



## Analisis Pengaruh Innovativeness, Stress, Perceived Ease Of Use, Perceived Satisfaction, Perceived Risk Dan Perceived Trust Terhadap Intention To Use Yang Dimediasi Oleh Perceived Usefulness Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek

Femi Arsyita<sup>1</sup>, Jauharry<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Andalas, Indonesia

### Abstract

Received: 15 November 2023

Revised: 13 Desember 2023

Accepted: 15 Januari 2024

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Innovativeness*, *Stress*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Satisfaction*, *Perceived Risk* dan *Perceived Trust* terhadap *Intention to Use* yang dimediasi oleh *Perceived Usefulness* penggunaan layanan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek di Kota Payakumbuh. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif kemudian data diolah serta dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan software SmartPls 3.2.6. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 160 responden yang pernah melakukan transaksi menggunakan Go-Pay minimal 2x dalam tiga bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan metode purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *innovativeness* dan *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*, *perceived usefulness* dan *perceived trust* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*, *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *intention to use*, kemudian *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* yang dimediasi oleh *perceived usefulness*. Implikasi dari penelitian ini adalah agar pihak Go-Jek dapat meningkatkan kemudahan dan keamanan transaksi menggunakan Go-Pay agar niat penggunaan layanan Go-Pay dapat meningkat.

**Keywords:** *Innovativeness*; *Stress*; *Perceived Ease of Use*; *Perceived Satisfaction*; *Perceived Usefulness*; *Perceived Risk*; *Perceived Trust*; *Intention to Use*

(\*) Corresponding Author: [femiarsyita2000@gmail.com](mailto:femiarsyita2000@gmail.com)

**How to Cite:** Arsyita, F., & Jauharry, J. (2024). Analisis Pengaruh *Innovativeness*, *Stress*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Satisfaction*, *Perceived Risk* Dan *Perceived Trust* Terhadap *Intention To Use* Yang Dimediasi Oleh *Perceived Usefulness* Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10526041>.

## INTRODUCTION

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mempermudah setiap aktivitas manusia dari waktu ke waktu, baik dalam bidang sosial maupun ekonomi. Mengingat keadaan teknologi saat ini, perkembangan baru diperlukan untuk membuat semua aktivitas manusia menjadi lebih efektif, aman, cepat, dan nyaman, khususnya dalam ekonomi global. Menurut Hadi (2017, National Digital Research Center), financial technology merupakan inovasi baru yang menggabungkan teknologi modern dengan layanan keuangan. Go-Jek adalah salah satu dari sekian banyak bisnis Indonesia yang menawarkan layanan transportasi berbasis elektronik, dan sangat diminati oleh masyarakat umum. Menurut hasil survei yang dimuat di situs resmi Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), sebanyak 72,6% dari 4.668 responden memberikan Go-Jek rating tertinggi; kemudian, pada saat itu, Dapatkan sebanyak 66,9 persen; Uber

digunakan sebesar 51% dan My BlueBird sebesar 4,4 persen. Go-Jek, atau PT Aplikasi Karya Anak Bangsa, adalah nama yang lebih baik. Pemeriksaan akan memanfaatkan responden klien administrasi Go-Pay, khususnya klien yang merupakan klien yang melakukan cicilan melalui Go-Pay di Kota Payakumbuh. Niat untuk menggunakan Go-Pay digunakan sebagai variabel dependen, dan inovasi, stres, persepsi kemudahan penggunaan, kepuasan, kegunaan, persepsi risiko, dan persepsi kepercayaan digunakan sebagai variabel independen. Menggunakan kuesioner yang dikembangkan sesuai dengan masing-masing variabel dalam penelitian ini.

### **Literature review**

#### **TAM (*Technology Acceptance Model*)**

Innovation Recognition Model (Hat) pertama kali dikemukakan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw pada tahun 1989 sebagai model yang dibuat untuk membedah dan mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi pengenalan suatu inovasi. Caps telah terbukti menjadi model hipotetis dalam membantu memahami dan memprediksi pengenalan klien terhadap inovasi data (Legris, Ingham, dan Collette, 2003). Berdasarkan definisi di atas, Hat digunakan untuk memahami pengakuan atau penolakan suatu inovasi. Perbankan seluler. Menurut Liu & Tai (2015), mobile payment merupakan inovasi baru dari proses pertukaran nilai atau instrumen pembayaran lainnya yang dapat digunakan oleh konsumen yang lebih mengandalkan fitur smartphone dan otorisasi keuangan. Menurut Karnouskos & Fraunhofer (2004), sistem pembayaran mobile adalah salah satu yang menggunakan perangkat mobile untuk memulai, mengaktifkan, dan/atau mengkonfirmasi pembayaran untuk mendapatkan barang atau jasa. Jadi, sistem cicilan portable adalah jenis cicilan yang dilakukan dengan handphone seperti handphone dan tablet.

#### **Go-Pay**

Dompot Elektronik yang selanjutnya disebut Dompot Elektronik sesuai dengan Pedoman Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 Angka 7 yang dimaksud dengan Dompot Elektronik adalah alat bantu elektronik untuk menyimpan informasi instrumen cicilan, termasuk kartu atau uang elektronik. . yang juga bisa sebagai sumber daya wajib, untuk membuat porsi (Desti, 2021).

#### **Intention to Use**

Fishbein & Ajzen (1975) mengatakan bahwa niat untuk menggunakan atau niat adalah rencana bagaimana seseorang akan bertindak dalam situasi tertentu dengan cara tertentu, terlepas dari apakah mereka akan melakukannya. Sementara itu, Peter & Olson (2013) menyatakan bahwa niat untuk menggunakan atau niat adalah strategi untuk terlibat dalam perilaku tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Banyak variabel mempengaruhi tujuan pembeli saat memilih barang dan kesimpulan akhir bergantung pada harapan pembeli dengan elemen luar yang signifikan (Keller, 2001).

#### **Innovativeness**

Inovasi atau *innovativeness* merupakan setiap ide atau pun gagasan baru yang belum pernah ada atau pun diterbitkan Terobosan baru dalam subjek yang telah diteliti oleh inovator (orang yang memunculkan ide) biasanya menghasilkan inovasi. Perkembangan umumnya sengaja dilakukan oleh perintis melalui berbagai kegiatan atau ujian yang disusun (Septanto, 2016). Sektor transportasi

konvensional lambat laun menjadi kurang diminati dan diminati, terutama di kalangan generasi muda, di beberapa negara berkembang, khususnya Indonesia. Di sisi lain, kesempatan kerja baik di sektor formal maupun informal lebih banyak terdapat di perkotaan. Selain itu, pembangunan provinsi di daerah pedesaan lebih lambat daripada di daerah metropolitan. Hal ini berdampak pada aksesibilitas tambahan jabatan dan upah yang jauh lebih tinggi di wilayah metropolitan dibandingkan wilayah provinsi (Tamin, 2015).

### **Stress**

Stres menurut Donsu (2017) adalah gangguan mental dan fisik yang diakibatkan oleh perubahan dan tuntutan hidup. Menurut Donsu (2017), stres disebabkan oleh faktor eksternal seperti rangsangan atau objek di lingkungan yang secara objektif berbahaya. Menurut Donsu (2017), stres juga dapat diartikan sebagai ketegangan, tekanan, atau pengaruh buruk yang mengganggu yang datang dari luar diri sendiri. Menurut Donsu (2017), tekanan adalah keadaan alami seseorang ketika dia menyadari bahwa realitas atau kehormatannya dalam bahaya dan dia harus mengerahkan seluruh energinya untuk melindungi dirinya sendiri. Hal ini ditemukan oleh Cofer dan Appley (1964). Ward (1987) mencirikan tekanan sebagai reaksi fisiologis dan mental yang terjadi ketika orang melihat ketidakkonsistenan antara tingkat permintaan yang diberikan kepada mereka dan kemampuan mereka untuk memenuhi kecurigaan tersebut.

### **Perceived Satisfaction**

Kata Latin "kepuasan", yang berarti "cukup baik", "memadai", dan "facio", yang berarti "melakukan" atau "membuat", memberikan arti kata tersebut. Menurut pakar pemasaran Kotler dan Keller, perasaan senang atau kecewa seseorang ketika membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk (atau hasil) dengan harapannya adalah tanda kepuasan. Untuk memahami masalah loyalitas konsumen, pertama-tama kita harus memahami apa arti pemenuhan yang sebenarnya. Reaksi pribadi seseorang terhadap suatu keadaan disebut pemenuhan..

### **Theoretical framework and hypotheses development**

Pengaruh *Innovativeness* Terhadap *Perceived Usefulness* Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek.

Kemajuan (ingenuity) adalah kemampuan klien untuk mencoba inovasi data baru (Tsikriktsis, 2004). Al-Jabri & Sohail (2012) dan penelitian lainnya menunjukkan bahwa model difusi inovasi merupakan dasar adopsi teknologi. Laukkanen dan lainnya, 2007). Inovasi dianggap berperan penting dalam menentukan persepsi pengguna terhadap adopsi teknologi karena layanan pembayaran mobile merupakan teknologi baru. Ketertarikan pembeli dalam mencoba administrasi berbasis inovasi baru dan kecenderungan terhadap ide-ide terobosan menunjukkan pentingnya pengembangan dalam perilaku penerimaan inovasi.

**Hipotesis 1 :** *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* layanan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek

Pengaruh *Stress* Terhadap *Perceived Usefulness* Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek

Orang mungkin memiliki kualitas pesimistis dan mungkin merasa gelisah, fokus, dan cemas saat memanfaatkan inovasi baru. Menurut Swilly (2010), mereka

mungkin menolak mencoba hal-hal baru dan lebih memilih metode pembayaran konvensional. Venkatesh et al., (2003) mengukur sikap pengguna terhadap penerimaan teknologi baru; Mereka menemukan bahwa orang yang cemas atau stres sangat menolak perubahan dan lebih sulit menerima layanan pembayaran seperti perdagangan seluler. Pelanggan ini stres dan menemukan teknologi canggih terlalu berisiko untuk mereka gunakan untuk layanan dan pembayaran. Stres jelas dapat memengaruhi wawasan klien dan memengaruhi kenyamanan kerangka angsuran baru (California dan Martin, 2016; Swilly, 2010). Menurut Petrogiannis (2010), ada hubungan terbalik yang kuat antara manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi dan stres yang dirasakan, dan orang yang mengalami stres lebih sedikit lebih mungkin untuk merasakan kesiapan dan manfaat dari penggunaan teknologi.

**Hipotesis 2 :** *Stress* berpengaruh negatif terhadap *perceived usefulness* layanan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Perceived Usefulness* Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek

Dalam konteks layanan teknologi apa pun, seperti perdagangan seluler atau layanan pembayaran seluler, kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai proses yang sederhana. Penulisan sebelumnya menegaskan bahwa setiap inovasi yang tidak sulit untuk dimanfaatkan dianggap berharga oleh pelanggan dan disukai untuk dimanfaatkan (Perwakilan pemimpin dan Sihlali, 2014; Kazemi dan lainnya, 2013; Munoz-Leiva dan lainnya, 2017; Rajarathinam dan Mangalam, 2013) . Menurut Madan dan Yadav (2016), kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan terkait; Jika teknologi mudah digunakan, bermanfaat, dan memberikan petunjuk cara menggunakannya, pengguna lebih cenderung menggunakannya. Sebagai hasilnya, pelanggan merasa lebih mudah untuk mengadopsi teknologi seperti aplikasi pembayaran seluler. Niat perilaku pengguna pada akhirnya dipengaruhi oleh hal ini, karena ada korelasi positif antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan (Sultan & Chan, 2000; 2014) Thakur dan Srivastava.

**Hipotesis 3 :** *Perceived ease of use* berpengaruh positif *perceived usefulness* layanan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek.

Pengaruh *Perceived Satisfaction* Terhadap *Intention to Use* Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek

Banyak artikel eksplorasi berpusat pada wawasan dan pertemuan individu dari berbagai jenis inovasi. Seperti dalam kasus kami, kepuasan adalah respons psikologis terhadap proses pembelian dan pembayaran (Kujala et al., 2017; Natarajan dan lain-lain, Menurut Zhou (2013), ini mencerminkan ringkasan perasaan afektif pengguna yang mungkin muncul selama interaksi dengan penyedia layanan Namun, kecenderungan pengguna dapat ditunjukkan oleh kepuasan yang dirasakan, yang juga dapat menjadi tanda niat masa depan (Cao et al., 2018).

Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention to Use* Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek

Menurut Davis et al., "kegunaan yang dirasakan" mengacu pada kemungkinan subyektif pengguna potensial yang menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan dalam pengaturan organisasi. 1989). Dalam

banyak kesempatan, keuntungan relatif yang dirasakan juga dipahami sebagai kegunaan yang dirasakan; Rogers (2010) mendefinisikannya sebagai sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih unggul dari pendahulunya..

### **Methodology**

Penelitian ini menggunakan metode explicatory research. Menurut Sekaran (2017), explanatory research meneliti bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lain dalam kondisi tertentu. Dalam penelitian penjelasan, ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang ada. Jenis kausalitas adalah jenis penyelidikan yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Menemukan pendorong utama dari setidaknya satu masalah adalah semacam kausalitas. Selanjutnya, keinginan ahli mengemudi laporan kausal adalah memiliki pilihan untuk menyatakan bahwa satu variabel membuat berbagai elemen berubah atau tidak berubah (Sekaran, 2017). Penelitian ini menggunakan data yang signifikan, khususnya data yang signifikan, yaitu informasi yang diperoleh langsung oleh pemeriksa yang menghubungkan elemen-elemen penting dengan target audit yang tegas atau data yang dikumpulkan dari tempat pertama peristiwa itu terjadi (Sekaran, 2011). Dengan menyebarkan jajak pendapat kepada responden, penelitian ini mengarahkan studi lapangan untuk mengumpulkan data. Sugiyono (2013) mendefinisikan istilah “populasi” sebagai “area umum dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi adalah istilah umum untuk sekelompok benda atau orang. Seorang pelanggan Go-Jek di Kota Payakumbuh menjadi fokus pemeriksaan kali ini. Dalam penelitian ini, purposeful sampling digunakan. Sugiyono (2017) mendefinisikan “purposeful sampling” sebagai proses pemilihan sampel dari berbagai sumber data dengan pertimbangan tertentu. Seperti yang ditunjukkan oleh Notoadmodjo (2010), pengujian yang disengaja adalah pemeriksaan terhadap sumber informasi berdasarkan pemikiran tertentu seperti atribut populasi atau kualitas yang baru diketahui. Teknik Structural Equation Modeling (SEM) digunakan dalam pengolahan data penelitian ini dengan perangkat lunak SmartPLS 3.2.6. Walaupun ada beberapa contoh, strategi SEM berlapis lebih fokus pada penggunaan aplikasi SmartPLS yang dapat menangani data, maka digunakanlah aplikasi SmartPLS.

### **Results**

#### **Uji Validitas**

Menurut Sekaran & Bougie (2016), uji validitas adalah proses menentukan seberapa akurat instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan tujuan pengukuran, maka pengujian validitas data bertujuan untuk mengetahui ketepatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsinya. Apabila pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner penelitian mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Penelitian ini menggunakan dua metode untuk uji validitas: validitas konvergen dan validitas diskriminan, yang akan dibahas di bawah ini.:

#### **Validitas Konvergen (Convergent Validity)**

Nilai AVE (Average Variance Extracted), outer loading, dan communityity adalah semua faktor yang diperiksa selama pengujian validitas konvergen. Menurut Hair, Hult, and Ringle (2017) suatu nilai akan dinyatakan sah

jika hasil AVE menunjukkan nilai lebih dari 0,5 dan nilai external stacking lebih dari 0,7. Output dari AVE dan outer loading dianggap tidak valid jika tidak memenuhi persyaratan tersebut. Dalam SmartPLS 3, metode alternatif untuk menentukan nilai sosial variabel adalah nilai AVE..

#### **Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)**

Menurut Hair *et al.*, (2017) pengukuran menggunakan uji validitas diskriminan dinilai valid berdasarkan nilai dari output *cross loading* dan nilai akar AVE *Fornell Lacker Criterion*, serta *Heterotrait-monotrait ratio* (HTMT) sebagai berikut:

Penentuan nilai output *cross loading* dilihat berdasarkan skor korelasi dari indikator ke variabelnya lebih besar daripada nilai korelasi indikator tersebut ke variabel lain.

Penentuan akar AVE *Fornell Lacker Criterion* ditentukan berdasarkan nilai skor akar AVE suatu variabel harus lebih besar dari skor akar AVE variabel lain.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas, sebagaimana didefinisikan oleh Sekaran (2017), adalah kemampuan suatu pengukuran untuk menunjukkan kestabilan dan konsistensi suatu instrumen pengukuran, dimana instrumen tersebut mengukur konsep dan membantu dalam menentukan keakuratannya. Ini menyiratkan bahwa uji ketergantungan berubah menjadi alat untuk memperkirakan jajak pendapat yang menggambarkan tanda-tanda faktor eksplorasi. Apabila tanggapan responden terhadap pertanyaan kuesioner konsisten dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dianggap reliabel.

Nilai cronbach alpha instrumen penelitian dan reliabilitas komposit blok indikator yang mengukur konstruk diperiksa untuk uji reliabilitas. Faktor dapat dikatakan dapat diandalkan jika memenuhi standar Cronbach alpha tinggi dan ketergantungan komposit yang akan menunjukkan nilai yang kuat jika lebih menonjol dari 0,70 (Hair *et al.*, 2017). Jika suatu variabel solid, informasi eksplorasi dianggap sangat baik dan dapat diandalkan untuk digunakan sebagai kontribusi pada siklus pemeriksaan informasi untuk menguji spekulasi eksplorasi..

#### **Uji Hipotesis/ Uji *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS)**

Pengujian spekulasi dilakukan untuk mengetahui pengaruh imaginativeness, stress, saw convenience, saw fulfillment, saw value, saw risk, saw trust pada variabel dependen, untuk lebih spesifik bertujuan melibatkan pihak administrasi Go-pay dalam aplikasi quick jek di Kota Payakumbuh . Kajian ini menggunakan pemrograman SmartPLS 3 melalui investigasi Primary Condition Demonstrating Halfway Least Square (SEM-PLS) untuk menguji model spekulasi dan eksplorasi. Rumusan dalam penelitian ini dapat dijawab dengan temuan analisis..

#### **Uji Model Struktural**

Jika semua konstruk dalam model memenuhi semua kriteria outer model atau valid berdasarkan uji validitas dan reliabilitas, maka model struktural (inner model) dapat diuji. Menggunakan nilai VIF dari setiap set konstruk prediktor model struktural, masalah kolinearitas dapat diselidiki menggunakan tes model struktural.

#### **R Square (R2)**

Untuk menguji model struktural dilakukan dengan Pengujian nilai R Square (R2) untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikatnya atau melihat seberapa besar pengaruh dari satu variabel ke variabel lainnya

### **F Square (F2)**

Uji F Square (F2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar faktor inaktif eksogen (yang tidak dipengaruhi oleh faktor yang berbeda) mempengaruhi faktor yang berbeda. F Square (F2) akan menilai perubahan dalam R Square (R2) ketika diputuskan bahwa pengembangan eksogen dikeluarkan dari model dan kemudian dampak idle eksogen tidak sepenuhnya ditetapkan pada tingkat primer di mana nilainya adalah 0,02 untuk tumbukan tidak berdaya, 0,15 untuk tumbukan sedang dan 0,35 untuk tumbukan padat (Hair et al., 2017).

### **Q Square (Q2)**

Ukuran daya prediksi model yang dikenal dengan *Q Square* (Q2) bertujuan untuk mengetahui apakah model tersebut secara akurat memprediksi data yang tidak digunakan dalam parameter model. *Blindfolding* digunakan untuk melakukan uji *Q Square* (Q2), yang menguji konstruk redundansi tervalidasi silang (1-SSE/SSO) untuk korelasi antara variabel dan indikator (Hair, 2017). Model relevansi prediktif dianggap memuaskan jika nilai Q2 lebih besar dari nol, seperti yang dinyatakan oleh *Hair et al.* (2014).

### **Path Coefficients (T statistik)**

Pengaruh faktor otonom dan subordinat dapat diketahui melalui koefisien jalan. Pengujian dilakukan dengan bootstrapping smartPLS3. Pengakuan spekulasi harus terlihat dengan melihat nilai T faktual dan tabel T dari setiap variabel. Sebuah spekulasi diakui apakah nilai T terukur lebih menonjol daripada T tabel. Kemudian, pada saat itu, nilai dari contoh pertama akan menunjukkan hubungan positif atau negatif dari sebuah spekulasi.

### **Indirect Effect**

Pengujian dampak menyimpang dilakukan untuk menguji dugaan pengaruh bundaran variabel bebas (otonom) terhadap variabel dependen yang dimediasi oleh variabel mediasi. Varians diperhitungkan (VAF) juga dapat digunakan untuk menguji efek mediasi. VAF adalah proporsi dari seberapa besar variabel perantara dapat mempertahankan dampak langsung yang sebelumnya sangat besar dari model yang tidak diintervensi. Rumus berikut digunakan untuk menentukan VAF:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh tidak langsung} + \text{pengaruh langsung}}$$

Untuk mediasi diatas, nilai VAF dihitung dengan cara (jalur a x jalur b)/ (jalur a x jalur b + jalur c). Ketentuan nilai VAF:

- a.  $VAF > 80\%$  = Variabel mediasi bersifat *full mediation*.
- b.  $20\% \leq VAF \leq 80\%$  = Variabel mediasi bersifat *partial mediation*.
- c.  $VAF < 20\%$  = Variabel mediasi bukan sebagai mediator

### **Discussion and conclusion**

#### *Variabel Intention to Use*

Liéban-Cabanillas dkk. (2020) menyatakan bahwa niat untuk menggunakan atau niat adalah rencana bagaimana seseorang akan bertindak dalam keadaan tertentu,

terlepas dari apakah mereka akan melakukannya. Sedangkan menurut Peter & Olson (2013), niat untuk menggunakan atau niat adalah strategi untuk terlibat dalam perilaku tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Saat memilih item, banyak elemen memengaruhi sasaran pembeli, dan variabel luar yang sebenarnya memengaruhi ekspektasi pelanggan.

Dari tanggapan 160 responden diperoleh gambaran data tentang niat menggunakan variabel (Y). Di Kota Payakumbuh, respon responden terhadap indikator niat menggunakan layanan Gopay bervariasi seperti terlihat pada Tabel 4.13. Ada 4 klarifikasi sehubungan dengan asumsi penggunaan variabel (Y), yaitu sebagai berikut:

**Tabel 6. 1**  
**Distribusi Frekuensi *Intention to Use* (Y)**

No	Item Pernyataan	Frekuensi					Total	Rata-rata
		SS	S	N	TS	STS		
1	Saya berniat menggunakan layanan Go-pay di masa mendatang	55 (34,38%)	90 (56,25%)	13 (8,13%)	2 (1,25%)	0 (0%)	160	4.23
2	Saya akan selalu mencoba menggunakan layanan Go-pay dalam kehidupan sehari-hari	67 (41,88%)	72 (45%)	19 (11,88%)	1 (0,63%)	1 (0,63%)	160	4.26
3	Saya berencana untuk sering menggunakan layanan Go-pay dalam kehidupan sehari-hari	52 (32,5%)	80 (50%)	25 (15,63%)	2 (1,25%)	1 (0,63%)	160	4.12
4	Saya memperkirakan bahwa akan tetap menggunakan layanan Go-pay	55 (34,38%)	84 (52,5%)	20 (12,5%)	0 (0%)	1 (0,63%)	160	4.20

**Sumber :** Hasil Pengolahan SPSS (2023)

Menilik Tabel 4.13 di atas pada poin 1 terlihat bahwa sebagian besar responden setuju dengan penjelasan yang saya maksudkan untuk melibatkan administrasi Go-pay nantinya. Hal ini ditunjukkan dengan fakta bahwa sebanyak 90 orang atau sekitar 56,25 persen responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut, serta didukung oleh fakta bahwa rata-rata nilai jawaban untuk pernyataan ini adalah 4,23. Berdasarkan temuan data yang terkumpul, responden sependapat dengan pernyataan, “Saya berniat untuk menggunakan layanan Go-pay di masa mendatang.”

Poin 2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan penjelasan bahwa saya akan terus berupaya melibatkan administrasi Go-pay dalam rutinitas rutin saya. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 72 orang atau sekitar 45%, dan dibangun dengan respon normal insentif untuk pernyataan ini sebesar 4,26. Dari konsekuensi informasi tersebut, terlihat bahwa responden setuju bahwa saya akan



terus berupaya untuk melibatkan administrasi Go-pay dalam rutinitas saya sehari-hari.

Poin 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan, “Saya berencana untuk sering menggunakan layanan Go-pay dalam keseharian saya” (i). Fakta bahwa sebanyak 80 responden atau sekitar 50 persen setuju dengan pernyataan ini dibuktikan dengan rata-rata nilai jawaban untuk pernyataan ini yaitu 4,12. Ini masuk akal karena responden setuju bahwa saya berencana untuk selalu menggunakan layanan Go-pay dalam kehidupan saya sehari-hari.

Mayoritas responden, seperti yang ditunjukkan pada poin 4, setuju dengan perkiraan saya bahwa mereka akan tetap menggunakan layanan Go-pay. Hal ini ditunjukkan dengan 52,5 persen responden yang setuju dengan pernyataan tersebut atau 84 orang, dan rata-rata nilai jawaban untuk pernyataan ini adalah 4,20. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan perkiraan saya bahwa mereka akan tetap menggunakan layanan Go-pay.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator 2 “Saya akan selalu berusaha menggunakan layanan Go-Pay dalam keseharian saya” merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel niat menggunakan. Mayoritas responden setuju dengan pernyataan tersebut karena layanan Go-Pay mudah digunakan dan memiliki fitur-fitur sederhana yang mendorong pelanggan untuk menggunakannya kembali dalam kehidupan sehari-hari.

### Pengujian Instrumen Penelitian

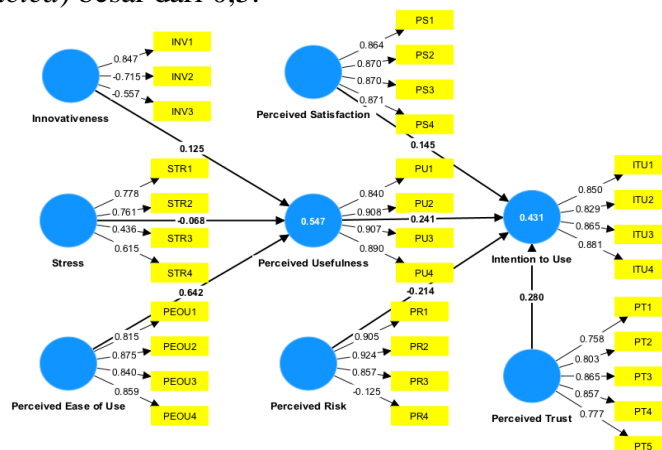
Pada awal penelitian, data dimasukkan ke dalam Microsoft Excel dan disimpan sebagai file CSV (Comma Delimited). Data yang dipindahkan ke format file CSV tidak dapat diisi, setelah itu dicoba dengan SEM menggunakan program SmartPLS.

### Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan dua cara pengukuran yaitu sebagai berikut:

### Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Uji Validitas Konvergen dilihat nilai *Outer Loading* besar dari 0,7 (Hair *et.al.*, 2017). Atau boleh besar dari 0,5 dengan syarat nilai AVE (*Average Variance Extracted*) besar dari 0,5.



Gambar 6. 1 Model Pengukuran Awal

Sumber : Sumber data primer yang diolah SmartPLS 3 (2023)

Pada Gambar 6.1 terdapat 5 marka yang dilafalkan tidak memenuhi keabsahan yang bersatu, yaitu variabel kreativitas khususnya pointer Inv2 dan Inv3, variabel tekanan yaitu marka Str3 dan Str4, variabel judi semu yaitu Pr4 penunjuk karena memiliki nilai susun eksternal di bawah 0,7.

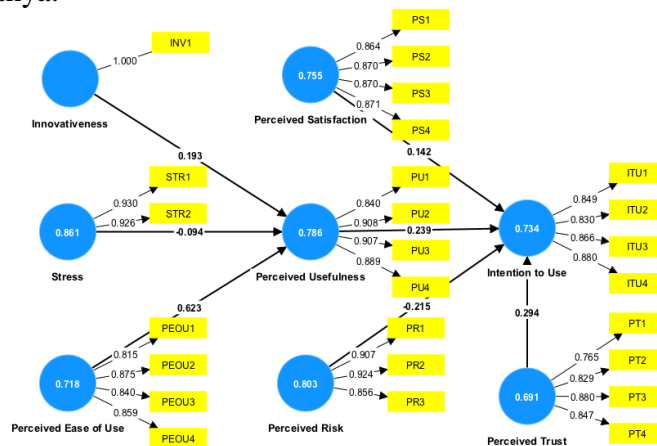
**Tabel 6. 2**  
**Hasil Uji Model Pengukuran AVE Awal**

Variabel	Average variance extracted (AVE)
<i>Innovativeness</i>	0,513
<i>Intention to use</i>	0,734
<i>Perceived ease of use</i>	0,718
<i>Perceived risk</i>	0,606
<i>Perceived satisfaction</i>	0,755
<i>Perceived trust</i>	0,661
<i>Perceived usefulness</i>	0,786
<i>Stress</i>	0,438

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 6.2, nilai AVE di atas 0,5 menunjukkan bahwa variabel innovationness, intention to use, perceived ease of use, perceived risk, perceived satisfaction, perceived trust, dan perceived usefulness telah memenuhi syarat validitas konvergen dalam konstruksi suatu penelitian. model. Namun, variabel tekanan tidak memenuhi persyaratan legitimasi bersamaan dalam membangun model eksplorasi, karena nilai AVE di bawah 0,5. Tabel Pemuatan Luar Awal adalah sebagai berikut:

Dilihat dari Tabel 6.2 cenderung terlihat bahwa external stacking value dari variabel kreativitas, yaitu marker Inv2 dan Inv3, pada variabel tekanan, khususnya pointer Str3 dan Str4, pada variabel judi semu, pada khususnya pointer Pr4 dibawah 0.7, marker ini harus dihilangkan karena tidak memenuhi model. Pengujian ulang terhadap indikator yang tidak memenuhi kriteria merupakan langkah selanjutnya.



**Gambar 6. 3**  
**Model Pengukuran Akhir**

Sumber : Sumber data primer yang diolah SmartPLS 3 (2023)

**Tabel 6.3**  
**Hasil Uji Model Pengukuran AVE Akhir**

Variabel	Average variance extracted (AVE)
<i>Innovativeness</i>	0,631
<i>Intention to use</i>	0,734
<i>Perceived ease of use</i>	0,718
<i>Perceived risk</i>	0,803
<i>Perceived satisfaction</i>	0,755
<i>Perceived trust</i>	0,691
<i>Perceived usefulness</i>	0,786
<i>Stress</i>	0,861

Sumber : Data Primer Diolah (2023)

Menurut Tabel 6.3, variabel keinovatifan, niat untuk menggunakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, risiko yang dirasakan, kepuasan yang dirasakan, kepercayaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, dan stres telah memenuhi persyaratan validitas konvergen dalam pembangunan model penelitian karena AVE mereka. nilai yang lebih besar dari 0,5. Tabel Pemuatan Luar terakhir ditunjukkan di bawah ini.:

**Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)**

Ada tiga metode untuk memperkirakan legitimasi diskriminan, untuk lebih spesifik: pemuatan silang, Aturan Fornell-Larker, dan nilai Heterotrait-Monotrait (HTMT). Indikator cross loading pada variabel laten harus memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan indikator loading pada variabel lainnya. Standar Fornell-Larker, basis persegi AVE harus lebih tinggi daripada nilai AVE dari faktor lain. Penghargaan Heterotrait-Monotrait (HTMT) harus <0,85 Hair et al., (2017). Nilai beban silang dapat dilihat di bawah pada Tabel 6.4.:

**Tabel 6.4**  
**Hasil Uji Cross Loading**

	<i>Innovativeness</i>	<i>Intention to Use</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived Risk</i>	<i>Perceived Satisfaction</i>	<i>Perceived Trust</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Stress</i>
INV1	1,000	0,443	0,509	-0,119	0,404	0,456	0,513	-0,026
ITU1	0,327	0,849	0,522	-0,248	0,517	0,511	0,510	-0,199
ITU2	0,394	0,830	0,317	-0,339	0,340	0,417	0,383	-0,256
ITU3	0,402	0,866	0,368	-0,345	0,408	0,420	0,462	-0,280
ITU4	0,401	0,880	0,538	-0,223	0,510	0,538	0,476	-0,232
PEOU1	0,391	0,388	0,815	-0,171	0,603	0,397	0,533	-0,070
PEOU2	0,460	0,499	0,875	-0,194	0,672	0,564	0,618	-0,127
PEOU3	0,419	0,384	0,840	-0,090	0,602	0,477	0,576	0,039
PEOU4	0,449	0,466	0,859	-0,065	0,635	0,468	0,716	-0,082
PR1	-0,062	-0,309	-0,092	0,907	-0,096	-0,166	-0,099	0,172
PR2	-0,114	-0,319	-0,163	0,924	-0,146	-0,228	-0,127	0,354
PR3	-0,150	-0,263	-0,148	0,856	-0,143	-0,217	-0,134	0,169
PS1	0,370	0,457	0,636	-0,080	0,864	0,435	0,649	-0,138

PS2	0,375	0,423	0,664	-0,096	0,870	0,468	0,652	-0,168
PS3	0,337	0,474	0,605	-0,163	0,870	0,546	0,675	-0,074
PS4	0,325	0,462	0,676	-0,153	0,871	0,522	0,701	-0,059
PT1	0,343	0,400	0,493	-0,295	0,466	0,765	0,467	-0,025
PT2	0,346	0,525	0,447	-0,099	0,437	0,829	0,420	-0,233
PT3	0,418	0,452	0,494	-0,146	0,477	0,880	0,423	-0,281
PT4	0,413	0,448	0,450	-0,241	0,515	0,847	0,520	-0,242
PU1	0,424	0,459	0,554	-0,093	0,555	0,469	0,840	-0,100
PU2	0,501	0,450	0,609	-0,102	0,639	0,414	0,908	-0,050
PU3	0,469	0,519	0,709	-0,104	0,750	0,534	0,907	-0,183
PU4	0,425	0,473	0,696	-0,169	0,767	0,516	0,889	-0,169
STR1	0,064	-0,244	-0,029	0,235	-0,123	-0,236	-0,136	0,930
STR2	-0,115	-0,276	-0,108	0,253	-0,107	-0,213	-0,133	0,926

**Sumber :** Hasil Pengolahan SmartPLS (2023)

Dalam pandangan Tabel 6.4 dapat dilihat dengan sangat baik bahwa hubungan penunjuk ke faktor lebih penting daripada hubungan penanda ke faktor yang berbeda. Akibatnya orang mungkin mengatakan bahwa uji legitimasi diskriminan untuk Cross Stacking adalah substansial. Kriteria Fornell-Larker akan diperiksa pada tahap selanjutnya. Nilai Kriteria Fornell-Larker ditunjukkan pada

**Uji Reliabilitas**

Uji Kualitas Tak Tergoyahkan Uji Ketergantungan bertujuan untuk melihat nilai Keandalan Komposit dari blok penanda yang dikerjakannya. Jika nilai Composite Reability lebih besar dari 0,7 maka hasilnya akan memuaskan. Menurut Sekaran (2017), Reabilitas Komposit pada keluaran ini dievaluasi sebagai Reabilitas Komposit untuk semua konstruk di atas 0,7, yang menunjukkan bahwa konstruk model memenuhi kriteria (realistis).

**Tabel 6.5**  
**Hasil Uji Composite Reliability**

	<i>Composite Reliability</i>
<i>Intention to Use</i>	0,917
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,911
<i>Perceived Risk</i>	0,924
<i>Perceived Satisfaction</i>	0,925
<i>Perceived Trust</i>	0,899
<i>Perceived Usefulness</i>	0,936
<i>Stress</i>	0,925
<i>Nnovativess</i>	0,825

**Sumber :** Hasil Pengolahan SmartPLS (2023)

Kemampuan variabel untuk mengukur konstraknya atau tingkat reliabilitas yang tinggi ditunjukkan pada Tabel 4.22. Suatu variabel dikatakan memiliki dependabilitas yang memadai apabila variabel tersebut memiliki nilai cronbach alpha > 0,7. Tabel 4.17 menyajikan insentif alpha Cronbach untuk setiap variabel. Mengingat nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,7 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dipercaya.

**Tabel 6.6**  
**Hasil Uji Cronbach's Alpha**

	<i>Cronbach's alpha</i>
<i>Intention to Use</i>	0,879
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,869
<i>Perceived Risk</i>	0,877
<i>Perceived Satisfaction</i>	0,892
<i>Perceived Trust</i>	0,851
<i>Perceived Usefulness</i>	0,909
<i>Stress</i>	0,839
<i>Innovativeness</i>	0,729

**Sumber :** Hasil Pengolahan SmartPLS (2023)

Dari Tabel 6.6 terlihat bahwa semua variabel pada penelitian rehabilitas. Hal ini terbukti dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,7.

### **Pengujian Model Struktural dan Hipotesis**

#### **R Square (R<sup>2</sup>)**

Langkah awal adalah melakukan pengujian dengan menggunakan R Square (R<sup>2</sup>) yang artinya melihat pengaruh antar faktor. Uji R Square (R<sup>2</sup>) ditampilkan pada Tabel 6.7 di bawah ini:

**Tabel 6.7**  
**Nilai R Square (R<sup>2</sup>)**

	<i>R-square</i>
<i>Intention to Use</i>	0,437
<i>Perceived Usefulness</i>	0,567

**Sumber :** Hasil Pengolahan SmartPLS (2023)

Variabel niat menggunakan memiliki nilai R Square sebesar 0,437 seperti terlihat pada Tabel 6.7. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keinovatifan, stres, kemudahan penggunaan yang dirasakan, kepuasan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, risiko yang dirasakan, dan kepercayaan yang dirasakan dapat menjelaskan 43,7% dari variabel niat untuk menggunakan, sedangkan variabel sisanya tidak dapat dijelaskan oleh penelitian ini. Variabel *perceived usefulness* memiliki nilai R Square sebesar 0,567. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *saw convenience* dapat dimaklumi oleh faktor kreativitas, stress dan *saw usability* sebesar 56,7% dan sisanya oleh faktor-faktor lain yang tidak ada dalam ulasan ini..

#### **F Square (F<sup>2</sup>)**

Pengujian F Square (F<sup>2</sup>) merupakan pengujian kedua dari model struktural. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel lain tidak berpengaruh terhadap variabel laten eksogen. Ketika konstruk eksogen dihilangkan dari model, F Square (F<sup>2</sup>) juga akan mengevaluasi perubahan R Square. Hal ini menunjukkan bahwa menghilangkan konstruk eksogen akan berpengaruh pada pembuatan variabel endogen. Untuk efek lemah, ukuran F Square (F<sup>2</sup>) adalah 0,02, untuk efek sedang, 0,15, dan untuk efek kuat, 0,35. Mengenai hasil F Square (F<sup>2</sup>), lihat Tabel 6.8 di bawah ini.

**Tabel 6. 8**  
**Nilai F Square (F<sup>2</sup>)**

	<i>Innovativeness</i>	<i>Intention to Use</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived Risk</i>	<i>Perceived Satisfaction</i>	<i>Perceived Trust</i>	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Stress</i>
<i>Innovativeness</i>							0,064	
<i>Intention to Use</i>								
<i>Perceived Ease of Use</i>							0,661	
<i>Perceived Risk</i>		0,078						
<i>Perceived Satisfaction</i>		0,013						
<i>Perceived Trust</i>		0,096						
<i>Perceived Usefulness</i>		0,039						
<i>Stress</i>							0,020	

**Sumber :** Hasil Pengolahan SmartPLS (2023)

Berdasarkan Tabel 6.8 di atas, dapat dilihat dengan sangat baik bahwa nilai kreativitas F Square (F<sup>2</sup>) menunjukkan nilai 0,064, menyiratkan bahwa itu membuat sedikit perbedaan dan secara praktis mendekati area kekuatan utama untuk bantuan yang terlihat jelas. variabel. Variabel kegunaan semu berdampak pada variabel nilai semu yang setara dengan 0,6661. Faktor-faktor yang jelas berjudi, melihat kepuasan, melihat kepercayaan dan melihat nilai mempengaruhi tujuan untuk menggunakan variabel yang setara dengan 0,078, 0,013, 0,096 dan 0,039. Variabel tekanan juga sedikit mempengaruhi variabel kenyamanan semu, yang setara dengan 0,020.

**Q Square (Q<sup>2</sup>)**

Tes dengan mata tertutup digunakan untuk melakukan tes Q Square (Q<sup>2</sup>) dengan memeriksa nilai dalam output Construct Crossvalidated Redundancy. Model relevansi prediktif yang baik ditunjukkan dengan nilai Q<sup>2</sup> lebih besar dari 0 (=1- SSE/SSO). Mengenai nilai Q Square (Q<sup>2</sup>), berikut Tabel 6.9

**Tabel 6. 9**  
**Nilai Construct Crossvalidated Redundancy (Total)**

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (= 1-SSE/SSO)
<i>Innovativeness</i>	160,000	0,000	1,000
<i>Intention to Use</i>	640,000	292,784	0,543
<i>Perceived Ease of Use</i>	640,000	308,461	0,518
<i>Perceived Risk</i>	480,000	204,298	0,574
<i>Perceived Satisfaction</i>	640,000	269,267	0,579
<i>Perceived Trust</i>	640,000	334,758	0,477
<i>Perceived Usefulness</i>	640,000	239,783	0,625
<i>Stress</i>	320,000	170,959	0,466

**Sumber :** Hasil Pengolahan SmartPLS (2023)

Seperti dapat dilihat di atas pada Tabel 4.26, setiap nilai Q<sup>2</sup> (=1-SSE/SSO) lebih besar dari nol. Variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki predictive relevance yang baik. Kemudian, pada saat itu, nilai Crossvalidated Collection Marker akan terlihat pada Tabel 6.10 di bawahnya.

**Tabel 6. 10**  
**Nilai Indikator *Crossvalidated Communality***

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (= 1-SSE/SSO)
INV1	160,000	0,000	1,000
ITU1	160,000	79,460	0,503
ITU2	160,000	78,445	0,510
ITU3	160,000	68,666	0,571
ITU4	160,000	66,213	0,586
PEOU1	160,000	83,566	0,478
PEOU2	160,000	67,915	0,576
PEOU3	160,000	76,735	0,520
PEOU4	160,000	80,245	0,498
PR1	160,000	66,362	0,585
PR2	160,000	59,123	0,630
PR3	160,000	78,813	0,507
PS1	160,000	69,406	0,566
PS2	160,000	64,301	0,598
PS3	160,000	68,279	0,573
PS4	160,000	67,281	0,579
PT1	160,000	100,707	0,371
PT2	160,000	91,520	0,428
PT3	160,000	65,442	0,591
PT4	160,000	77,089	0,518
PU1	160,000	74,338	0,535
PU2	160,000	49,828	0,689
PU3	160,000	55,317	0,654
PU4	160,000	60,301	0,623
STR1	160,000	84,771	0,470
STR2	160,000	86,188	0,461

**Sumber :** Hasil Pengolahan SmartPLS (2023)

Pada Tabel 6. 10 di atas terlihat bahwa nilai *Q Square* (Q<sup>2</sup>) besar dari nol (0) sehingga memenuhi kriteria *Q Square* (Q<sup>2</sup>). Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa indikator dalam penelitian ini memiliki prediksi yang relevan.

**Uji Hipotesis**

Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *T statistics* > *T Table*. Pada penelitian ini tingkat kepercayaan yang digunakan adalah sebesar 95% dan tingkat kesalahan ada 5% dengan nilai *T Table* sebesar 1.654.

**Tabel 6. 11**  
**Hasil Uji Model Struktural**

		Sampel asli (O)	T statistik ( O/STDEV )	T tabel
H <sub>1</sub>	<i>Innovativeness -&gt; Perceived Usefulness</i>	0,193	2,496	1,654
H <sub>2</sub>	<i>Stress -&gt; Perceived Usefulness</i>	-0,094	1,582	1,654

H <sub>3</sub>	<i>Perceived Ease of Use -&gt; Perceived Usefulness</i>	0,623	10,551	1,654
H <sub>4</sub>	<i>Perceived Satisfaction -&gt; Intention to Use</i>	0,142	1,265	1,654
H <sub>5</sub>	<i>Perceived Usefulness -&gt; Intention to Use</i>	0,239	2,080	1,654
H <sub>6</sub>	<i>Perceived Risk -&gt; Intention to Use</i>	-0,215	2,662	1,654
H <sub>7</sub>	<i>Perceived Trust -&gt; Intention to Use</i>	0,294	3,417	1,654

**Sumber :** Hasil Pengolahan SmartPLS (2023)

Dilihat dari Tabel 6.11 cenderung terlihat bahwa variabel imajinatif secara jelas mempengaruhi kebermanfaatan yang tampak. Ini juga terjadi dengan hipotesis bahwa kegunaan yang dirasakan berkorelasi positif dengan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Selain itu, niat untuk menggunakan dipengaruhi secara positif oleh variabel persepsi kepuasan, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan yang dirasakan. Variabel tekanan berdampak buruk terhadap manfaat yang tampak dan lebih jauh lagi variabel pertaruhan yang tampak berdampak negatif terhadap tujuan untuk digunakan. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai contoh pertama (O) atau contoh pertama.

**Tabel 6. 12**  
**Hasil Uji Model Mediasi**

	Sampel asli (O)	T statistik ( O/STDEV )
<i>Innovativeness -&gt; Perceived Usefulness -&gt; Intention to Use</i>	0,046	1,412
<i>Stress -&gt; Perceived Usefulness -&gt; Intention to Use</i>	-0,022	1,187
<i>Perceived ease of use -&gt; Perceived Usefulness -&gt; Intention to Use</i>	0,149	2,025

**Sumber :** Hasil Pengolahan SmartPLS (2023)

Dilihat dari Tabel 6.12 dapat dilihat bahwa variabel melihat kecekatan yang mengintervensi kreativitas dalam tujuan memanfaatkan ditiadakan. Ini karena nilai T statistik—1,412—lebih besar dari nilai T tabel—1,654. Hasilnya dapat disimpulkan bahwa layanan Gopay pada aplikasi Gojek di Kota Payakumbuh tidak diuntungkan dari perceived usefulness yang memediasi keinovatifan pada niat untuk menggunakan.

Selain itu, variabel perceived usefulness yang mengandalkan niat menggunakan sebagai mediator ditolak. Hal ini dikarenakan nilai T hitung (1,187) < T tabel (1,654). Hasilnya, dapat dikatakan bahwa stres yang berperan sebagai mediator antara niat untuk menggunakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan tidak berpengaruh positif terhadap layanan Gopay pada aplikasi Gojek di Kota Payakumbuh.

Hubungan antara niat penggunaan yang dapat diterima dan kemudahan penggunaan yang dirasakan dimediasi oleh variabel kegunaan yang dirasakan. Hal ini dikarenakan nilai T statistik sebesar 2,025 lebih besar dari nilai T tabel sebesar 1,544. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa layanan Gopay pada aplikasi Gojek di Kota Payakumbuh diuntungkan dari perceived usefulness yang berperan sebagai mediator antara niat menggunakan dan persepsi kemudahan penggunaan.

## **Pembahasan**



### **Pengaruh *Innovativeness* Terhadap *Perceived Usefulness***

#### **Hipotesis**

Berdasarkan analisis data, menyatakan bahwa keinovatifan dapat diterima dalam hubungannya dengan kegunaan yang dirasakan. Hal ini dikarenakan nilai T hitung (2,496) > T tabel (1,654). Alhasil, layanan Go-Pay di aplikasi Go-Jek di Kota Payakumbuh bisa dibilang lebih bermanfaat jika inovatif.

Hal ini menunjukkan bahwa inovasi mempengaruhi niat perilaku pengguna untuk mengadopsi teknologi baru dan kegunaan yang dirasakan. Penemuan menunjukkan bahwa pengembangan dan melihat kegunaan terkait erat dan merupakan penentu kuat dari tujuan berkelanjutan klien untuk menggunakan layanan cicilan portabel. Pekerjaan pengembangan pengakuan cicilan serbaguna di antara pembeli dan hasilnya menunjukkan bidang kekuatan untuk kemudahan penggunaan inovasi baru.

Penelitian Liébana-Cabanillas et al. sebelumnya didukung oleh temuan ini (2020), yang menyatakan bahwa inovasi dan kegunaan yang dirasakan berkorelasi positif..

#### **Pengaruh *Stress* Terhadap *Perceived Usefulness***

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa stress pada perceived usefulness ditolak. Hal ini dikarenakan nilai T statistik (1,582) < T tabel (1,654). Oleh karena itu secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa stress tidak berpengaruh terhadap perceived usefulness layanan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek di Kota Payakumbuh.

Ini membuktikan bahwa individu mungkin memiliki sifat negatif dan mungkin merasa cemas, stres, dan gugup saat menggunakan teknologi baru. Mereka mungkin menolak mengadopsi hal-hal baru dan lebih memilih cara pembayaran tradisional. Perasaan individu menggunakan teknologi baru menyebabkan konsumen menjadi stress dan gelisah sehingga sangat resisten terhadap perubahan dan mempengaruhi penerimaan layanan pembayaran seperti layanan Gopay. Konsumen ini merasa stres dan menganggap teknologi canggih terlalu berisiko untuk melakukan pembayaran dan layanan lainnya. Stres dapat berdampak kuat pada persepsi pengguna dan memengaruhi kegunaan sistem pembayaran baru. Petrogiannis (2010) mengkonfirmasi hubungan terbalik yang kuat antara stres dan kegunaan yang dirasakan dari suatu teknologi dan menurunkan stres yang dirasakan akan memiliki kesiapan/manfaat yang dirasakan relatif lebih tinggi untuk penggunaan teknologi.

Faktor pendukung dan penghambat terkait stres dan temuan studi mereka menyimpulkan bahwa manfaat yang dirasakan dan keterlibatan konsumen menurun dengan tingkat stres teknologi yang lebih tinggi dan menyarankan pengurangannya untuk meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan teknologi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas et al., (2020) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif dan tidak signifikan antara stres dengan persepsi kegunaan.

#### **Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Perceived Usefulness***

Hipotesis 3, yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan hingga kegunaan yang dirasakan dapat diterima, didasarkan pada analisis data. Hal ini dikarenakan nilai T statistik (10,551) lebih besar dari nilai T

tabel. Secara keseluruhan, layanan Go-Pay pada aplikasi Go-Jek di Kota Payakumbuh dapat dilihat dari persepsi kemudahan penggunaannya.

Hal ini menunjukkan bahwa pengguna memiliki kecenderungan untuk menggunakan teknologi. Jika orang merasa nyaman dan berguna, konsumen akan lebih mudah mengadopsi teknologi, seperti aplikasi pembayaran seluler, yang memiliki hubungan positif antara persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Venkatesh et al., (2012) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki efek positif pada kegunaan, membuat konsumen percaya bahwa teknologi yang mudah digunakan sangat berguna, dan mendorong adopsi teknologi seperti pembayaran seluler dan layanan pembayaran seluler. Ponsel seharusnya lebih berharga daripada rakus dalam memperkirakan tujuan memanfaatkan gadget tersebut. Pelanggan mengantisipasi layanan pembayaran seluler agar kompatibel dan mudah beradaptasi. Ini menunjukkan bagaimana kedua konsep memengaruhi niat perilaku pengguna. Selain itu, temuan kami konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Liébana-Cabanillas et al. () dan menyarankan bahwa layanan pembayaran seluler yang mudah digunakan secara positif memengaruhi persepsi konsumen tentang manfaatnya. 2020), yang menemukan bahwa ada korelasi positif antara kemudahan penggunaan dan kegunaannya.

#### **Pengaruh *Perceived Satisfaction Terhadap Intention to Use***

Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa niat untuk menggunakan didasarkan pada persepsi kepuasan ditolak berdasarkan analisis data. Hal ini dikarenakan nilai T hitung (1,265) < T tabel (1,654). Oleh karena itu pada umumnya dapat dikatakan bahwa pemenuhan yang jelas mempengaruhi tujuan untuk melibatkan administrasi Go-Pay dalam aplikasi Jek cepat di Kota Payakumbuh.

Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan untuk menggunakan layanan Gopay tidak dapat didasarkan pada tingkat kepuasan yang dirasakan seseorang. Jika kinerja sistem pembayaran seluler tidak memenuhi harapan penggunanya, pengalaman mereka dengan sistem pembayaran akan berkurang. Pengguna layanan Gopay yang sangat puas tidak berniat untuk menggunakannya.

Hasil ini sesuai eksplorasi sebelumnya yang dipimpin oleh Chen, X., Su, L., dan Craftsman, D. (2020) yang menyatakan bahwa ada hubungan positif dan tidak relevan antara pemenuhan gaji dan tujuan untuk dimanfaatkan.

#### **Pengaruh *Perceived Usefulness Terhadap Intention to Use***

Mengingat pemeriksaan informasi yang telah selesai, Spekulasi 5 yang menyatakan bahwa nilai yang tampak dari tujuan penggunaan sudah memadai. Hal ini dikarenakan nilai T hitung (2,080) > T tabel (1,654). Dengan demikian secara umum dapat dikatakan bahwa kemudahan yang terlihat jelas mempengaruhi harapan untuk melibatkan administrasi Go-Pay dalam aplikasi Jek cepat di Kota Payakumbuh. Hal ini menunjukkan bahwa konsep kegunaan yang dirasakan sering dipahami untuk merujuk pada keuntungan relatif yang dirasakan dalam konteks lingkungan online. Kegunaan yang dirasakan akan menunjukkan bahwa penerapan teknologi tertentu dapat membantu seseorang dalam mencapai hasil tertentu. Belanja online, menurut konsumen, akan memberi mereka akses ke informasi yang bermanfaat, memudahkan membandingkan harga, dan melakukan pembelian lebih cepat. Dalam berbagai pengujian terkait dengan sistem cicilan portabel, terbukti bahwa semakin tinggi tingkat kenyamanan yang dirasakan klien

saat memilih untuk menggunakan sistem cicilan, semakin menonjol tujuan untuk menggunakannya.

Penelitian Liébana-Cabanillas et al. sebelumnya didukung oleh temuan ini (2020), yang menyatakan bahwa ada korelasi positif antara niat untuk menggunakan dan kegunaan yang dirasakan.

## REFERENCES

- Abrahao, R. D. S., Moriguchi, S. naomi, dan Andrade, D. F. 2016. "Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology ( UTAUT )." *RAI Revista de Administração E Inovação* 13(3): 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>.
- Aprillya Kartika. 2018. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*
- 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.
- Budiwati, H. 2012. Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung di Kabupaten Lumajang. *Jurnal WIGA* 2(2): 29–44.
- Candraditya, I. H. 2013. "Analisis penggunaan uang elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)." *Diponegoro Journal of Management* 2(3): 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , And User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13(3): 319-340
- Dewi Kusuma Wardani, Anita Primastiwi, Hermalia. 2020. Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan pada Minat Membayar PBB Menggunakan Go-Pay dengan Sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening. *EXERO Journal of Research in Business and Economics* Vol 3, No 1, Mei 2020, Hal. 128-146
- Diptha, K. A. S. 2017. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Karyawan Dalam Menggunakan Uang Elektronik Kartu Flazz BCA di Lingkungan Anantara Seminyak Resort - Bali." *Ejournal Jurusan Pendidikan Ekonomi* 9(2)
- Fachmi, M. I., dan Astuti, S. R. T. 2016. "Analisis Kemenarikan Desain Website , Reputasi Vendor , Dan Persepsi Keputusan Pembelian Belanja Online Sebagai Variabel Intervening." *Diponegoro Journal of Management* 5(3): 1–17.
- Featherman, M. S., dan Pavlou, P. A. 2003. "Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective." *International Journal of Human Computer Studies* 59(4): 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3).

- Gia-Shie Liu, Pham Tan Tai. 2016. A Study of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam. *Journal Economics World*, Nov.-Dec. 2016, Vol. 4, No. 6, 249-273.
- Hadi, F. 2017. "Penerapan Financial Technology (FinTech) sebagai Inovasi Pengembangan Keuangan Digital di Indonesia." Diakses 26 November
- Hadi, S. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi & Keuangan (Pertama)*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hadi, S. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi & Keuangan (Kedua)*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hadi, S. 2017. "Aplikasi dan Interpretasi Regresi OLS (Beginikah Aplikasi dan Interpretasi Regresi OLS?)
- Islam, M. A., Ahmad, T. S., Khan, M. A., dan Ali, M. H. 2010. "Adoption Of M-Commerce Services : The Case Of Bangladesh." *World Journal of Management* 2(1): 37–54.
- Jumanto. 2017. "3 Keuntungan Go Pay Bagi Driver Go-Jek (Go Ride maupun Go Car
- Karnouskos, S., dan Fraunhofer, F. 2004. "Mobile Payment: A journey Through Existing Procedures And Standardization Initiatives." *Articles Original Peer-Reviewed Survey* 6(4): 44–66.
- Kim, C., Mirusmonov, M., dan Lee, I. 2010. An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior* 26(3): 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>.
- Köster, A., Matt, C., dan Hess, T. 2015. "Carefully choose your (payment) partner: How payment provider reputation influences m-commerce transactions." *Electronic Commerce Research and Applications*, hal 26–37. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.11.002>.
- Legris, P., Ingham, J., dan Collette, P. 2003. "Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model." *Journal of Information & Management* 40: 191–204.
- Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*, 44(9). <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2020.102009>
- Lin, L., dan Chen, C. 2006. "The influence of the country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions: an empirical study of insurance and catering services in Taiwan." *Journal of Consumer marketing*
- Liu, G. S., dan Thai, P. T. 2015. "A Study of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam." *Economics World* 4(6): 10–12. <https://doi.org/10.17265/2328-7144/2016.06.001>.
- Prasandi. 2017. Beragam Kemudahan dan Keuntungan dengan Go-Pay." *Tribunnews.com* <http://medan.tribunnews.com/2017/01/30/beragam-kemudahan-dan-keuntungan-dengan-go-pay>.
- Lu, H., Hsu, C., dan Hsu, H. 2005. "An empirical study of the effect of perceived risk upon intention to use online applications." *Information Management*
- Melindasari, D., dan Nasir, M. 2012. Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk

- XCLOUD (case Study Produk XCLOUD pada PT. XL AXIATA Tbk).  
*Working Paper*.
- Moeeni, M., & Fard, M. G. (2014). Review and Analysis of Factors Affecting Online Repurchase Intention. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 4, 1312–1321.
- Ricardo de Sena Abrahão, Stella Naomi Moriguchi, Darly Fernando Andrade. 2016. Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Journal: R.S. Abrahão et al. / *RAI Revista de Administração e Inovação* 13 (2016) 221–230.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Sukma, D. 2016. “Fintech Fest, Mempopulerkan Teknologi Finansial Di Indonesia.