bersama Mahasiswi Manajemen



Foto Bersama Mahasiswi Akuntansi



Foto Bersama Mahasiswa Ekonomi Islam

