

PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN ULANG *E-MONEY*

(Studi pada Pengguna Gopay di Kabupaten Kebumen)

Mukhamad Ainun Baruddin

Manajemen S1, Universitas Putra Bangsa

mukhamadainunbaruddin@gmail.com

Abstrak

Kemajuan teknologi selalu meningkat setiap tahunnya untuk mengikuti perkembangan zaman. Tak dipungkiri sekarang dunia tengah terjadi pandemi covid-19 termasuk dengan Indonesia. Dengan adanya pandemik seperti ini telah mengubah pola kehidupan masyarakat dalam bertransaksi dengan menggunakan pembayaran non tunai untuk menghindari penyebaran covid-19, seperti menggunakan e-money. E-money yang ada di Indonesia salah satunya yaitu pada aplikasi Gojek yang memberikan layanan transaksi Gopay. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat, dan fitur layanan terhadap minat menggunakan ulang e-money Gopay. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat di Kabupaten Kebumen yang berusia minimal 17 tahun, yang berniat untuk melakukan penggunaan ulang Gopay. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan nonprobability sampling yaitu purposive sampling kepada 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis terdiri dari uji t, uji koefisien determinasi dan uji F dengan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan, manfaat, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan ulang. Dan secara bersama-sama kemudahan, manfaat, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan ulang.

Kata kunci: kemudahan, manfaat, fitur layanan, niat penggunaan ulang

Abstract

Technological advances always increase every year to keep up with the times. It is undeniable that the world is currently experiencing a Covid-19 pandemic, including Indonesia. The existence of a pandemic like this has changed the pattern of people's lives in making transactions using non-cash payments to avoid the spread of Covid-19, such as using e-money. One of the e-money in Indonesia is the Gojek application which provides Gopay transaction services. This study aims to determine the effect of convenience, benefits, and service features on the intention to reuse Gopay e-money. The population of this study is people in Kebumen Regency who are at least 17 years old, who intend to reuse Gopay. The sampling technique uses nonprobability sampling, namely purposive sampling of 100 respondents. The data analysis used is an instrument test consisting of validity and reliability tests, the classical assumption test consisting of a normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing consisting of t test, coefficient of determination test and F test with the SPSS 25 program. The results showed that the variables of convenience, benefits, and service features have a significant effect on the intention to reuse. And together the convenience, benefits, and service features have a significant effect on re-use intentions.

Keywords: convenience, benefits, service features, reuse intentions..

PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN ULANG *E-MONEY*

(Studi pada Pengguna Gopay di Kabupaten Kebumen)

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi selalu meningkat setiap tahunnya untuk mengikuti perkembangan zaman. Teknologi yang selalu mengalami pembaruan diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk menunjang segala kegiatannya. Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan inovasi agar mempermudah konsumen memenuhi kebutuhannya. Salah satu perwujudan dari kemudahan yang ditawarkan oleh perusahaan dengan membuat uang elektronik (Sukma dan Manganti, 2018). Uang elektronik adalah jenis uang yang dapat diakses secara *online* dan tersimpan di sebuah *server* atau kartu *chip* di dalam kartu ATM, kartu kredit dan lain sebagainya (Bank Indonesia, 2013).

Kemajuan teknologi membuat semua hal yang kita lakukan dapat di selesaikan dengan mudah, hal ini tentunya sangat dibutuhkan oleh kita sebagai masyarakat. Salah satu hal yang sangat kita perlukan adalah kemudahan dalam bertransaksi. Kini yang disebut uang elektronik (*e-money*), yaitu alat pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada server. Kartu *E-money* ini kemudian dapat digunakan untuk transaksi pembayaran di internet maupun *merchant-merchant* yang telah bekerja sama dengan bank penerbit kartu *e-money* gencar digunakan untuk bertransaksi ditoko *online* maupun *offline* (Setyo Ferry Wibowo & Dede Rosmauli, 2015).

Diperkirakan pemakaian *e-money* di masa datang berpotensi menggeser peran uang tunai dalam transaksi pembayaran bersifat retail. Pemakaian *e-money* akan memberikan kelebihan dibanding dengan memakai uang tunai dan alat pembayaran non tunai lainnya. Kelebihan lain *e-money* lainnya adalah waktu yang diperlukan menyelesaikan transaksi jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu debit, kartu kredit atau ATM, sebab pemakaian *e-money* tak memerlukan otorisasi *online*, tanda tangan atau memasukkan kode PIN. Saldo elektronik dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh penerbit (Arsita Ika, 2015). Masyarakat Indonesia kini sudah mulai menggunakan uang elektronik untuk membayar tol, ojek *online*, parkir, belanja di minimarket, dan membeli pulsa.

Banyak aplikasi online yang dapat dikunjungi oleh para konsumen, seperti Gopay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja dan lainnya. Semua dompet digital/*e-money* ini dapat memberikan kepuasan kepada konsumen karena transaksi dapat di lakukan dengan mudah. Salah aplikasi penyedia layanan *e-money* yang ramai dikunjungi konsumen adalah Gojek.

Sebanyak 88% responden dalam survei Populix menggunakan dompet digital milik Gojek, yakni GoPay. Persentase tersebut merupakan yang paling tinggi di antara *fintech* sejenis lainnya. Sebanyak 83% juga menggunakan DANA dan 79% menggunakan OVO untuk pembayaran. Sementara itu, responden yang

memakai ShopeePay dan LinkAja tercatat sebesar 76% dan 30%. (Hasya, R, 2022).

Saat ini GoPay dapat digunakan untuk membayar transaksi di swalayan, minimarket maupun restoran serta toko *online* yang telah bekerja sama dengan mereka. Saldo GoPay dapat juga ditransfer ke pengguna GoPay lain maupun ditransfer ke rekening bank dan juga ditarik tunai. Fitur barunya yaitu *PayLater* Gojek yang memungkinkan pengguna menggunakan pinjaman untuk bertransaksi terlebih dahulu sebelum menggantinya di akhir bulan. (Prakosa dan Wintaka, 2020).

Menurut Jogiyanto dalam Tanjaya, (2019), kemudahan merupakan seberapa orang percaya bahwasannya memakai teknologi menurutnya akan terbebas dari suatu usaha. Kemudahan adalah tolok ukur kepercayaan dimana teknologi atau situs mudah digunakan dan bebas dari usaha yang dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen bertransaksi *online*. Pengisian saldo untuk Gopay juga sangat mudah, bisa dengan transfer menggunakan *m-banking*, ataupun membeli *voucher* di konter-konter terdekat. Kemudahan seperti inilah yang sangat bermanfaat bagi pengguna sehingga menyebabkan masyarakat sebagai konsumen tertarik untuk beralih menggunakan Gopay untuk pembayaran.

Menurut Jogiyanto (2019) dalam Ernawati (2020) persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Hal tersebut dapat diartikan bahwa persepsi manfaat merupakan pandangan subjektif seseorang atas manfaat yang diperoleh dengan menggunakan suatu layanan. Menurut Davis (2017) persepsi manfaat merupakan sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerjanya. Hal tersebut dapat diartikan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan performa pekerjaannya. Sehingga pengguna merasa manfaat yang di sediakan Gopay seperti fitur yang ada di dalamnya cukup banyak, seperti kebutuhan pengguna itu ada dan bisa terselesaikan.

Fitur layanan adalah salah satu jenis penerapan konsep promosi untuk menarik minat konsumen terhadap penggunaan suatu produk. Apabila fitur layanan baik serta terjamin tentunya konsumen akan lebih tertarik pada penggunaan produk tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata fitur adalah karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat (gawai dan sebagainya). Arti lainnya dari fitur adalah fungsi, antarmuka atau kemampuan yang khusus dari perangkat keras atau perangkat lunak pada perangkat komputer. Kotler dan Keller (2012) dalam Artina (2021) menjelaskan bahwa fitur adalah ciri khsa produk yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi produk tersebut.

Fitur layanan yang di sediakan Gopay juga lumayan lengkap, sehingga pengguna dapat menggunakan sesuai apa yang sedang di butuhkan dalam

PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN ULANG *E-MONEY*

(Studi pada Pengguna Gopay di Kabupaten Kebumen)

bertransaksi, ada beberapa fitur yang tersedia di aplikasi Gopay yaitu, bayar, promo, isi saldo, misi, minta, tarik, voucher, tagihan, pulsa, *paylater*. (<https://www.gojek.com/blog/gojek/>). Dengan adanya fitur tersebut pengguna bisa memenuhi segala macam kebutuhan pelanggan Gojek yang di mana nantinya menumbuhkan minat penggunaan ulang Gopay.

Niat dapat diartikan sebagai salah satu tindakan ketertarikan seseorang sebelum melakukan suatu tindakan, yang dijadikan dasar dari pengambilan keputusan. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat menggunakan adalah faktor psikologis, faktor keyakinan, kepercayaan dan sikap menjadi factor penentu dalam pengambilan keputusan sehingga menimbulkan minat untuk menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Davis (1989) dalam Prakosa & Wintaka (2020) niat penggunaan di definisikan sebagai tingkatan seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan sebuah aplikasi. Setelah konsumen mendapatkan pengalaman positif dalam menggunakan sebuah aplikasi maka akan ada niat untuk menggunakan kembali. Menurut Jati (2019) Niat penggunaan teknologi informasi adalah sebagai tingkatan minat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus-menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi.

Niat penggunaan ulang dapat diartikan sebagai salah satu tindakan yang dilakukan oleh konsumen karena merasa nyaman, puas, dan mudah saat bertransaksi menggunakan Gopay. Beberapa factor yang mempengaruhi minat penggunaan ulang adalah kemudahan penggunaan, manfaat, dan fitur layanan.

Menurut Davis (1989) dalam Prakosa & Wintaka (2020) niat penggunaan di definisikan sebagai tingkatan seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan sebuah aplikasi. Menurut Anggraeni & Widyastuti (2018) beberapa indikator dari niat penggunaan ulang adalah: keinginan untuk menggunakan di masa depan, kesesuaian pengguna dengan kebutuhan, keinginan untuk mencari informasi.

Menurut Maskuri et al. (2019) kemudahan penggunaan adalah tingkatan kemudahan yang dipercayai seseorang tanpa membutuhkan berbagai usaha untuk menggunakan sebuah sistem dikarenakan kemudahannya. Menurut (Davis et al, 2019) beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan, yaitu: mudah dipelajari, dapat dikontrol, fleksibel, mudah digunakan, jelas dan dapat dipahami

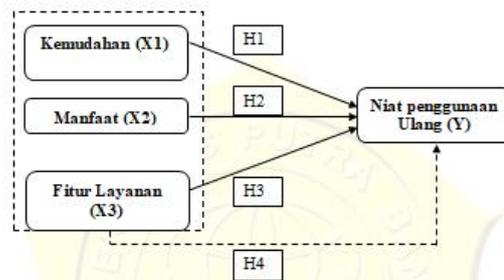
Manfaat adalah suatu keyakinan yang dirasakan individu dalam proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang menganggap suatu aplikasi itu berguna, kemudian dia akan menggunakannya (Priambodo & Prabawani, 2016). Menurut Davis et al (2017:4) manfaat penggunaan dapat diukur dari beberapa indikator-indikator sebagai berikut: mempermudah transaksi pembayaran, mempercepat transaksi pembayaran, memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi, memberikan rasa aman ketika sedang

melakukan transaksi, meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran.

Kotler dan Keller (2012) dalam Artina (2021) menjelaskan bahwa fitur layanan adalah ciri khas produk yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi produk tersebut. Indikator fitur layanan menurut Ponn (2008) dalam Aprilia (2022) yaitu: Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa, Keberagaman layanan transaksi, Keberagaman fitur, Inovasi produk.

METODE

Objek pada penelitian ini adalah Kemudahan, Manfaat, dan Fitur Layanan sebagai variabel bebas, Niat Penggunaan Ulang sebagai variabel terikat. Subjek pada penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang menggunakan Gopay untuk transaksi pembayaran



mereka. Teknik pengumpulan data dan pengembangan

Gambar 1. Model Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian yaitu kuisioner. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert.

Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010).

Analisis kuantitatif adalah metode analisis data dengan menggunakan angka-angka yang diperoleh dari hasil jawaban responden pada kuisioner. Dalam pengolahan data, peneliti mempergunakan alat bantu yang berupa aplikasi computer yaitu SPSS *for windows* versi 25.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI VALIDITAS

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Ket
Kemudahan	1	0,758	0,197	Valid
	2	0,674	0,197	Valid
	3	0,719	0,197	Valid
	4	0,688	0,197	Valid
	5	0,771	0,197	Valid

Suber: data primer yang diolah, 2023

Hasil uji validitas pada instrumen kemudahan menghasilkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,197 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 sehingga

PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN ULANG E-MONEY

(Studi pada Pengguna Gopay di Kabupaten Kebumen)

dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel kemudahan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Ket
Manfaat	1	0,638	0,197	Valid
	2	0,753	0,197	Valid
	3	0,649	0,197	Valid
	4	0,689	0,197	Valid
	5	0,679	0,197	Valid

Suber: data primer yang diolah, 2023

Hasil uji validitas pada instrumen manfaat menghasilkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,197 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel manfaat dalam kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 3

Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Layanan

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Ket
Fitur Layanan	1	0,616	0,197	Valid
	2	0,717	0,197	Valid
	3	0,703	0,197	Valid
	4	0,743	0,197	Valid

Suber: data primer yang diolah, 2023

Hasil uji validitas pada instrumen persepsi manfaat menghasilkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,197 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel fitur layanan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 4

Hasil Uji Validitas Variabel Niat Penggunaan Ulang

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Ket
Niat Penggunaan Ulang	1	0,835	0,197	Valid
	2	0,688	0,197	Valid
	3	0,869	0,197	Valid

Suber: data primer yang diolah, 2023

Hasil uji validitas pada instrumen niat penggunaan ulang menghasilkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,197 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel niat penggunaan ulang dalam kuesioner dinyatakan valid.

UJI RELIABILITAS

Tabel 5

Hasil Uji Reliabilitas

N	Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Frekuensi	Keterangan
1	Kemudahan	0,767	0,60	Reliabel
2	Manfaat	0,710	0,60	Reliabel
3	Fitur Layanan	0,643	0,60	Reliabel
4	Niat Penggunaan Ulang	0,719	0,60	Reliabel

Suber: data primer yang diolah, 2023

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai dari variabel kemudahan (X1), variabel manfaat (X2), variabel fitur layanan (X3) dan variabel niat penggunaan ulang (Y) berada diatas batas frekuensi (0,60) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut reliabel.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Tabel 6

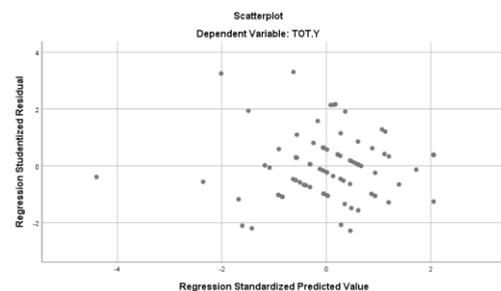
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kemudahan	0,536	1,864
Manfaat	0,495	2,020
Fitur Layanan	0,602	1,662

Suber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat pada kolom *collinearity statistic* yang menunjukkan nilai *tolerance* dari variabel kemudahan, manfaat, dan fitur layanan lebih besar dari 0,1 dan VIF tidak lebih besar dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas, sehingga model ini dapat dipakai.

UJI HETEROKEDASTISITAS



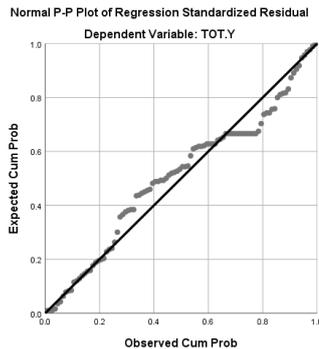
Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 2 menunjukkan bahwa hasil uji heterokedastisitas titik-titik menyebar dan tidak ada pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN ULANG E-MONEY

(Studi pada Pengguna Gopay di Kabupaten Kebumen)

UJI NORMALITAS



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 3, penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal, maka variabel bebas dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

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

$$Y = -0,867 + 0,149X_1 + 0,219X_2 + 0,319X_3 + e$$

Konstanta (a) = -0,867

Jika variabel X_1, X_2 , dan $X_3 = 0$ maka Niat Penggunaan Ulang (Y) sebesar -0,867 dengan asumsi variabel lain tidak berubah.

$$b_1 = 0,149$$

Koefisien regresi variable X_1 0,149 artinya X_1 mempunyai pengaruh positif terhadap variable Y. Artinya, setiap peningkatan satu satuan skala pada variabel X_1 akan memberikan peningkatan terhadap Variabel Y sebesar 0,149 satuan.

$$b_2 = 0,219$$

Koefisien regresi variable X_2 0,219 artinya X_2 mempunyai pengaruh positif terhadap variable Y. Artinya, setiap peningkatan satu satuan skala pada variabel X_2 akan memberikan peningkatan terhadap Variabel Y sebesar 0,219 satuan.

$$b_3 = 0,319$$

Koefisien regresi variable X_3 0,319 artinya X_3 mempunyai pengaruh positif terhadap variable Y. Artinya, setiap peningkatan satu satuan skala pada variabel X_3 akan memberikan peningkatan terhadap Variabel Y sebesar 0,319 satuan.

UJI HIPOTESIS

Pengujian hipotesis kesatu (H1)

Pada pengujian hipotesis satu didapatkan hasil estimasi variabel kemudahan dengan nilai $t_{hitung} 2,019 > t_{tabel} 1,985$. Dengan signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh

terhadap niat penggunaan ulang dan hipotesis satu (H1) dalam penelitian ini diterima.

Pengujian hipotesis kedua (H2)

Pada pengujian hipotesis dua didapatkan hasil estimasi variabel manfaat dengan nilai $t_{hitung} 2,885 > t_{tabel} 1,985$. Dengan signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh terhadap niat penggunaan ulang dan hipotesis dua (H2) dalam penelitian ini diterima.

Pengujian hipotesis ketiga (H3)

Pada pengujian hipotesis tiga didapatkan hasil estimasi variabel fitur layanan dengan nilai $t_{hitung} 3,424 > t_{tabel} 1,985$. Dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh terhadap niat penggunaan ulang dan hipotesis tiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

UJI SILMUTAN (Uji F)

Diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi $< 0,050$ dan F_{hitung} sebesar 31,160 $> F_{tabel}$ 2,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan, manfaat, fitur layanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap niat penggunaan ulang.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,478 sehingga variabel niat penggunaan ulang dapat dijelaskan oleh kemudahan, manfaat, fitur layanan dalam penelitian ini sebesar 47,8% sedangkan sebesar 52,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengujian H1 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan terhadap niat penggunaan ulang. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap niat penggunaan ulang dengan hasil $t_{hitung} 2,019 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$.

Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian responden memberikan penilaian cukup tinggi terhadap kemudahan. Hal ini membuktikan bahwa Gopay mudah di gunakan dan mudah di pahami.

Pengujian H2 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi manfaat terhadap minat beli. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh terhadap niat penggunaan ulang dengan hasil $t_{hitung} 2,885 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$.

Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian responden memberikan penilaian cukup tinggi terhadap manfaat. Hal ini membuktikan bahwa Gopay memiliki manfaat yang cukup baik bagi pengguna.

PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN ULANG *E-MONEY*

(Studi pada Pengguna Gopay di Kabupaten Kebumen)

Pengujian H3 dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fitur layanan terhadap niat penggunaan ulang. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap niat penggunaan ulang dengan hasil $t_{hitung} 3,424 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian responden memberikan penilaian cukup tinggi terhadap fitur layanan. Hal ini membuktikan bahwa Gopay memiliki fitur layanan yang baik untuk pengguna.

Berdasarkan diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi $< 0,050$ dan F_{hitung} sebesar $31,160 > F_{tabel} 2,70$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan, manfaat, fitur layanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap niat penggunaan ulang.

PENUTUP

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan ulang pada Gopay. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan mampu mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan Gopay. Semakin mudah dan gampang untuk digunakan maka minat untuk melakukan penggunaan ulang semakin meningkat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan ulang pada Gopay. Dengan banyaknya manfaat yang di dapat oleh Gopay memberikan ketertarikan minat pengguna untuk menggunakan Gopay.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan ulang pada Gopay. Hal ini menunjukkan bahwa fitur layanan yang di sediakan menarik sehingga mempengaruhi niat penggunaan ulang.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi $< 0,050$ dan F_{hitung} sebesar $31,160 > F_{tabel} 2,70$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan, manfaat, fitur layanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap niat penggunaan ulang.

Saran

Kemudahan memiliki pengaruh besar sehingga penulis menyarankan agar perusahaan yang menjalankan sistem aplikasi diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kemudahan sistem yang dimiliki seperti membuat tata cara menggunakan Gopay yang lebih simpel dan mudah dimengerti bagi pengguna baru, karena tidak hanya kalangan anak muda yang menggunakannya tetapi juga orang tua juga menggunakan Gopay. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan yang di rasakan pengguna sangat beragam terutama pada pengguna yang kurang dalam memahami teknologi yang dimana di haruskan memakai Gopay untuk transaksinya, yang dimana pengguna akan merasakan kemudahan yang di dapat

sehingga menimbulkan rasa nita untuk menggunakan kembali Gopay.

Manfaat memiliki pengaruh besar sehingga penulis menyarankan sebaiknya memberikan manfaat yang baik seperti memberikan keuntungan transaksi yang membuat pengguna senang, seperti memberikan cashback pada pengguna di semua transaksi tanpa minimal transaksi. Memberikan transaksi PayLater tanpa memilih pengguna. Hal ini akan membuat pengguna merasakan banyak manfaat yang di berikan Gopay tanpa syarat tertentu untuk mendapatkan manfaat tersebut, sehingga pengguna akan memiliki niat untuk menggunakan kembali setelah merasakan manfaat yang di berikan Gopay.

Fitur Layanan memiliki pengaruh besar sehingga penulis menyarankan agar membuat inovasi baru dan fitur baru seperti layanan transfer saldo ke *e-wallet* selain Gopay sehingga membuat pengguna penasaran dengan hal baru tersebut, di mana nantinya pengguna akan menggunakan terus menerus. Hal ini akan di rasakan pengguna dengan adanya fitur yang cukup sesuai dan tidak sulit di gunakan dalam bertransaksi, sehingga pengguna akan merasakan fitur yang ada dalam Gopay mampu membantu aktivitas pengguna dalam bertransaksi yang nantinya timbul rasa niat untuk menggunakan kembali.

DAFTAR PUSTAKA

(Times New Roman 12, Regular, spasi 1, spacing before 6 pt, after 6 pt).

- Abrilia, N. D., Niaga, P. T., Ekonomi, F., Surabaya, U. N., Sudarwanto, T., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana di Surabaya. 8(3), 1006–1012.
- Adiyanti., Ika, A. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan EMoney. Univeristas Brawijaya
- Aprilia, R. W., & Susanti, D, N . (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Ashary, A., Pradhanawati, A., & Dewi, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Alodokter Selama Pandemi Covid-19. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(7), 9520-9534.
- Ardianto, K., & Azizah, N . (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN
ULANG E-MONEY**

(Studi pada Pengguna Gopay di Kabupaten Kebumen)

- (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*.
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. In *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan-Sinta 4* (Vol. 11, No. 1, pp. 120-131).
- Auralia, Y., Manggabarani, A. S., & Wahyudi, W. (2020). Analisis Minat Penggunaan Ulang pada Dompot Digital ShopeePAY di Masa Pandemi Covid-19. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 1(2), 137-152.
- Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePAY Di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97-108.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(0), 319–340. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2017.08.036>
- Desnissanty, A. N., & Sari, D. 2021. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan ShopeePAY Dengan Technology Acceptance Model (TAM)”. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Dirwan, D., & Latief, F. (2020). Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital Di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 288-298.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo*.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS*
- Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gojek. (2022). Diakses pada 8 Oktober 2022, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Gojek>
- Gojek. (2017). *Kemudahan Transaksi dengan GO-PAY*. Diakses pada 8 Oktober 2022, dari <https://www.gojek.com/blog/gojek/kemudahan-transaksi-dengan-go-pay/>
- Gunawan, W. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Ulang Financial Technology (Studi pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret).
- Hartono, Jogyanto. (2019). *Kajian Literatur dan Arah Topik Riset ke Depan*. Jakarta : Andi
- Hasya, R. (2022). *Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022*. Diakses pada 17 Desember 2022, dari <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Hanafi, A., & Kamela, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Gopay) Di Kota Padang (Survei pada Masyarakat di Kota Padang). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 21(2), 1-3.
- Hermawan, K, V., & Paramita, L, E. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Minat Pengguna Dalam Menggunakan Aplikasi mHealth Melalui Variabel Satisfaction. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Ika Adiyanti, A. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Joan, Leoni. Sitingjak, Tony. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*. Vol, 8. hlm31-35
- Jogyanto, H. M. (2019). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga.

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN
ULANG E-MONEY**

(Studi pada Pengguna Gopay di Kabupaten Kebumen)

- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 6, No. 1, Maret 2020, 19–29*
- Lianta, S. A. M., & Baridwan, Z. (2011). Faktor-Faktor Sikap Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
- Maulinda P. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kredibilitas Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman J&T Express Sistem Cash On Delivery (Cod) (Studi Pengguna E-Commerce Shopee Di Kebumen). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Putra Bangsa: Kebumen
- Nawangsari, S., & Iswah, S. N. (2019, November). Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya pada Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN. In *Seminar Nasional Aptikom (Semnastik) 2019* (pp. 144-151).
- Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).
- Popi Fauziati, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)”, *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing*, Vol.7 No.2, 2012, hlm.82
- Pretty, A. W. (2021). *Manfaat GoPay, Fitur-fitur, dan Cara Top-up yang Mudah*. Diakses pada 8 Oktober 2022, dari <https://www.modalrakyat.id/blog/manfaat-gopay-fitur-fitur-dan-cara-top-up-yang-mudah>
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan ulang e-wallet pada generasi milenial di daerah istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(1), 72-85.
- Putro, S. F. W., & Khasanah, I. (2021). *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Ulang Menggunakan Gojek Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Di Kota Semarang* (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Puput, A. S. (2020). *Transaksi Gopay Lebih Besar Dibandingkan Sebelum Pandemi*. Diakses pada 8 Oktober 2022, dari <https://finansial.bisnis.com/read/20201112/563/1317183/transaksi-gopay-lebih-besar-dibandingkan-sebelum-pandemi>.
- Puspita, E., & Solikah, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money Pada Generasi Milenial. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 21(1), 29-41.
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Abiwarra Vol 3 , No. 2, Maret 2022, pp. 134 - 139 E-ISSN 2622 - 0253*.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model tam –Tpb Dengan Perceived Risk. *Jurnal Nominal / Volume Viii Nomor 2 / Tahun 2019*.
- Rizka, M. (2022). *7 Aplikasi E-Money Terbaik dan Terpopuler di Indonesia*. Diakses pada 8 Oktober 2022, dari <https://www.tipspintar.com/aplikasi-e-money-terbaik/>
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160-177.
- Rohmah, Y. M., & Tristiarini, N. (2021). Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid-19: Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(1), 1.
- Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). E-JRA Vol. 09 No. 05 Agustus 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. 09(05), 92–107.
- Saputra, R. (2019). *Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived UseFullnes terhadap Minat Penggunaan Ulang Mobile Payment OVO dengan Sikap sebagai Variabel Intervening*

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN
ULANG E-MONEY**

(Studi pada Pengguna Gopay di Kabupaten Kebumen)

Pada Masyarakat di Kota Padang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).

Penggunaan, Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 8(2), 81-89.

Suliyanto, 2011, *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.

Widianingrum, K. (2021). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah dan Dampaknya terhadap Kepuasan Nasabah* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).

Sukarno, P, A. (2020). Transaksi Gopay Lebih Besar Dibandingkan Sebelum Pandemi. Diakses pada 8 Oktober 2022, dari <https://finansial.bisnis.com/read/20201112/563/1317183/transaksi-gopay-lebih-besar-dibandingkan-sebelum-pandemi>

Wibowo, S, F. (2014). *Manajemen Kinerja, Edisi keempat*, Rajawali Pers, Jakarta.

Sulistianingsih, I., & Trishananto, Y. (2021). Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan ulang E-banking. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship, and Innovation*, 2(1), 7-17.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sukma, A., & Manganti, T. W. 2019. Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Tcash. *Manners*, 1(1), 39-53.

Tanjaya, S. C., Mananeke, L. L., & Tawas, H. N. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).

Theriady, H. S., & Ginting, D. B. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan E-Banking (Studi Kasus: PT. Bank BPRKS Bandung). *Media Informatika*, 14(2), 117-141.

Tuhepaly, M. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ovo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.

Usman, R. 2017. "Karakteristik uang elektronik dalam sistem pembayaran". *Yuridika*, 32(1), 134-166.

Wardiani, R. A., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Personal Selling, Persepsi Kemudahan