PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GOPAY* (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG)

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNSRI 23/6 2021

Skripsi Oleh :

GEVIN HARISH

01011381722169

JURUSAN MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

KAMPUS PALEMBANG

2021

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GOPAY* (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG)

Disusun oleh :

Nama	: Gevin Harish
Nomor Induk Mahasiswa	: 01011381722169
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal persetujuan	Dosen Pembimbing
	Ketua,
Tanggal : 18 Desember 2020	Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M
	NIP. 195706131985031002
	Anggota,
Tanggal : 21 Desember 2020	Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A
	NIP. 198106302014092003

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GOPAY* (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG)

Disusun oleh:

Nama	: Gevin Harish
NIM	: 01011381722169
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNSRI
23/6 2021

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 14 Januari 2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Palembang, 14 Januari 2021
Panitia Ujian Komprehensif

Ketua

Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M
NIP. 195706131985031002

Anggota

Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A
NIP.198106302014092003

Anggota

Ahmad Maulana, S.E., M.M
NIP. 197512252015041001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa	: Gevin Harish
NIM	: 01011381722169
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

"Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Gopay* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)"

Pembimbing :

Ketua	: Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M
Anggota	: Dessy Yunita, S.E., M.M.., M.B.A
Penguji	: Ahmad Maulana, S.E., M,M
Tanggal Ujian	: 14 Januari 2021

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 14 Januari 2021
Pembuat Pernyataan

Gevin Harish
01011381722169

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Pendidikan memiliki akar yang pahit tapi buahnya manis."
(Aristoteles)

"Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh."
(Andrew Jackson)

"Bekerja keras dalam diam, dan biarkan sukses menjadi kebisingannmu."
(Frank Ocean)

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua Orang Tua
2. Almamater

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Gopay* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang). Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dan meraih derajat Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perusahaan dalam memperhatikan persepsi konsumen. Bagi penelitian selanjutnya dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian.

Skripsi adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya sehingga bebas dari unsur plagiarisme. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan dan belum sempurna. Kritik dan saran yang bersifat membangun tentu dibutuhkan oleh penulis agar penelitian selanjutnya bisa menjadi lebih baik lagi.

Demikian skripsi ini dibuat. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Palembang, 14 Januari 2021

Gevin Harish
01011381722169

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik dan lancar tanpa doa, bantuan, bimbingan, pengarahan dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak terutama kepada :

1. Bapak Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M dan Ibu Dessy Yunita, S.E, M.M, M.B.A selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan ilmu, waktu dan semangat serta memberikan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Mohammad Adam, S.E., M.E., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Reza Ghasarma, S.E., M.M., M.B.A selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Kedua orang tua, Papa Harish Satiyandra dan Mama Julianti tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan dorongan untuk selalu berkembang.
7. Kedua saudaraku tercinta, kakak Richard Harish yang selalu mendukung dan adikku Jourdan Harish yang selalu memberikan tawa saat menyelesaikan skripsi ini.

8. Karyawan, Staff perpustakaan dan seluruh civitas akademika yang membantu penulis selama belajar di Universitas Sriwijaya.
9. Teman-teman Fakultas Ekonomi angkatan 2017 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan penulis selaku manusia biasa yang luput dari kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk perbaikan selanjutnya.

Palembang, 14 Januari 2021
Penulis

Gevin Harish
01011381722169

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED OF EASE AND SECURITY ON GOPAY PURCHASE DECISIONS (STUDY AT FACULTY OF ECONOMICS STUDENTS OF SRIWIJAYA UNIVERSITY, PALEMBANG CAMPUS)

This study aimed to determine The Influence of Perceived of Ease And Security on Gopay Purchase Decisions (Study at Faculty of Economics Students of Sriwijaya University, Palembang Campus). The sampling technique used in this research was non-probability sampling with a stratified random sampling. The data were collected by questionnaire and distributed to 100 respondents. Analysis of the data used is the F test, t test, and multiple linear regression analysis. The results of the F test indicate that the variables that exist simultaneously affect the Purchase Decision. The results of the t test indicate that both variables partially which affects the Purchasing Decision, both namely Perceived of Ease (X_1) and Perceived of Security (X_2).

Keywords : Perceived of Ease, Perceived of Security, Purchase Decision

Advisor I

Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M
NIP. 195706131985031002

Advisor II

Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A
NIP. 198106302014092003

Head of Management Department

Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D
NIP. 197509011999032001

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GOPAY* (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Gopay* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang). Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *stratified random sampling.* Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah dengan uji F, uji t, dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari uji F menunjukan bahwa variabel-variabel yang ada secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa kedua variabel secara paarsial yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian yaitu Persepsi Kemudahan (X_1) dan Persepsi Keamanan (X_2).

Kata kunci : *Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Keputusan Pembelian*

Pembimbing I

Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M
NIP. 195706131985031002

Pembimbing II

Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A
NIP. 198106302014092003

Ketua Jurusan Manajemen

Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa :

Nama	: Gevin Harish
NIM	: 01011381722169
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Gopay* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Telah kami periksa penulisan *grammar*, maupun susunan *tenses* nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar Abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. H. Akhmad Nazaruddin, M.M	Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A
NIP. 195706131985031002	NIP. 198106302014092003

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
Nama	Gevin Harish
NIM	01011381722169
Jenis Kelamin	Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir	Palembang, 22 Mei 1999
Alamat	Jl. Sapta Marga Komplek Citra Damai II Blok L 3
Agama	Protetstan
Status	Belum Menikah
Kewarganegaraan	Indonesia
Email	gevin.harish@gmail.com
No. Hp	089618882127
Pendidikan	
2005-2011	SD Xaverius 5 Palembang
2011-2014	SMP Xaverius 1 palembang
2014-2017	SMA Xaverius 1 Palembang
2017-2020	S1 Manajemen Universitas Sriwijaya

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **..i**
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF ..... **ii**
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH ..... **iv**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
UCAPAN TERIMA KASIH ..... **vii**
ABSTRACT ..... **x**
ABSTRAK ..... **xi**
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK ..... **xii**
DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.4.1 Manfaat Praktis

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN **11**
Kajian Pustaka **11**
2.1 Landasan Teori 11
2.1.1 Persepsi 11
2.1.2 Persepsi Kemudahan (Perceived of Ease) 11
2.1.3 Persepsi Keamanan 13
2.1.4 Keputusan Pembelian 15
2.2 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis 17
2.2.1 Hubungan Antar Variabel 17
2.2.2 Penelitian Terdahulu 17
2.3 Kerangka Penelitian 21
2.4 Hipotesis 22

BAB III METODE PENELITIAN 23
Metode Penelitian 23
3.1 Ruang Lingkup Penelitian 23
3.2 Desain Penelitian 23
3.3 Jenis – Jenis dan Sumber Data 24
3.3.1 Sumber Data 24
3.3.1.1 Data Primer 24
3.3.1.2 Data Sekunder 24
3.3.2 Jenis Data 24
3.4 Metode Pengumpulan Data 25
3.4.1 Kuisioner 25
3.5 Populasi dan Sampel 25
3.5.1 Populasi 25
3.5.2 Sampel 26
3.6 Instrumen Penelitian 28
3.6.1 Uji Validitas 29
3.6.2 Uji Reabilitas 29
3.6.3 Skala Pengukuran Kuisioner 29
3.7 Teknik Analisis Data 30
3.7.1 Uji Koefisien Determinasi(R^2) 31
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda 31
3.7.3 Uji Hipotesis 32
3.7.3.1 Uji F (Simultan) 32
3.7.3.2 Uji t (Uji Paarsial) 32
3.8 Definisi Operasional 32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 35
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian 35
4.1.1 Hasil Uji Validitas 35
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas 37
4.2 Hasil Penelitian 38
4.2.1 Deskripsi Profil dan Perilaku Responden 38
4.2.1.1 Jurusan Responden 38
4.2.1.2 Jenis Kelamin Responden 39
4.2.1.3 Usia Responden 40
4.2.1.4 Pengeluaran Responden 41
4.2.1.5 Rekomendasi Responden 42
4.2.1.6 Kapan Terakhir Digunakan 42
4.2.1.7 Model Pembayaran 43

4.2.2 Deskripsi Gambaran Variabel Penelitian 45
4.2.2.1 Gambaran Variabel Persepsi Kemudahan (X1) 46
4.2.2.2 Gambaran Variabel Persepsi Keamanan (X2)..... 49
4.2.2.3 Gambaran Variabel Keputusan Pembelian (Y) 53
4.2.3 Hasil Analisis Data 56
4.2.3.1 Uji Simultan (Uji F)..... 56
4.2.3.2 Uji Paarsial (Uji T) 57
4.2.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda 58
4.2.3.4 Koefisien Determinasi R^2 59
4.3 Pembahasan 60
4.3.1 Strategi Persepsi Kemudahan dan Keamanan *Gopay*..... 60
4.3.1.1 Persepsi Kemudahan..... 61
4.3.1.2 Persepsi Keamanan..... 62
4.3.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu 63
4.4 Analisis dan Interpretasi Variabel Paling Dominan 67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 68
5.1 Kesimpulan..... 68
5.2 Saran 69

DAFTAR PUSTAKA 71
LAMPIRAN..... 75

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Transaksi Uang Elektronik 5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 18
Tabel 3.1 Sampel Jumlah Mahasiswa 28
Tabel 3.2 Definisi Operasional Pada Variabel Penelitian 33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas 36
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas 37
Tabel 4.3 Jurusan Responden 38
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden 39
Tabel 4.5 Usia Responden 40
Tabel 4.6 Pengeluaran Responden 41
Tabel 4.7 Rekomendasi Responden 42
Tabel 4.8 Kapan Terakhir Digunakan 42
Tabel 4.9 Model Pembayaran 43
Tabel 4.10 Kategori Skor Analisis Deskriptif 44
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Persepsi Kemudahan ... 45
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Persepsi Keamanan 48
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Keputusan Pembelian .. 52
Tabel 4.14 Hasil Uji F 55
Tabel 4.15 Hasil Uji t 56
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda 57
Tabel 4.17 Model Summary 59

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Daftar Top 10 Aplikasi *E-Money* 4
Gambar 1.2 Perbandingan Statistik Top 2 *E-money* 7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 21

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Kuesioner 76
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas 81
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas 82
Lampiran 4 Hasil Analisis Data 84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Internet muncul dan berkembang telah menjadi suatu perpustakaan besar yang di dalamnya terdapat jutaan bahkan miliaran informasi (Novianto, 2005). Informasi yang ada bisa berupa video maupun teks dalam bentuk media elektronik. Di sisi lain, internet telah ber-transformasi menjadi suatu alat pemasaran. Internet menjadi suatu alat pemasaran karena internet sangat cepat dan mudah untuk diakses (Kadir, 2008).

Perkembangan internet dalam memberikan kemudahan akses memberikan berbagai dampak pada penggunanya, salah satu dampak internet ada pada pola konsumtif masyarakat yang lebih meningkatkan keinginan dan ambisi (Novianto, 2005). Pola konsumtif dapat dikatakan memiliki keterkaitan langsung pada penggunaan suatu media seperti: Instagram, Facebook, Whatsapp, Gojek, Line, dan aplikasi lainnya. Media yang pada dasarnya sebagai alat komunikasi visual, telah berkembang pesat penggunaannya menjadi lebih dari sebagai alat komunikasi, melainkan menjadi salah satu media yang pada dasarnya digunakan para pelaku bisnis untuk melakukan perdagangan secara elektronik.

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak bisa hanya mengandalkan pemasaran secara konvensional atau tatap muka, tetapi perusahaan dapat menambahkan *digital marketing* sebagai media untuk memasarkan produknya. Menurut (Yanti, 2019), fungsi *digital marketing* ialah perantara penggunaan

fasilitas internet untuk menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen atau dengan kata lain, *digital marketing* adalah perantara untuk mempromosikan barang atau jasa suatu perusahaan pada konsumennya tanpa harus bertatap muka secara langsung. *Digital marketing* sebagai suatu pemasaran yang dilakukan guna menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat, mudah, tepat dengan jangkauan yang luas.

Di dalam melakukan kegiatan *digital marketing,* para pelaku ekonomi melakukan kegiatan transaksi tersebut melalui *E – Wallet* sebagai salah satu instrumen pembayarannya. *E - Wallet* merupakan media dari *E- Money*. *Electronic money* (*E–Money*) adalah sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang menurut (Ramadhan, Prasetyo, & Irviana, 2016). *E-Money* sangatlah diminati oleh berbagai perusahaan karena *E-Money* bukan hanya dijadikan sebagai alat untuk menyimpan uang secara elektronik tetapi *E-money* juga berfungsi untuk melakukan suatu transaksi atau pembayaran secara elektronik atau *Cashless* .

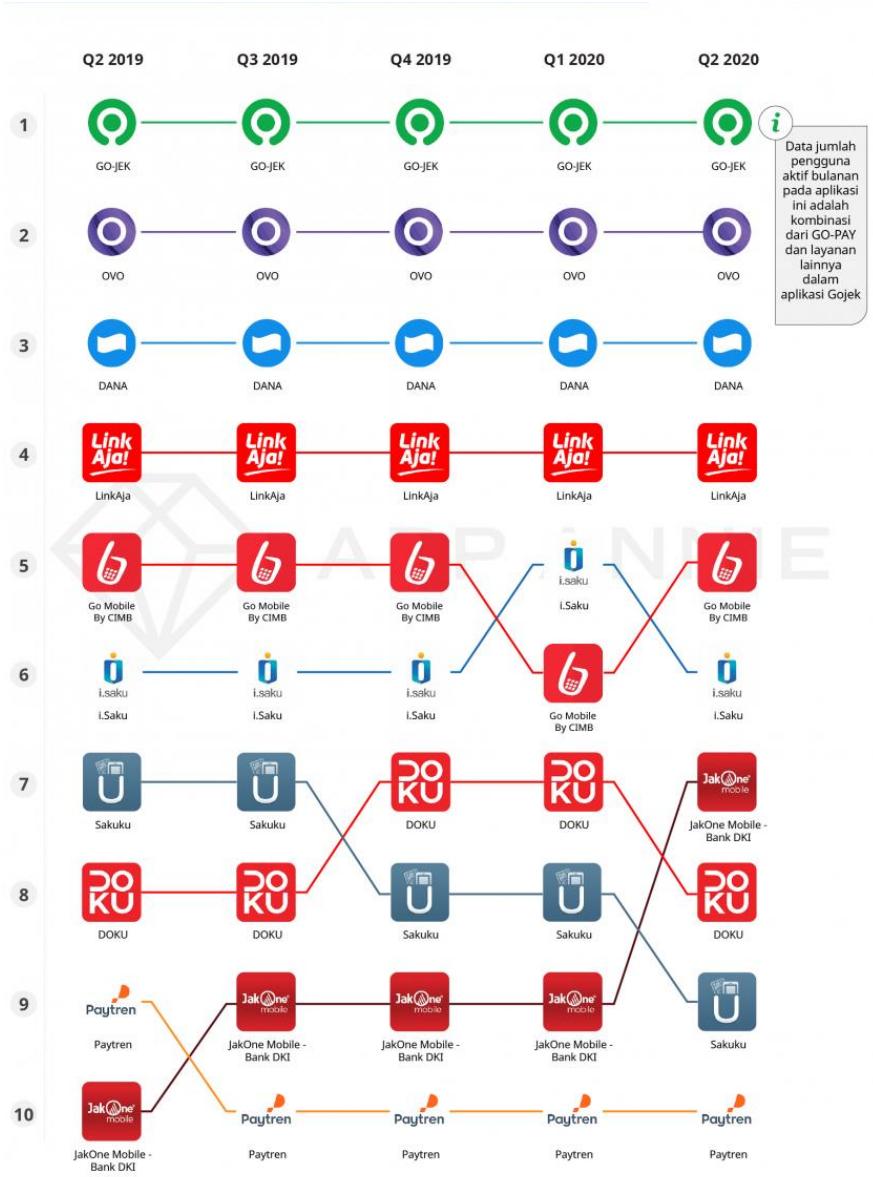
Uang yang disetor (*E- Money),* saldonya akan tersimpan pada suatu media server (*E- Wallet)* menurut (Bank Indonesia, 2009). Uang elektronik itu nantinya bisa digunakan sebagai alat pembayaran pada toko atau perusahaan tertentu yang bekerja sama dengan penerbit uang elektronik atau *E-Wallet* tersebut.

Salah satu aplikasi *E-Wallet* yang sedang marak digunakan oleh masyarakat diantaranya aplikasi Gojek. Gojek adalah sebuah aplikasi yang didirikan oleh PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa pada tahun 13 Oktober 2010. Gojek umumnya sama seperti ojek (Badudu J.S dan Zain, 2003), yang menjadi

pembeda hanya terletak pada akses. Pengemudi ojek hanya dapat ditemui di beberapa titik atau pangkalan, sedangkan pengemudi ojek *online* dapat ditemui melalui aplikasi.

Terdapat banyak sekali fitur di luar fitur antar jemput pada aplikasi Gojek, diantaranya terdapat fitur *go-send*, *go-pulsa*, *go-car*, *go-food*, *Gopay*, *go-mart* dan lainnya. Salah satu fitur gojek yang terkenal adalah *Gopay* dimana fitur ini adalah sebuah fitur *E- Wallet* yang digunakan untuk transaksi elektronik (*E-Money*) *E-Wallet* umumnya berada di naungan perusahaan *Finance Technology (Fintech).*

Perkembangan Perusahaan *Finance Technology (Fintech)* disambut baik oleh masyarakat di Indonesia. Dikutip dari *Website* https://www.iprice.com/ terdaftar setidaknya 10 aplikasi *E-Money* teratas dengan jumlah volume transaksi teratas yang telah tercatat pada periode 2019 hingga periode 2020 yang kembali dilakukan oleh pengembang *E-Wallet* Indonesia yang dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1.1 Daftar Top 10 Aplikasi *E-Money*
Sumber https://www.iprice.com/ , 2020

Berdasarkan gambar di atas menyatakan bahwa *Gopay*, Ovo, Dana dan LinkAja merupakan 4 *E-Wallet* dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak selama periode Q2 2019- Q2 2020. Total volume terbanyak juga dipublikasikan aplikasi tersebut diantaranya *Gopay*, Ovo, Dana dan LinkAja.

Sejalan dengan banyaknya pengguna aktif dari keempat aplikasi tersebut, (iprice, 2020) juga melakukan riset mengenai ketenaran dari masing-masing dominan player *E-wallet* dalam negeri. Hasilnya 58% dari responden lebih cenderung menggunakan aplikasi *Gopay* sebagai *E-wallet* paling diminati bagi responden, diikuti oleh Ovo sebanyak 29%, Dana 9% dan LinkAja 4% responden.

Data transaksi uang elektronik pada Tabel 1.1 yang didapat melalui *Website* Bank Indonesia, membuktikan bahwa penggunaan uang elektronik pada masyarakat Indonesia diantara tahun ke tahun semakin mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Mulai dari jumlah volume ataupun nominal yang tertera pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Transaksi Uang Elektronik (Dalam Miliar)

Periode	**Tahun**				
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Volume	535,579,528	683,133,352	943,319,933	2,922,698,905	5,422,602,216
Nominal	5,283,018	7,063,689	12,375,469	47,198,616	57,289,718

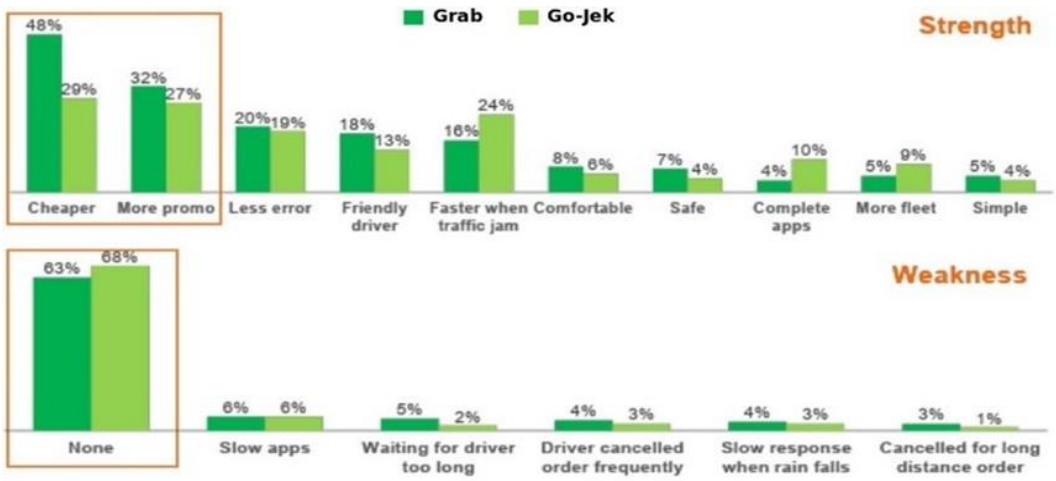
Sumber: (Bank Indonesia) diakses tanggal 20 februari 2020

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa data transaksi uang elektronik yang didapat melalui *Website* Bank Indonesia pada tahun 2015-2019 mengalami peningkatan tiap tahun. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan uang elektronik pada masyarakat Indonesia diantara tahun ke tahun semakin mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Mulai dari jumlah volume ataupun nominal yang tertera pada tabel tersebut. Dari data yang ada , pada tahun 2015, transaksi uang elektronik sebesar 535,579 miliar kali dengan nominal Rp 5.283.018 miliar

rupiah. Pada tahun 2019, transaksi uang elektronik yang dilakukan sebesar 5.422.602 triliun kali dengan nominal Rp 57.289 miliar rupiah.

Maraknya *Fintech* yang ada di Indonesia, maka *E - wallet* menjadi sangat digandrungi masyarakat yang hidup di zaman sekarang. Dengan melakukan pembayaran secara elektronik ini, potensi terjadinya kejahatan secara fisik juga akan berkurang . Selain itu, *E- wallet* juga berhasil mengalihkan uang tunai atau cash menjadi alat pembayaran utama untuk pembayaran menggunakan *Electronic Money (E-money)* yang lebih efektif dan efisien (Octavia dan Pratiwi n.d, 2019). *E-money* atau *mobile wallet* juga menjadi fitur yang menarik di dunia bisnis atau bagi perusahaan di Indonesia karena mereka dapat menerima transaksi pembayaran dengan menggunakan sistem pembayaran non tunai (Setiawan, 2018).

Berdasarkan Data Statistik yang akan dilampirkan menyatakan bahwa Grab dan Gojek bersaing dengan sangat ketat menggunakan fitur *E – Money* untuk transaksi transportasi yang ada di aplikasi mereka. Fitur yang ada di dalam aplikasi gojek dan grab ini berhasil mendorong konsumen di Indonesia untuk mengubah gaya transaksi mereka menjadi *cashless*. Perusahaan juga membangun kebiasaan itu dengan menawarkan banyak promo diskon untuk penggunaan *E-Money* dalam transaksi ketimbang pembayaran secara tunai yang dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut ini.



Gambar 1.2 Perbandingan statistik top 2 *E-money*
Sumber : https:// Spire Research & Consulting.com/ , 2020

Gambar 1.2 menunjukan bahwa semakin banyak kemudahan untuk melakukan transaksi, maka hal tersebut akan menimbulkan Persepsi Kemudahan Penggunaan (Davis, 1989). Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived of Ease*) merupakan tolak ukur di mana seseorang percaya, bahwa sistem informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan seperti halnya Gojek dengan kemudahan yang ada masih berada di bawah 1% dengan Ovo. (Nasution, 2004) menambahkan, para pengguna teknologi percaya bahwa teknologi yang lebih *fleksibel*, mudah dipahami, dan mudah dioperasikan merupakan unsur utama kemudahan penggunaan. Sedangkan (Venkatesh dan Davis, 2000) dengan indikator- indikator antara lain interaksi individu dengan sistem jelas, interaksi individu dengan sistem mudah dimengerti, mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan, mudah untuk dipelajari, tidak membutuhkan banyak usaha, dan sistem mudah digunakan. Dalam menilai indikator tersebut, terdapat dimensi seperti halnya segi kegunaan dan keefektifan dalam menggunakan teknologi (Arif Wibowo, 2008).

E – wallet pun akan selalu dikaitkan dengan Persepsi Keamanan mengingat bertransaksi menggunakan dompet elektronik memiliki tingkat risiko keamanan yang rendah seperti pencurian, dan perubahan data (Siahsarani Kojuri, 2016). Ditambahkan oleh (Gede, 2016) Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) memiliki indikator diantara *credit* yang merujuk pada akurasi layanan dan ketepatan waktu layanan, *reliability* merujuk pada keamanan saldo saat bertransaksi dan keamanan uang yang tersimpan, sementara *privacy* merujuk pada tidak khawatir memberikan informasi dan kepercayaan informasi dilindungi. Menurut (Yaghoobi, 2010) secara umum, privasi didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memperoleh, mengontrol dan memanfaatkan informasi pribadi. Berkaitan dengan internet, maka privasi berkaitan langsung dengan aspek seperti distribusi, seperti memperoleh atau menggunakan informasi pribadi.

Persaingan yang ada antara gojek dengan fitur *Gopay* dan grab dengan fitur Ovo tersebut, *Gopay* tetap merupakan *E-wallet* dengan jumlah pengguna terbanyak yang disertai dengan kemudahan dalam mengakses tetapi bukan berarti keamanan yang ada di *Gopay* dapat terjamin secara penuh. Hal ini dapat dilihat berdasarkan data statistik gojek (*Gopay*) yang dikutip dari (https:// Spire Research & Consulting.com/) yang hanya mencapai 4% masih di bawah Grab yang menyandang Ovo sebagai media *E-wallet* nya. Terdapat permasalahan yang terjadi mulai dari pembajakan saldo konsumen dan pemalsuan melalui akun masih terus terjadi pada aplikasi yang telah menjadi teratas di Indonesia dalam transaksi *e-wallet*. (Arso, 2019)

Dari penjelasan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Gopay* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)".

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat dikemukakan penulis, yaitu:

1) Apakah Variabel Persepsi Kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Gopay*?

2) Variabel apa yang berpengaruh dominan antara Persepsi Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian *Gopay*?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1) Untuk mengetahui, pengaruh Persepsi Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian *Gopay*.

2) Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan antara Persepsi Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian *Gopay*.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukkan kepada pihak Gojek untuk menentukan langkah yang tepat dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan memanfaatkan digital marketing yang baik, sehingga perusahaan mampu meningkatkan volume penjualannya.

2. Bagi Pengguna

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengguna agar dapat mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang) Pada Penggunaan *Gopay*.

DAFTAR PUSTAKA

Akdon, & Riduwan. (2013). *Rumus Dan Data dalam Analisis Statistika*. alfabeta.

Arif Wibowo. (2018). KNSI. *KNSI (2008)*, (9). https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Armesh, H., H. Salarzehi, NM. Yaghoobi, A. H. and D. N. (2010). he Effects of Security and Privacy Information on Trust and Trustworthi-ness and Loyalty in OnlineMarketing in Malaysia. *Journal of Marketing Studies.*, *2*(2), 223–234. https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss1.art3

Arso. (2019). *Spire Research and Consulting Umumkan Riset Persaingan Grab dan Gojek*.

Azwar. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: pustaka pelajar.

Badudu J.S dan Zain, S. M. (2003). Kamus Umum Bahasa Indonesia. *Kamus Umum Bahasa Indonesia.*, *29*(14), 235–246.

Bungin, B. (2011). Penelitian Kualitatif. *Penelitian Kualitatif*.

Damghanian, H., Zarei, A., & Siahsarani Kojuri, M. A. (2016). Impact of Perceived Security on Trust, Perceived Risk, and Acceptance of Online Banking in Iran. *Journal of Internet Commerce*, *15*(3), 214–238. https://doi.org/10.1080/15332861.2016.1191052

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, *13*(3), 319–340. https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621

Einar Himma, K., Kemp, R., & Moore, A. D. (2007). Privacy. *Library Hi Tech*, *25*(1), 58–78. https://doi.org/10.1108/07378830710735867

Elsa Silaen1, B. P. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan menggunakan e-wallet dan persepsi manfaat serta promosi terhadap minat beli ulang saldo. *Administrasi bisnis, universitas diponegoro, indonesia*.

Gede, i. M. A. P. Dan i. (2016). Pengaruh persepsi trust, persepsi resiko, Persepsi Keamanan dan persepsi peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking di Kota Denasar. *Pengaruh persepsi trust, persepsi resiko, Persepsi Keamanan dan persepsi Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking Di Kota Denasar*, *5*(2302–8912), 2606–2636.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23.

Indonesia, P. B. (2009). Peraturan Bank Indonesia. *Peraturan Bank Indonesia*, *11*, 8/14/PBI.

iprice. (2020). E-Wallet Lokal Masih Mendominasi Q2 2019-2020. *Https://Iprice.Co.Id/*, (August). Retrieved from https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/%0Ahttps://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/

Kadir, A. (2008). Penggunaan Web Sebagai Salah Satu Pendukung Pengenalan Sistem Informasi. *Penggunaan Web Sebagai Salah Satu Pendukung Pengenalan Sistem Informasi*.

Kartika, A. (2013). *Pengaruh persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap minat penggunaan e-money (Studi Pada Pengguna Go-Pay di Kota Malang)*. Retrieved from http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf

Kotler, P. dan K. L. K. (2009). Manajemen Pemasaran. *Administrasi Bisnis*, *13*(3).

Nasution, M. . (2004). Manajemen Jasa Terpadu. *Manajemen Jasa Terpadu*, *20*(5), 40–43.

Novianto, I. (2005). *Perilaku penggunaan internet di kalangan mahasiswa (Studi deskriptif tentang perilaku penggunaan internet dikalangan mahasiswa perguruan tinggi negeri (FISIP UNAIR) dengan perguruan tinggi swasta (FISIP UPN) untuk memenuhi kebutuhan informasinya)*. (x).

Nurjanah, S. F., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2019). Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Jiagabi*, *8*(3), 154–162.

Octavia and Pratiwi n.d. (2019). *Kemudahan dan manfaat terhadap keputusan konsumen menggunakan go-pay*. *2*.

Rahim, H. (2017). Analisis pengaruh persepsi resiko, dan kepercayaan terhadap minat transaksi penggunaan paytren pada pt. Veritra sentosa internasional. *EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, *6*(2), 274–285.

Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*, *13*(x), 1–15.

Sanusi, S. R. (2015). Beberapa Uji Validitas dan Reliabilitas pada Instrumen Penelitian. *Uji Validitas Dan Reliabilitas*.

Schofield dalam Barak, 2008. (2013). *Tingkat Privasi Dan Bentuk Interaksi Pengunjung Pada Ruang Tunggu Puskesmas*.

Setiawan, T. (2018). Analisi Pendekatan Studi Teknologi E- Bisnis Studi Kasus "Aplikasi DANA." *Fakultas Komputer*, *1*(2), 1–14.

Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. bandung: alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*.

Supranto. (2003). *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran* (revisi ket). Yogyakarta: Rineka Cipta.

Syafruddin, M., Hakim, L., & Despa, D. (2014). Metode Regresi Linier Untuk Prediksi Kebutuhan Energi Listrik Jangka Panjang (Studi Kasus Provinsi Lampung). *Jurnal Informatika*, *2*(1), 1–9. Retrieved from http://journal.eng.unila.ac.id/index.php/jitet/article/download/237/228

Universitas Sriwijaya. (2008). Daftar mahasiswa S1 universitas Sriwijaya fakultas ekonomi palembang.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, *46*(2), 186–204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926

Vogt, W. (2015). Random Sampling. In *Dictionary of Statistics & Methodology*. https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598

Westin, A. F. (2003). Social and Political Dimensions of Forest Certification. *Remagen-Oberwinter*, *59*(2), 354 S. Retrieved from www. forstbuch. de

Yang, Y., Liu, Y., Li, H., & Yu, B. (2015). Understanding perceived risks in mobile payment acceptance. *Industrial Management and Data Systems*, *115*(2), 253–269. https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2014-0243

Yanti, D. (2019). *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Industri Perhotelan di Kota Medan*. *6*(2).

Yuwinanto, H. P. (2015). Privasi online dan keamanan data. *Palimpsest*, (031), 11.