

PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, M-PAYMENT EXPERIENCE DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP PENERIMAAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI PEMBAYARAN OVO PADA GRAB DENGAN METODE TAM

(Studi pada pengguna aplikasi GRAB di Yogyakarta)

THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, M-PAYMENT EXPERIENCE AND PERCEIVED ENJOYMENT ON ADOPTION OF USE OF OVO PAYMENT TECHNOLOGY IN GRAB USING TAM METHOD

(Study on GRAB application users in Yogyakarta)

Rizaldi Rahardian Fitra

Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email : zhaldi40@gmail.com

ABSTRACT

His study aims to determine the Perceived of Usefulness Effect, Perceived Ease of Use, M-payment Experience, and Perceived enjoyment towards the Acceptance of Use of Online Transportation Technology in Yogyakarta, especially in the level of OVO Cash receipts. The subjects in this study were GRAB service users in the Yogyakarta region. The type of data in this study is the primary data type. The sample used in this study amounted to 90 respondents. The method used in determining sampling is using purposive sampling method. The technique of collecting and obtaining this research data using survey techniques using a questionnaire. The data analysis method used in this study is a multiple linear analysis method.

Based on the analysis that has been carried out, the results that the Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, M-payment Experience, and Perceived enjoyment are obtained significantly influence the acceptance of technology use.

Keywords: The influence of Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, M-payment Experience, and Perceived enjoyment

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hampir semua penduduk setuju bahwa internet merupakan sebuah media yang memberikan banyak manfaat untuk kemajuan masyarakat, terutama di bidang barang dan jasa. Seiring berkembangnya internet dalam hal ini dapat membantu pelaku bisnis berinovasi dalam menciptakan sistem yang akan membantu masyarakat dalam hal penyediaan layanan barang ataupun jasa. Salah satu penyedia layanan jasa transportasi berbasis internet adalah Grab.

Grab merupakan aplikasi mobile yang berguna untuk masyarakat ataupun pelanggan di kehidupan sehari-hari dalam bidang pelayanan perjalanan, pengiriman barang, dan pesan-antar makanan. GRAB menyediakan beberapa layanan seperti : (1) GRAB Taxi Layanan yang memberikan akses serta kemudahan penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat dengan aman; (2) GRAB Car Layanan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman dan gaya; (3) GRAB Bike Layanan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman dan gaya; (4) GRAB Express layanan kurir ekspres berbasis aplikasi yang menjanjikan Kecepatan, Kepastian, dan yang paling utama adalah Keamanan; (5) GRAB Food Layanan pemesanan makanan sesuai yang kita inginkan dan akan diantar oleh driver GRAB; (6) Sewa Grab Car Layanan Penyewaan mobil dengan supir pribadi dengan waktu yang telah disepakati atau dipesan oleh pengguna layanan GRAB dan; (7) GRAB Fresh Layanan pemesanan kebutuhan dapur atau keperluan untuk memasak seperti

sayuran Konsumen dapat melakukan order yang akan diterima oleh pengemudi ojek sesuai dengan apa yang kita inginkan dan konsumen dapat melakukan pembayaran melalui 2 cara yaitu melalui (1) pembayaran cash

yang berupa uang fisik dan (2) pembayaran melalui dompet virtual yang aplikasinya dinamakan OVO Cash.

OVO Cash merupakan mobile payment yang disediakan dan dikembangkan oleh perusahaan GRAB sebagai alat pembayaran berbasis elektronik yang bertujuan untuk memudahkan pengguna jasa untuk dapat membayarkan tarif kepada drivers secara virtual melalui aplikasi GRAB. Pada dasarnya, mobile payment memberikan kemudahan dan keamanan kepada masyarakat dalam hal melakukan pembayaran dengan menggunakan telepon genggam mereka untuk melakukan segala macam transaksi sehingga lebih praktis (Abidin, 2015). Dengan menggunakan mobile payment dari aplikasi GRAB yang bernama OVO Cash, pengguna dapat membayarkan langsung tarif jasa yang dikenakan oleh GRAB secara online tanpa harus menggunakan uang tunai yang berbentuk fisik. Inovasi tersebut tentu diharapkan dapat mendorong tingkat penerimaan penggunaan teknologi. Pembayaran melalui cara ini dapat memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Konsumen dapat memantau dan melihat langsung lokasi dimana pengendara ojek berada karena Grab juga menggunakan sistem berbasis lokasi. Grab yang didirikan oleh Anthony Tan pada Juni 2012 menuai bermacam-macam respon dari masyarakat. Tetapi seiring berjalannya waktu, Grab dapat diterima masyarakat dan berkembang di industri transportasi Indonesia.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mustofa Abdul Karim (2017) menemukan bahwa "m-payment experience" tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penerimaan penggunaan teknologi pembayaran tetapi dalam bukti nyata pada fenomena yang didapat dari masyarakat pengguna layanan OVO Cash dalam menggunakan pembayaran melalui dompet virtual memudahkan dalam pembayaran dan konsumen merasakan kepuasan dari pengalaman mereka saat menggunakan dompet virtual atau OVO Cash. Perbedaan penelitian ini

dengan penelitian sebelumnya adalah Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mustofa Abdul Karim (2017) yang meneliti tentang "pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *m-payment experience* terhadap sistem pembayaran GO-PAY". Pada penelitian ini menambahkan variabel *perceived enjoyment* dan dengan objek yang berbeda yaitu OVO Cash. Dalam penelitian kali ini akan membahas pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *m-payment experience* dan *perceived enjoyment* terhadap penerimaan penggunaan teknologi pembayaran OVO Cash dengan metode TAM. Hal yang mendorong adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar penerimaan penggunaan sistem aplikasi OVO di masyarakat dengan menggunakan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *m-payment experience* dan *perceived enjoyment*.

Rumusan Masalah

Dari hasil pemaparan latar belakang tersebut, peneliti ingin mencari jawaban atas permasalahan yang ada, diantaranya :

- 1) Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi pembayaran?
- 2) Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi pembayaran?
- 3) Apakah *m-payment experience* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi pembayaran?
- 4) Apakah *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi pembayaran?

II. KAJIAN TEORI

Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu model yang dikembangkan untuk mengetahui tingkat penerimaan sebuah teknologi baru di masyarakat. Model TAM (*Technology Acceptance Model*) sudah sangat umum digunakan untuk suatu pengukuran penerimaan sebuah teknologi baru di dalam masyarakat. TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah suatu model yang dikembangkan dari TRA (*Theory Reasoned Action*) yang sebenarnya fokus pembahasannya adalah perilaku psikologis seseorang terhadap suatu objek (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989).

Variabel model klasik TAM antara lain;

- a. Kemudahan Penggunaan (*perceived usefulness*)
- b. Kemanfaatan (*percieved ease of use*)

Menurut Venkatesh dan Davis (2000) menyatakan bahwa *Perceived of usefulness* adalah tingkat pandangan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya dan *Ease of use* adalah tingkat pandangan individu bahwa menggunakan teknologi akan mempermudah dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Chin dan Todd (1995) mengungkapkan terdapat beberapa indikator yang menyatakan penerapan teknologi dapat dikatakan bermanfaat diantaranya :

- a) Bermanfaat.
- b) Meningkatkan efektivitas.
- c) Membuat pekerjaan lebih mudah.
- d) Menambah produktifitas.
- e) Mengembangkan kinerja.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Lee dan Wan (2010) mengungkapkan indikator sebuah teknologi dapat dikatakan mudah apabila diantaranya :

- a) Teknologi informasi dapat dipelajari dengan mudah.
- b) Teknologi informasi dapat dioperasikan dengan mudah.
- c) Teknologi informasi dapat diterapkan dengan mudah.

The Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Unified of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah salah satu model penerimaan teknologi terbaru yang dikembangkan oleh Venkatesh, Morris dan Davis (2003). Variabel utama yang terdapat dalam model UTAUT adalah :

- a) *Social Influence*: Tingkat dimana seorang individu merasa bahwa orang-orang yang penting baginya percaya sebaiknya dia menggunakan sistem yang baru.
- b) *Facilitating Conditions*: Tingkat dimana seorang individu terhadap ketersediaan infrastruktur teknik dan organisasional (sumber daya) untuk mendukung penggunaan sistem.

Variabel tambahan yang terdapat dalam model UTAUT adalah :

- a) *Gender*: Peranan umur memiliki pengaruh psikologis yang cukup besar pada penggunaan sistem.
- b) *Age*: Umur memiliki efek pada tingkah laku individu.
- c) *Experience*: latihan pengenalan pada sistem dengan kemampuan yang dibutuhkan.
- d) *Voluntariness of Use*: Penggunaan sistem dengan sendirinya atau tanpa perintah lagi.

Experience adalah pengalaman yang dirasakan seseorang di masa lalu sedangkan untuk *M-payment experience* adalah Pengalaman seseorang terhadap sesuatu di masa lalu akan memberikan pengaruh

perilaku tertentu terhadap sesuatu yang sama (Liébana-Cabanillas et al., 2014).

Perceived Enjoyment

Davis mendefinisikan *Perceived Enjoyment* dengan: “*the intrinsic reward derived through the use of the technology*” (manfaat intrinsik yang didapatkan melalui penggunaan teknologi Berbeda dengan motivasi ekstrinsik seperti *Perceived Usefulness* (persepsi manfaat) yang didasarkan pada pencapaian *goals* (tujuan) atau *rewards* (imbalan) tertentu, motivasi intrinsik mengacu pada kesenangan melakukan kegiatan itu sendiri.

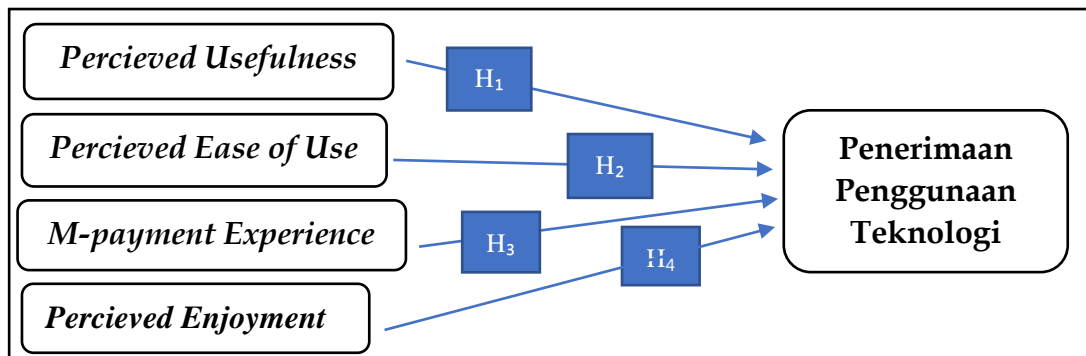
Menurut Ulaan et al., *Perceived Enjoyment* adalah “*The level of satisfaction that consumers feel during online purchase on a particular website, in terms of the ability to bring them happiness, while excluding the performance that they will experience*” (tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen selama membeli secara online di website tertentu, sebatas kemampuan membuat bahagia, tidak termasuk hasil yang akan didapat). Prinsipnya adalah “Semakin calon pembeli menikmati proses *online shopping* di suatu website, semakin kuat kemungkinan calon pembeli akan membeli di website tersebut”.

Konsep Mobile Payment

Mobile Payment adalah pembayaran elektronik yang memanfaatkan telepon genggam pintar agar dapat memudahkan pengguna untuk melakukan segala transaksi yang bertujuan untuk memperoleh barang atau pelayanan jasa (Karnouskos, 2004). Adapun menurut Wentker et al (2014) menjelaskan bahwa *mobile payment* merupakan sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk membayarkan segala macam transaksi menggunakan layanan aplikasi pada telepon genggam yang dimiliki oleh konsumen.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *Percieved Usefulness*, *Ease of use*, *M-payment experience*, dan *Percieved Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Penerimaan Penggunaan Teknologi Pembayaran*. Pembaharuan pada penelitian ini adalah menambahkan variabel independen berupa *Percieved Enjoyment*. Secara garis besar penelitian ini memiliki kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan dalam latar belakang, maka penelitian ini memiliki hipotesis atau dugaan sementara yang akan diuji dan diteliti, diantaranya adalah sebagai berikut:

H1: *Percieved of Usefulness* Berpengaruh Positif Terhadap *Penerimaan Penggunaan Teknologi Pembayaran*.

H2: *Percieved ease of use* Berpengaruh Positif Terhadap *Penerimaan Penggunaan Teknologi Pembayaran*..

H3: *M-payment experience* Berpengaruh Positif Terhadap *Penerimaan Penggunaan Teknologi Pembayaran*.

H4: *Percieved Enjoyment* Berpengaruh Positif Terhadap *Penerimaan Penggunaan Teknologi Pembayaran*.

III. METODE PENELITIAN

Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek penelitian ini mengambil latar tempat di wilayah Kota Yogyakarta. Subyek penelitian ini menargetkan populasi pengguna aplikasi GRAB di seluruh Indonesia. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa pengguna aplikasi GRAB yang berdomisili di wilayah Kota Yogyakarta. Penelitian ini ingin meneliti dari sudut pandang pengguna aplikasi GRAB terhadap tingkat penerimaan penggunaan teknologi.

Jenis Data dan Teknik Pengambilan Sampel

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan hasilnya akan dikuantitatifkan agar dapat diolah datanya menggunakan software pengolah data yaitu SPSS. Jenis data dalam penelitian ini merupakan jenis data primer karena proses mendapatkan datanya dilakukan secara langsung kepada target yang bersangkutan yaitu pengguna aplikasi GRAB. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Teknik tersebut dipilih atas dasar penelitian ini mempunyai fokus terhadap pandangan pengguna aplikasi GRAB terkait dengan tingkat penerimaan penggunaan teknologi. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pengguna aplikasi GRAB.

Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti terhadap pemilihan sampel yaitu sebagai berikut :

- 1) Pengguna aplikasi GRAB.
- 2) Mahasiswa yang berada di wilayah Yogyakarta.
- 3) Pengguna GRAB yang menggunakan aplikasi GRAB lebih dari 5 kali.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka mengumpulkan dan memperoleh data, penelitian ini menggunakan teknik survey dengan menggunakan kuesioner dan diberikan kepada responden yaitu para mahasiswa pengguna aplikasi GRAB yang berada di wilayah Kota Yogyakarta untuk mendapatkan data secara langsung sesuai dengan kondisi sebenarnya dilapangan.

Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrument dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas penelitian ini menggunakan metode *bivariate pearson* atau bisa juga disebut dengan metode korelasi *product moment pearson*. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik. Terdapat 3 pengujian utama dalam uji asumsi klasik diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Setelah melakukan pengujian kualitas instrument dan kualitas data maka dapat dilanjutkan untuk uji hipotesis.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis linear berganda dalam pengujian 3 hipotesis variabel indepen terhadap 1 variabel dependen. Mobile payment, standar pelayanan dan sistem *reward* merupakan variabel independen dan kinerja driver transportasi online merupakan variabel dependen. Berikut persamaan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_3 + e$$

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Subyek Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden pengguna layanan Grab. Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu 90 pengguna layanan Grab. Sampel dalam penelitian ini memiliki kriteria khusus yaitu mahasiswa pengguna layanan Grab yang berada di wilayah Yogyakarta dan menggunakan layanan Grab lebih dari 5 kali. Dalam memilih tempat untuk menyebarkan kuesioner, peneliti mengambil tempat di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Adapun penyajian data mengenai identitas responden dalam penelitian ini hanya menyajikan Universitas dan semester perkuliahan. Berikut data demografis dari responden:

- a) Responden berdasarkan Universitas

Tabel 1

Jumlah Responden Berdasarkan Universitas

	Universitas	Jumlah Responden	Persentase
b)	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	90	100%

responden berdasarkan semester perkuliahan

Tabel 2

Jumlah Responden Berdasarkan semester perkuliahan

Semester	Jumlah Responden	Persentase
1	20	22%
3	40	45%
5	30	33%

Hasil Uji Kualitas Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian validitas disajikan dalam tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	<i>Percieved of usefulness</i>			
	• PU 1	0,810	0,25	Valid
	• PU 2	0,576	0,25	Valid
	• PU 3	0,603	0,25	Valid
	• PU 4	0,758	0,25	Valid
• PU5	0,741	0,25	Valid	
2	<i>Percieved ease of use</i>			
	• EU 1	0,804	0,25	Valid
	• EU 2	0,720	0,25	Valid
	• EU 3	0,845	0,25	Valid
• EU 4	0,694	0,25	Valid	
3	<i>M-Payment experience</i>			
	• ME 1	0,868	0,25	Valid
	• ME 2	0,787	0,25	Valid
	• ME 3	0,733	0,25	Valid
• ME 4	0,756	0,25	Valid	
4	<i>Percieved enjoyment</i>			
	• PE 1	0,866	0,25	Valid
	• PE 2	0,800	0,25	Valid
• PE 3	0,846	0,25	Valid	
5	Penerimaan penggunaan teknologi			
	• PPT 1	0,909	0,25	Valid
• PPT 2	0,861	0,25	Valid	

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS V.25

Hasil pengujian validitas berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki nilai korelasi $> 0,25$. Dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Berikut hasil pengujian reliabilitas setiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Percieved of usefulness</i>	0,740	Reliabel
<i>Percieved ease of use</i>	0,746	Reliabel
<i>M-payment experience</i>	0,794	Reliabel
<i>Percieved enjoyment</i>	0,783	Reliabel
Penerimaan Penggunaan Teknologi	0,718	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS V.25

Dari tabel 4 dapat disimpulkan bahwa tingkat reliabilitas untuk variabel *percieved of usefulness*, *percieved ease of use*, *m-payment experience*, *percieved enjoyment*, dan penerimaan penggunaan teknologi lebih dari 0,60 yang dapat dikatakan Reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.66728736
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.058
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

1. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan *one sample kolmogorov smirnov*. Pada tabel 5 terlihat bahwa nilai *asymp. sig.* (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya lebih besar dari nilai alpha 0,05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semua konsep pengukur variabel yang digunakan tidak mengandung masalah normalitas dan dapat dikatakan data berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Jika nilai VIF variabel independen < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$, maka dapat dikatakan data bebas dari gejala multikolinearitas. Berikut masing-masing nilai VIF dari variabel independen:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PU	.761	1.314
	EU	.638	1.568
	ME	.881	1.135
	PE	.685	1.459

Pada tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dari setiap variabel independen nilainya $> 0,1$ dan nilai dari VIF dari setiap variabel independen nilainya < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode uji *glejser*. Berikut tabel yang menunjukkan nilai signifikansi hasil regresi variabel residuan terhadap variabel independen dalam penelitian ini:

Tabel 7

Model		Sig.
1	(Constant)	.035
	PU	.914
	EU	.803
	ME	.478

Hasil Uji Heterosk	PE	.363
--------------------	----	------

edastisitas

Pada tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari setiap variabel independen mempunyai nilai $> 0,05$ yang artinya lebih besar dari nilai alpha. Maka dapat dikatakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk mengukur Tingkat penerimaan Penggunaan Teknologi.

Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji F

Berikut hasil analisis regresi linear berganda yang menunjukkan hasil uji F yaitu:

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.693	4	8.673	18.603	.000 ^b
	Residual	39.629	85	.466		
	Total	74.322	89			
a. Dependent Variable: PPT						
b. Predictors: (Constant), PE, ME, PU, EU						

Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Sedangkan jika angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Pada tabel 8 dapat dilihat bahwa hasil pengujian memperoleh nilai F sebesar 18.603 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu *Percieved Usefulness*, *Percieved ease of use*, *m-payment experience*, dan *percieved enjoyment* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu Penerimaan penggunaan teknologi pembayaran.

2. Hasil Uji t

Setelah melakukan berbagai pengujian, peneliti mendapatkan hasil dari uji t yaitu sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji t

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	5.623	.626		8.981	.000
	PU	.049	.027	.163	1.799	.036
	EU	.072	.033	.220	2.216	.029
	ME	.229	.027	.727	8.619	.000
	PE	.085	.044	.183	1.910	.049

a. Dependent Variable: PPT

Maka dapat disimpulkan untuk uji t dalam menguji hipotesis peneliti diperoleh hasil sebagai berikut:

a.) Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil uji t yang telah ada, diketahui bahwa variabel X1 yaitu Percieved Usefulness memiliki nilai t sebesar 1,799 dan nilai signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X1 yaitu Percieved Usefulness berpengaruh positif terhadap

Penerimaan Penggunaan Teknologi. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang artinya variabel Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi.

b.) Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil uji t yang telah ada, diketahui bahwa variabel X2 yaitu Standar Pelayanan memiliki nilai t sebesar 2,216 dan nilai signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X2 yaitu Perceived ease of use berpengaruh positif terhadap Penerimaan penggunaan teknologi. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang artinya variabel Perceived ease of use berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi.

c.) Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil uji t yang telah ada, diketahui bahwa variabel X3 yaitu M-payment experience mempunyai nilai t sebesar 8,619 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X3 yaitu M-payment experience berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang artinya variabel M-payment experience berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi.

d.) Pengujian Hipotesis Keempat

Berdasarkan hasil uji t yang telah ada, diketahui bahwa variabel X4 yaitu Sistem Reward mempunyai nilai t sebesar 1,910 dan nilai signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X4 yaitu Perceived Enjoyment berpengaruh positif terhadap

Penerimaan Penggunaan Teknologi. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang artinya variabel Perceived Enjoyment berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi.

Pembahasan

1. Percieved of Usefulness Berpengaruh Positif Terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi

Dari hasil analisis data pada penelitian ini telah menunjukkan hasil bahwa Percieved Usefulness berpengaruh secara signifikan terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Karim (2017) menjelaskan bahwa perceived of usefulness berpengaruh signifikan terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Pendapat Karim didukung oleh penelitian Santoso (2012) menyatakan bahwa perceived of usefulness berpengaruh signifikan terhadap penerimaan penggunaan teknologi dan penelitian Aritonang dan Anton (2018) yang menyatakan bahwa perceived of usefulness berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Sehingga manfaat kemudahan yang diterima oleh penggunaan teknologi diharapkan dapat meningkatkan penerimaan teknologi di masyarakat atau pengguna teknologi. Semakin tinggi tingkat kemudahan yang diterima oleh pengguna teknologi maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan penggunaan teknologi tersebut.

2. Percieved Ease of Use Berpengaruh Positif Terhadap Penerimaan penggunaan Teknologi

Dari hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Percieved Ease of Use berpengaruh secara signifikan terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Karim (2017) menyatakan bahwa ease of use berpengaruh

signifikan terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Pendapat tersebut didukung oleh penelitian Aritonang dan Anton (2018) menyatakan bahwa ease of use berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan teknologi serta penelitian Latifah dan Azka (2013) yang menyebutkan bahwa ease of use berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi. Sehingga manfaat penggunaan teknologi yang diterima oleh para pengguna teknologi diharapkan dapat meningkatkan penerimaan penerapan teknologi. Semakin tinggi manfaat yang diterima oleh pengguna teknologi atau masyarakat maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan teknologi.

3. M-payment Experience Berpengaruh Positif Terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi

Hasil pengujian data dalam penelitian ini terkait dengan variabel M-payment Experience menunjukkan bahwa M-payment Experience berpengaruh secara signifikan terhadap Penerimaan Penggunaan teknologi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian Liébana-Cabanillas et al (2014) menegaskan bahwa pengguna yang telah memiliki pengalaman di masa lalu dalam menggunakan m-payment kemungkinan besar akan menerima jenis m-payment yang baru. Sehingga pengguna yang telah memiliki pengalaman menggunakan m-payment kemungkinan besar akan menerima jenis m-payment yang baru. Semakin banyak pengalaman pengguna menggunakan m-payment semakin tinggi pula tingkat penerimaan penggunaan teknologi.

4. Percieved Enjoyment Berpengaruh Positif Terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi

Hasil pengujian data dalam penelitian ini terkait dengan Variabel Percieved Enjoyment menunjukkan bahwa Percieved Enjoyment Experience berpengaruh secara signifikan terhadap Penerimaan

Penggunaan teknologi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Santoso (2012) menyatakan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi. Pendapat ini sejalan dengan penelitian Latifah dan Azka (2013) yang menjelaskan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi. Sehingga kenyamanan yang didapatkan oleh pengguna teknologi diharapkan memotivasi pengguna untuk dapat menerima teknologi yang baru. Semakin tinggi tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna maka semakin tinggi pula tingkat penerimaan teknologi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, peneliti telah dapat menemukan jawaban dari pokok permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk dapat mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil dari pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini untuk menjawab pokok permasalahan yang telah dirumuskan di awal penelitian:

1. Hasil analisis yang diperoleh dari penelitian ini untuk variabel pertama yaitu *Percieved of Usefulness* menunjukkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,049. Sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 1,799 dan nilai signifikansinya sebesar $0,036 < 0,05$. Hasil pengujian dengan nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel pertama yaitu *Percieved Usefulness* berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi.
2. Hasil analisis yang diperoleh dari penelitian ini untuk variabel kedua yaitu *Percieved Ease of Use* menunjukkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,072. Sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 2,216 dan nilai

signifikansinya sebesar $0,029 < 0,05$. Hasil pengujian dengan nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel kedua yaitu Percieved Ease of Use berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi.

3. Hasil analisis yang diperoleh dari penelitian ini untuk variabel ketiga yaitu M-payment Experience menunjukkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,229. Sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 8,619 dan nilai significansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian dengan nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel ketiga yaitu M-payment Experience berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi.

4. Hasil analisis yang diperoleh dari penelitian ini untuk variabel keempat yaitu Percieved Enjoyment menunjukkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,085. Sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 1,910 dan nilai significansinya sebesar $0,049 < 0,05$. Hasil pengujian dengan nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel ketiga yaitu Percieved Enjoyment berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi.

Berdasarkan keterangan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa 4 variabel independen yaitu Percieved of Usefulness, Percieved Ease of Use, M-payment Experience, dan Percieved Enjoyment berpengaruh positif terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi

Saran

1. Bagi Perusahaan

Teknologi sistem pembayaran OVO cash yang dikembangkan oleh perusahaan GRAB memang bermanfaat dan memudahkan bagi pengguna aplikasi GRAB. Berdasarkan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini

teknologi sistem pembayaran OVO cash dirasa sudah cukup membantu para pengguna aplikasi layanan GRAB. Tetapi Perlu adanya pengembangan lebih lanjut agar lebih efektif serta sosialisasi tentang manfaat, kemudahan, pengalaman penggunaan, dan kenyamanan dengan adanya sistem pembayaran OVO cash kepada pengguna layanan aplikasi GRAB agar memberikan persepsi yang lebih baik.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Keterbatasan dalam penelitian ini mungkin dapat dijadikan perbaikan untuk penelitian yang sejenis di masa yang akan datang. Penelitian selanjutnya mungkin dapat memperluas cakupan sampel yang tidak terbatas pada satu kota dan pennggunanya tidak hanya mahasiswa. Responden untuk penelitian selanjutnya juga perlu diperbanyak dan diperluas lagi mengingat pengguna layanan aplikasi GRAB bukan hanya mahasiswa saja melainkan banyak masyarakat yang menggunakann aplikasi tersebut. Penelitian ini hanya menggunakan kuesioner saja dalam pengumpulan datanya untuk penelitian selanjutnya mungkin dapat ditambahkan dengan menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M.S. 2015. *Dampak Kebijakan e-Money di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Aritonang, Y. A. L., dan Arisman, A. 2017. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money*. *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, hal 1-17.
- Azwar, S. (2013). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chin, W.W dan Todd. 1995. *On the use, usefulness and ease of use of structural equation modeling in MIS research: A note of...* *MIS Quarterly*. hal 237- 246.
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology". *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), Hal 319-339.
- Dewi, N. M. A. P., dan I. G. K. Warmika. 2016. *Peran Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol 5. No 4.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jiming Wu dan De Liu, "The Effects of Trust and Enjoyment on Intention to Play Online Games", *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL 8, NO 2, (2007), 129.
- John M. Echols, Hassan Shadily, *An English-Indonesian Dictionary* (Ithaca and London: Cornell University Press), 522.
- Karim, M.A. 2017. *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay menggunakan TAM (Technology Acceptance Model) terhadap Intensitas*

Penggunaan Layanan GoJek. Skripsi. Fakultas Ekonomi Univesitas Islam Indonesia : Yogyakarta.

KBBI, 2018. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>. Diakses pada tanggal 1 juli 2018.

Lee, C., & Wan, G. 2010. Including subjective norm and technology trust in the technology acceptance model. *ACM SIGMIS Database*, 41(4), 40.

Nazaruddin, I dan Agus Tri Basuki, 2015. *Analisis Statistik dengan SPSS*. Edisi Pertama, Cetakan ketiga. Yogyakarta. Hal 71.

R.V. Ulaan, "The Effect of Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online", *Jurnal Emba* Vol.4 No.1 (Maret 2016), 1139.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Untoro, R. Aria Trenggana, Komala Dewi. 2013. *Pemetaan Produk dan Risiko Pembayaran Bergerak (Mobile Payment) Dalam Sistem Pembayaran di Indonesia*. Working Paper. No. 2. Bank Indonesia.

Venkatesh, V dan Fred D. Davis. 2000. *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*, 46(2), pp: 186-204.

Wentker, D., Erick W., Gavin S. dan Doug D. 2014. *Mobile Payment Management*. US Grants. US8923827B2. Google Patents.