

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh-pengaruh dari persepsi keamanan dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gopay di Yogyakarta. Terdapat beberapa kasus pembobolan sistem *e-wallet* yang terjadi yang menyebabkan kerugian hingga jutaan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran *Google Form* melalui media sosial yaitu Whatsapp dan Instagram dan mendapatkan 50 responden. Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gopay di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa responden benar-benar memperhatikan tingkat keamanan sistem aplikasi Gopay, sehingga aplikasi Gopay telah berhasil menyusun sistem keamanan yang dapat dipercaya terlepas dari berita-berita mengenai peretasan sistem *e-wallet* yang telah terjadi.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gopay di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu sistem dipahami dan digunakan maka semakin tinggi keputusan penggunaan terhadap aplikasi tersebut.

Penelitian ini mengolah data terkini (data diambil pada tahun 2023). Dari uji koefisien determinasi yang dilakukan menghasilkan *adjusted R²* sebesar 0,692 yang berarti 69,2% variabel keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel persepsi keamanan (X1) dan persepsi kemudahan (X2) walaupun masih terbatas. Sedangkan 30,08% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Implikasi dari hasil penelitian ini dengan permasalahan yang dipaparkan dalam latar belakang mengenai kasus pembobolan Gopay adalah peneliti berpendapat bahwa keamanan merupakan hal yang harus dijamin oleh pemerintahan maupun perusahaan pengelola *e-wallet*, terlebih yang berfokus pada keuangan seperti Gopay. Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan aplikasi Gopay juga sangat penting karena tujuan dari *e-wallet* adalah memudahkan para pengguna untuk mengakses keuangan pengguna.

Dengan adanya beberapa kasus mengenai pembobolan sistem tentu akan mempengaruhi tingkat keputusan pengguna. Walaupun hasil penelitian membuktikan bahwa variabel persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan, PT Dompot Anak Bangsa tentunya harus tetap konsisten dalam memperbaharui, memperkuat, dan meningkatkan kualitas aplikasi Gopay.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan dalam hal penyebaran kuesioner karena peneliti hanya menyebarkan kuesioner dalam jangka pendek yaitu 25 hari mulai dari tanggal 1 April 2023

hingga 25 April 2023. Selain itu peneliti hanya menyebarkan kuesioner melalui 2 media sosial saja yaitu Instagram dan Whatsapp dan peneliti hanya berhasil mendapatkan 50 responden.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah peneliti paparkan, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan ataupun referensi supaya kedepannya peneliti lain dapat menggunakan variabel dan metode yang sama tetapi menggunakan populasi dan sampel yang berbeda. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperpanjang masa pengumpulan data dan menambah media penyebaran kuesioner tidak hanya di 2 media sosial saja supaya mendapatkan responden lebih banyak.
2. Bagi PT Dompot Anak Bangsa yang merupakan penyedia/pembuat aplikasi Gopay, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan saran untuk meningkatkan kualitas keamanan dan kemudahan penggunaan aplikasi Gopay.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Iliyini, a. W. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OVO PT VISIONET DATA INTERNASIONAL (STUDI PADA PENGGUNA OVO DI KOTA SURAKARTA). *urnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 1, pp. 85-92, Dec. 2019. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26225>.
- Afghani, M. F. (2017). ngaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6 (1).
- Afriza, S. (2020). ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, DAN INOVASI TEKNOLOGI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GO-PAY DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Ahmad, & Pambudi, S. B. (2014). Pengaruh Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, Vol.8, No 1.
- Ahmad, & P. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, . *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1689–1699.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipt.
- Bahwono, R. (2021, 2 8). *Saldo OVO Saya Dibobol Menggunakan Aplikasi Grab dengan Modus Pembelian Pulsa*. Diambil kembali dari media konsumen: <https://mediakonsumen.com/2021/02/08/surat-pembaca/saldo-ovo-saya-dibobol-menggunakan-aplikasi-grab-dengan-modus-pembelian-pulsa>
- Bayu, P. A. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Clinton, B. (2022, 7 7). *Daftar E-wallet Terpopuler di Indonesia, GoPay Teratas*. Diambil kembali dari www.compas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/07/07/10150027/daftar-e-wallet-terpopuler-di-indonesia-gopay-teratas>
- Elsa, S. &. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo. *Journal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Genadi, D. I. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat (Studi Kasus di Provonsi DKI Jakarta).

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory : Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Manajemen*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hartono, J. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta, Indonesia: BPFPE.
- Indrianawati, E. &. (t.thn.). . Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. 214 - 226.
- Jensen, M. C. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior Agency, Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 305-360.
- Jogiyanto, H. (2009). *Sistem Informasi Sosial*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. d. (2012). *Marketing Management. 14th edition*. Prentice Hall New Jersey.
- Kusuma, H. W. (2020, 11 23). *Saldo OVO Dibobol 1,5 Juta Rupiah dengan HP Lain, Tanpa Ada OTP ke Nomor Saya*. Diambil kembali dari mediakonsumen: <https://mediakonsumen.com/2020/11/23/surat-pembaca/saldo-ovo-dibobol-15-juta-rupiah-dengan-hp-lain-tanpa-ada-otp-ke-nomor-saya>
- Muhammad, F., & Ramaditya, M. (2020). PENGARUH KEAMANAN, PROMOSI DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN GOPAY PADA KARYAWAN PT. BAKRIE PANGRIPTA LOKA CAKUNG JAKARTA TIMUR.
- Nugroho, A. C. (2022, Oktober 13). *Bank Mandiri (BMRI) Menangi BIFA 2022 Kategori The Most Efficient Bank KBMI 4*. Diambil kembali dari www.finansial.bisnis.com: <https://finansial.bisnis.com/read/20221013/90/1587126/bank-mandiri-bmri-menangi-bifa-2022-kategori-the-most-efficient-bank-kbmi-4>
- Pitura, R. C., Rachma, N., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet ShopeePAY Di Kalangan Generasi Millennial (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2018). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisima*.
- Rahardyan, A. (2021, 8 30). *Survei 5 Dompok Digital Terpopuler di Indonesia, Siapa Jawaranya?* Diambil kembali dari finansialbisnis.com: <https://finansial.bisnis.com/read/20210830/563/1435905/survei-5-dompok-digital-terpopuler-di-indonesia-siapa-jawaranya>

- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2019). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET . *Journal of Economics and Banking*, Volume 2 No. 2.
- Rondonuwu, M. (2013). Tingkat Pendidikan, Motivasi Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pengguna Produk Nasabah Priority Bank Sulut. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 257-264.
- Sari, I. (2019). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-Money dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna e-money Flazz BCA di Bank BCA Syariah Semarang). *IAIN Salatiga*.
- Suneki, S. (2012). Dampak Globalisasi Terhadap Eksistensi Budaya Daerah. *Jurnal Ilmiah CIVIS, Volume II, No 1,*
- Thomas, F. T. (2019, Desember). *Kasus Pembobolan Saldo GoPay Tak Cuma Terjadi pada Maia Estianty*. Diambil kembali dari www.tirto.id: <https://tirto.id/kasus-pembobolan-saldo-gopay-tak-cuma-terjadi-pada-maia-estianty-eptx>

LAMPIRAN I

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

A. Data Responden

Mohon kesediaan Anda untuk mengisi daftar di bawah ini:

1. Jenis Kelamin :
2. Usia :
3. Status pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Kuesioner ini ditujukan kepada pengguna aplikasi Gopay yang sudah menggunakan Gopay minimal sejak 2021 dan berdomisili di Yogyakarta. Dimohon kepada responden sekalian untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan dengan sebenar-benarnya. Silahkan beri tanda centang pada kolom yang tersedia. Terdapat 4 (empat) jawaban alternatif yang dapat responden pilih dengan keterangan sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

C. Daftar Pertanyaan

1. Persepsi Keamanan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Tidak khawatir memberikan informasi					
1.	Saya tidak khawatir memberikan informasi mengenai saldo Gopay saya					
2.	Saya tidak khawatir memberikan informasi nomor Gopay saya					
	Percaya bahwa informasi dilindungi					
3.	Saya percaya bahwa informasi data pribadi saya tidak akan tersebar sembarangan					
4.	Saya percaya informasi transaksi pribadi saya akan dilindungi					
	Percaya transaksi terjamin keamanannya pada alat elektronik					
5.	Saya percaya bahwa melakukan transaksi menggunakan aplikasi Gopay terjamin keamanannya					
6.	Saya percaya transaksi yang saya lakukan menggunakan aplikasi Gopay dilindungi hukum					

2. Persepsi Kemudahan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Mudah Dipahami dan Dipelajari					
7.	Sistem aplikasi Gopay mudah saya pahami					
8.	Cara penggunaan aplikasi Gopay mudah saya pelajari					
	Mempermudah Perkerjaan dan Sesuai Kebutuhan					
9.	Bagi saya aplikasi Gopay mudah digunakan					
10.	Saya tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakan aplikasi Gopay					
	Mudah Dioperasikan					
11.	Aplikasi Gopay praktis dibawa kemana saja					
12.	Aplikasi Gopay dapat digunakan dimana saja					
	Mudah Dijangkau					
13	Banyak outlet yang melayani transaksi menggunakan aplikasi Gopay di sekitar saya					
14	Banyak outlet yang menerima aplikasi Gopay sebagai alat transaksi di sekitar saya					

3. Keputusan Penggunaan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Pengenalan Masalah					

15	Banyak manfaat dari aplikasi Gopay yang sesuai dengan kebutuhan saya.					
Pencarian Informasi						
16	Informasi tentang Gopay mudah didapatkan sehingga saya memutuskan menggunakan Gopay					
17	Informasi mengenai aplikasi Gopay lengkap sehingga saya memutuskan untuk menggunakan aplikasi Gopay					
Evaluasi Alternatif						
18	Aplikasi Gopay memberikan solusi pembayaran sesuai kebutuhan saya					
19	Aplikasi Gopay memberikan alternatif pembayaran sesuai kebutuhan saya					
Keputusan Penggunaan						
20	Keunggulan Gopay dibandingkan aplikasi e-wallet lainnya membuat saya menggunakan aplikasi Gopay					
21	Saya memutuskan untuk menggunakan aplikasi Gopay sebagai alat pembayaran saya					
Perilaku Pasca Penggunaan						
22	Saya merasa puas dalam menggunakan aplikasi Gopay					
23	Saya merekomendasikan aplikasi Gopay sebagai e-wallet kepada orang lain					

LAMPIRAN II
DATA KUESIONER

1. Variabel Keputusan Penggunaan

No. Resp	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total	Mean	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43	4,78
2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	29	3,22
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4,00
4	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	41	4,56
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4,00
6	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	13	1,44
7	3	4	4	4	4	5	3	5	5	3	35	3,89
8	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	38	4,22
9	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	40	4,44
10	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44	4,89
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
12	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	35	3,89
13	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	38	4,22
14	4	3	3	3	4	4	5	4	4	1	31	3,44
15	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	32	3,56
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
17	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	21	2,33
18	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	43	4,78
19	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	33	3,67
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4,00
21	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	34	3,78
22	4	2	2	2	4	3	4	4	4	3	30	3,33
23	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	34	3,78
24	2	4	3	3	3	4	3	4	2	2	27	3,00
25	4	2	2	3	3	3	3	2	1	2	22	2,44
26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3,89
27	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	33	3,67
28	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	32	3,56
29	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3	30	3,33
30	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	39	4,33
31	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	33	3,67
32	2	3	2	4	2	3	3	2	4	4	26	2,89
33	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	30	3,33
34	2	3	4	2	4	4	4	4	2	3	28	3,11
35	5	5	5	5	5	5	1	4	4	4	38	4,22
36	5	5	2	2	2	2	3	2	2	2	25	2,78
37	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	33	3,67
38	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	32	3,56
39	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	29	3,22
40	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	30	3,33
41	4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	34	3,78
42	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	31	3,44
43	4	3	2	4	4	4	2	2	3	4	28	3,11
44	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	33	3,67
45	4	4	2	4	4	4	2	4	4	1	29	3,22
46	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	32	3,56
47	3	4	3	4	4	4	2	5	4	4	33	3,67
48	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	32	3,56
49	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	34	3,78
50	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	27	3,00

3. Variabel Persepsi Kemudahan

No. Resp	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total	Mean
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
2	5	5	4	5	5	5	5	4	38	4,75
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
6	2	3	2	2	2	2	2	1	15	1,88
7	4	4	4	5	4	4	4	5	35	4,38
8	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4,13
9	5	5	5	5	5	4	4	4	37	4,63
10	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4,88
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
12	4	4	4	5	5	5	4	4	35	4,38
13	5	5	5	5	5	4	4	4	37	4,63
14	5	4	5	5	5	4	3	3	34	4,25
15	4	2	4	4	4	4	4	4	30	3,75
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
17	2	2	2	3	3	3	2	2	19	2,38
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
19	4	4	4	4	4	3	4	4	31	3,88
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
21	5	5	5	4	4	3	4	4	34	4,25
22	4	5	4	4	4	2	4	4	31	3,88
23	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4,13
24	3	4	4	2	4	2	4	4	27	3,38
25	3	2	4	3	4	2	4	4	26	3,25
26	4	4	4	5	5	4	4	4	34	4,25
27	4	3	3	3	4	3	4	4	28	3,50
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
29	4	4	5	4	4	3	4	4	32	4,00
30	4	4	4	5	5	5	4	4	35	4,38
31	4	4	4	4	5	5	5	4	35	4,38
32	4	2	4	2	3	2	3	3	23	2,88
33	2	2	2	4	4	4	4	4	26	3,25
34	2	2	4	2	4	2	2	2	20	2,50
35	5	1	4	4	4	2	2	2	24	3,00
36	4	3	4	3	3	4	3	4	28	3,50
37	4	4	4	2	4	3	4	4	29	3,63
38	4	4	4	3	3	4	2	2	26	3,25
39	2	2	2	3	5	2	2	2	20	2,50
40	4	4	4	4	4	4	3	4	31	3,88
41	3	3	3	2	4	4	2	2	23	2,88
42	4	3	3	3	4	1	1	1	20	2,50
43	2	4	4	4	4	4	4	2	28	3,50
44	4	4	4	3	3	4	4	3	29	3,63
45	4	4	4	4	4	2	2	4	28	3,50
46	4	4	4	4	4	2	2	2	26	3,25
47	4	4	3	4	4	2	4	4	29	3,63
48	2	3	3	4	4	4	2	4	26	3,25
49	4	4	4	4	5	4	3	4	32	4,00
50	4	4	4	4	4	2	2	2	26	3,25

LAMPIRAN III

HASIL OLAH DATA

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Keamanan	50	2,00	5,00	182,16	3,6432	,78732
Persepsi Kemudahan	50	1,88	5,00	190,10	3,8020	,76429
Keputusan Penggunaan	50	1,44	5,00	183,01	3,6602	,68775
Valid N (listwise)	50					

1. Hasil Uji Validitas

1.1 Variabel Keputusan Penggunaan

		X2.1	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Ytotal
X2.1	Pearson Correlation	1	,631**	,596**	,561**	,529**	,552**	,277	,273	,601**	,352*	,676**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,052	,055	,000	,012	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y1	Pearson Correlation	,631**	1	,586**	,502**	,566**	,556**	,181	,212	,386**	,399**	,675**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,207	,140	,006	,004	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	,596**	,586**	1	,533**	,535**	,637**	,192	,341*	,494**	,429**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,183	,016	,000	,002	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	,561**	,502**	,533**	1	,644**	,682**	,321*	,385**	,512**	,530**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,023	,006	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	,529**	,566**	,535**	,644**	1	,664**	,242	,414**	,762**	,651**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,091	,003	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	,552**	,556**	,637**	,682**	,664**	1	,241	,435**	,515**	,415**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,092	,002	,000	,003	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson Correlation	,277	,181	,192	,321*	,242	,241	1	,310*	,483**	,315*	,513**
	Sig. (2-tailed)	,052	,207	,183	,023	,091	,092		,028	,000	,026	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y7	Pearson Correlation	,273	,212	,341*	,385**	,414**	,435**	,310*	1	,395**	,380**	,591**
	Sig. (2-tailed)	,055	,140	,016	,006	,003	,002	,028		,005	,006	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y8	Pearson Correlation	,601**	,386**	,494**	,512**	,762**	,515**	,483**	,395**	1	,590**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,000	,000	,000	,000	,000	,005		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y9	Pearson Correlation	,352*	,399**	,429**	,530**	,651**	,415**	,315*	,380**	,590**	1	,736**
	Sig. (2-tailed)	,012	,004	,002	,000	,000	,003	,026	,006	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Ytotal	Pearson Correlation	,676**	,675**	,732**	,796**	,842**	,786**	,513**	,591**	,795**	,736**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

1.2 Variabel Persepsi Keamanan

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,785**	,518**	,385**	,458**	,496**	,773**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,006	,001	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	,785**	1	,495**	,398**	,474**	,551**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,004	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	,518**	,495**	1	,471**	,670**	,583**	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	,385**	,398**	,471**	1	,702**	,668**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,006	,004	,001		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	,458**	,474**	,670**	,702**	1	,780**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	,496**	,551**	,583**	,668**	,780**	1	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Total	Pearson Correlation	,773**	,785**	,780**	,747**	,848**	,848**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

1.3 Variabel Persepsi Kemudahan

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,618**	,772**	,596**	,473**	,367**	,501**	,512**	,756**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,009	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	,618**	1	,652**	,591**	,467**	,490**	,580**	,546**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	,772**	,652**	1	,534**	,475**	,415**	,564**	,549**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,003	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	,596**	,591**	,534**	1	,695**	,615**	,572**	,588**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	,473**	,467**	,475**	,695**	1	,487**	,523**	,514**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.6	Pearson Correlation	,367**	,490**	,415**	,615**	,487**	1	,642**	,591**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,003	,000	,000		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.7	Pearson Correlation	,501**	,580**	,564**	,572**	,523**	,642**	1	,850**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2.8	Pearson Correlation	,512**	,546**	,549**	,588**	,514**	,591**	,850**	1	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Total	Pearson Correlation	,756**	,787**	,775**	,819**	,712**	,750**	,849**	,834**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

1. Hasil Uji Reliabilitas

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	9

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	6

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,909	8

2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,35895887
Most Extreme Differences	Absolute	,122
	Positive	,069
	Negative	-,122
Test Statistic		,122
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

3.1 Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,309	1,631		2,642	,011
	Persepsi Keamanan	,018	,073	,041	,244	,808
	Persepsi Kemudahan	-,067	,056	-,203	-1,203	,235

a. Dependent Variable: Abs_RES

3.2 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Keamanan	,723	1,384
	Persepsi Kemudahan	,723	1,384

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

3.3 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,112 ^a	,013	-,079	3,32423939

a. Predictors: (Constant), UT_2, Persepsi Keamanan, UT_1, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Unstandardized Residual

4. Hasil Uji Hipotesis

4.1 Uji Analisis Regresi (t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,433	2,741		1,617	,113
	Persepsi Keamanan	,471	,122	,360	3,859	,000
	Persepsi Kemudahan	,599	,094	,592	6,355	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

4.2 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1319,972	2	659,986	56,108	,000 ^b
	Residual	552,848	47	11,763		
	Total	1872,820	49			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan

4.3 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,840 ^a	,705	,692	3,42968

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan

4.3 t Tabel dan F tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr	df							
	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002	
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127	
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595	
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089	
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607	
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148	
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710	
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291	
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891	
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508	
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141	

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78