



# **JEM** Jurnal Equilibrium Manajemen

Online ISSN : 2460-2299

*Maret 2020, Volume-6, Issue-1*

---

## DAFTAR ISI

Dina Octaviani, Ery Niswan, Adiyath Randy Yudi Mamase	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan Di Kabupaten Kubu Kalimantan Barat (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Qubu Resort).....1-6
Maulana Filani Rizal, Adi Mursalin, Naiyun Untung Utama	Persepsi Pelanggan Yang Menginap Terhadap Kebijakan Pemasaran Pada Hotel Merpati Pontianak ..... 7-12
Nanda Diaz Arizona, Yulia, Alexis Laurentina	Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Sepeda Motor Scoopy Di Pontianak ..... 13-22
M. Ardi Nupi Hasyim, Salsabila Mupida, Restika Listiana Pratiwi, Inggik Sri Cahayani, Redi Setiadi	Sistem Informasi Pengajian PT Graha Green Garment..... 23-32
Ery Niswan, Sularmi	Analisis Kinerja Pegawai Di Instalasi Gizi Rumah Sakit Umum Daerah Dr.Soedarso Pontianak.....33-38
Dina Octaviani, Adiyath Randy Yudi Mamase	Pengaruh Store Atmosphere Dan Product Quality Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Cah Ayu)..... 39-47
Zulfahmi, Aisyah, Windi Pratiwi	Sikap Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) Di Kota Pontianak..... 48-56
Aisyah, Nonis	Analisis Faktor-Faktor Kinerja Pegawai Pada Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Landak..... 57-64
Maulana Filani Rizal, Marsalina Erni	Persepsi Anggota Terhadap Kualitas Pelayanan Teller Credit Union (Cu) Keling Kumang Cabang A.Yani Pontianak..... 65-74
Naiyun Untung Utama, Dillyana Oktaviani	Analisis Gaya Kepemimpinan Pada Dinas Sosial Pemberdayaan Masyarakat Dan Pemerintahan Desa Kabupaten Landak.....75-83

# SIKAP DAN PERILAKU MASYARAKAT TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL (E-WALLET) DI KOTA PONTIANAK

Zulfahmi <sup>1)</sup>, Aisyah <sup>2)</sup>, Windi Pratiwi <sup>3)</sup>

<sup>123)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Bhakti

---

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to study the attitudes and behavior of the community towards the use of go-pay in Pontianak. The type of research used is descriptive analysis. Consideration in using descriptive methods is to understand beliefs, evaluations, normative beliefs and motivations in using go-pay in Pontianak. Data collection techniques used were documentation and questionnaires. As respondents taken from consumers who have used go-pay in Pontianak. The data measurement technique used is the bipolar scale. While the data analysis technique uses the "Fishbein Analysis" method. This method is used to determine the attitudes of the community towards the overall attributes delivered, beliefs, evaluations, normative beliefs and motivations on the use of Go-Pay products. The results showed a value of 29.34, a subjective norm score of 5.03 and a behavior value (B) = 19.62 while a value of  $B = 19.62 > 0$  indicates how positive consumer behavior. Regarding public behavior towards the use of Go-Pay because e-wallet-based financial transactions are Good.*

**Keywords:** Attitude, Behavior, Usefulness

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap dan prilaku masyarakat terhadap penggunaan go-pay di Pontianak. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis. Pertimbangan dalam menggunakan metode deskriptif adalah untuk mengetahui secara keseluruhan mengenai keyakinan, evaluasi, keyakinan normatif dan motivasi dalam penggunaan go-pay di Pontianak. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Adapun responden yang diambil berasal dari konsumen yang pernah menggunakan go-pay di Pontianak. Teknik pengukuran data yang digunakan adalah dengan skala bipolar. Sedangkan Teknik analisis data menggunakan metode "Analisis Fishbein". Metode ini digunakan untuk untuk mengetahui sikap masyarakat terhadap keseluruhan atribut produk yang meliputi, keyakinan, evaluasi, keyakinan normatif dan motivasi pada penggunaan produk Go-Pay. Hasil penelitian menunjukkan skor nilai sikap berada pada nilai 29,34, skor nilai norma subyektif 5,03 dan nilai prilaku (B) = 19,62 dimana nilai  $B = 19,62 > 0$  menunjukkan bahwa prilaku konsumen positif. Artinya prilaku masyarakat terhadap penggunaan Go-Pay sebagai transaksi financial berbasis e-wallet adalah Baik.

**Kata Kunci :** Sikap, Prilaku, Kegunaan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan teknologi juga dipengaruhi gaya hidup penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari. Selain penggunaan internet yang semakin meningkat, penggunaan terhadap teknologi smartphone saat ini juga meningkat. Smartphone memberikan kemudahan bagi orang-orang dalam menjalankan pembayaran atas pembelian

sehari-hari dengan menggunakan perangkat seluler. Seperti yang kita ketahui saat ini ini telah hadir teknologi yang mengarah pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern di bidang jasa yang bernama financial technology atau fintech, yang dapat menciptakan sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien.

Indonesia mencatat pertumbuhan pengguna sistem pembayaran dengan perangkat

bergerak atau mobile payment. Survei Price waterhouse Coopers (PwC) terkait dengan Global Consumer Insights yang dikutip Kamis (13/6/2019), menggambarkan bahwa 47% responden di Indonesia saat ini menggunakan pembayaran bergerak untuk bertransaksi pada 2019. Angka itu lebih tinggi dibandingkan 2018 yang tercatat masih sekitar 38%.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, sudah ada 38 e-wallet yang mendapatkan lisensi resmi. Pada tahun 2018, transaksi e-wallet di Indonesia mencapai angka USD1.5 miliar dan diprediksikan akan meningkat menjadi USD25 miliar pada tahun 2023. iPrice Group berkolaborasi dengan perusahaan analisis data App Annie, merangkum olahan data mengenai aplikasi e-wallet paling populer di Indonesia. Menggunakan data jumlah download aplikasi dan pengguna aktif bulanan, riset ini menghadirkan statistik yang lebih konkret untuk mengetahui siapa saja aplikasi e-wallet di Indonesia.

Go-Pay sebagai salah produk dari startup decacorn pertama di Indonesia Gojek menjadi aplikasi e-wallet dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia. Walaupun aplikasi Gojek tidak digolongkan dalam aplikasi finance di App Annie. Menurut Khoirunnisa dari situs web selular.id, informasi dari Medium 30% dari total transaksi uang elektronik di Indonesia berasal dari Go-Pay. Februari 2019, Gopay berhasil menyentuh angka transaksi sebesar USD 6.3 miliar dengan total 70% didapatkan dari transaksi Gojek menggunakan Gopay sebagai metode pembayaran.

## KAJIAN PUSTAKA

### Mobile Payment

Mobile payment system dapat didefinisikan sebagai sistem pembayaran yang dilakukan melalui sebuah perangkat mobile digunakan untuk memulai, mengaktifkan, dan atau mengkonfirmasi pembayaran dalam memperoleh suatu barang atau layanan jasa (Karnouskos dan Fraunhofer, 2004). Singkatnya, Mobile payment system adalah suatu bentuk pembayaran yang dilakukan dengan perangkat mobile, seperti smartphone dan tablet.

### E- Wallet

Mobile payment termasuk dalam kategori electronic wallet, yang termasuk transaksi non-tunai, tidak menggunakan media seperti kartu dan melakukan transaksi melalui

kanal elektronik (Amoroso, 2011). Berbeda dengan kartu debit atau kredit, transaksi menggunakan e-wallet tidak secara langsung melalui pihak ketiga atau intermediary (Amoroso, 2011).

### Go-Pay

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 no 7 mendefinisikan bahwa Electronic Wallet yang selanjutnya disebut Dompet Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Go-Pay merupakan dompet elektronik yang dikembangkan oleh perusahaan Go-Jek yang digunakan sebagai layanan pembayaran selama menggunakan aplikasi Go-Jek. Perusahaan Go-jek mengawali bisnisnya dari jasa transportasi sepeda motor yang kemudian memperluas jaringan bisnisnya dengan menawarkan bermacam layanan (Priyono, 2017). Go-Pay adalah salah satu bentuk dari inovasi FinTech.

### Usability

Usability menjadi faktor yang mempengaruhi sebuah aplikasi dapat dikatakan baik atau tidak. Menurut Presman (2012), usability merupakan tingkatan kemampuan antarmuka aplikasi dapat digunakan untuk mempermudah hidup pengguna. Sedangkan menurut Jacob Nielson (1993) dalam Harrison (2013), usability yaitu kemampuan system untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

Perancangan antarmuka yang baik akan berdampak pada kemudahan dalam berinteraksi. Selain itu dapat meningkatkan nilai dari segi kepuasan pengguna. Terdapat 3 aspek pengukuran usability yaitu efektivitas, efisiensi dan kepuasan (ISO, 1998). Parameter tersebut menurut ISO 9241-11 antara lain:

- a. Efektif , Accuracy dan completeness, ketepatan pengguna dalam mencapai sebuah tujuan tertentu dan dapat menyelesaikan tugasnya. Kriteria ini diukur berdasarkan dari jumlah error yang terjadi saat pengguna menggunakan aplikasi.
- b. Efisien , Usaha atau daya yang dilakukan pengguna untuk mencapai tujuan tertentu. Biasanya untuk kriteria ini diukur berdasarkan satuan waktu.

c. Kepuasan, Kepuasan adalah kebebasan dari ketidaknyamanan dan perilaku positif dari sebuah produk.

Dasar dari penilaian usability adalah pengalaman yang dirasakan pengguna ketika menggunakan aplikasi tersebut.

Berikut ini beberapa Komponen kualitas menurut Nielsen (2012) :

1) Learnabilitas (Learnability), Mengukur kemudahan yang dapat dipelajari bahkan oleh pengguna pemula dalam menggunakan sebuah produk untuk pertama kali.

2) Efisiensi (Efficiency), Mengukur seberapa cepat pengguna dapat melakukan tugasnya setelah mempelajari antarmukanya.

3) Memorabilitas (Memorability), Apakah aplikasi yang telah lama tidak digunakan ataupun aplikasi yang baru digunakan 1 kali dapat diingat oleh pengguna.

4) Kesalahan (Errors), Semakin kecil tingkat kesalahan maka semakin baik aplikasi tersebut. Aplikasi tersebut dapat dilihat dari berapa banyak kesalahan yang terjadi saat pengguna menggunakan aplikasi, sejauh mana akibat dari error tersebut, dan seberapa mudah seorang pengguna mengatasi kesalahan yang dilakukannya.

5) Kepuasan (Satisfaction), Kepuasan bersifat subjektif bagi masing-masing pengguna yang meliputi perasaan saat menggunakan aplikasi, pendapatnya tentang aplikasi tersebut dan lain-lain.

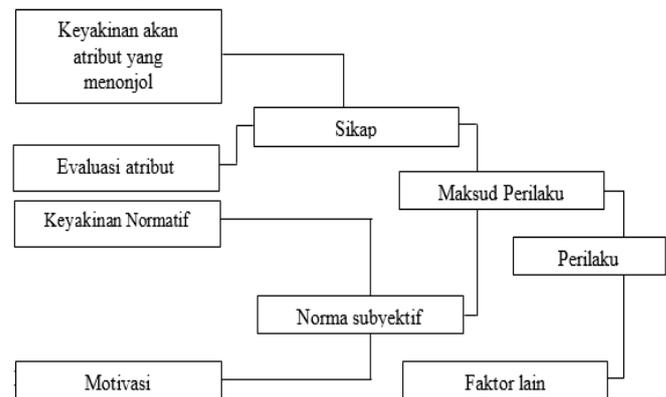
Salah satu cara untuk melakukan evaluasi sebuah produk adalah dengan menggunakan teknik usability testing Rubin et al (2008). Proses evaluasi produk melibatkan pengujian langsung pada sampel pengguna. Terdapat 2 cara untuk mengukur usability menurut Tullis & Albert (2008), yaitu dengan menggunakan asumsi sendiri dan menggunakan usability metric. Usability metric itu sendiri digunakan untuk membantu mencapai keputusan yang tepat.

Usability metric ini juga dapat memberikan jawaban atas pertanyaan seperti, apakah para pengguna menyukai produk tersebut, apakah produk ini lebih efisien digunakan dari produk sejenisnya, apakah usability dari produk ini dapat dibandingkan dengan persaingan, dan sebagainya. Tahapan dalam pengujian usability terdiri dari 4 tahap, yaitu:

- 1) Pilih metode kuesioner.
- 2) Pilih populasi atau partisipan.
- 3) Tentukan jumlah sampel.

4) Olah data dan penginterpretasian data berdasarkan hasil pengujian.

## 2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## METODELOGI PENELITIAN

### Bentuk Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk mendapatkan jawaban pemecahan masalah terhadap fenomena-fenomena tertentu, maka jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori.

### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat Kota Pontianak Tahun 2019 yang berjumlah 667.053 orang. Sedangkan metode pengambilan sampel dengan simple random sampling dengan teknik pengukuran sampel menggunakan rumus dari taro yamane atau slovin dalam ridwan (2007:65) sebagai berikut.

$$n = N / (N.d^2 + 1)$$
$$n = N / (N.d^2 + 1) = 667.053 / ((667.053) \times 0,1^2 + 1)$$
$$= 667.053 / 6.671,53 = 99,98 = 100 \text{ responden}$$

### Teknik Pengukuran Data

Teknik pengolahan data menggunakan Skala Bipolar. Responden diminta untuk menunjukkan penilaian mengenai sifat-sifat tiap produk dengan skala Bipolar, kepercayaan/keyakinan maupun penilaian masing-masing dari pertanyaan.

Menurut Husein (2008:277) Tiap Komponen pertanyaan/pernyataan diberi skala dengan skor +3 sampai -3.

### Skala Pengukuran Bipolar

+3 = Sangat Setuju	-1 = Agak tidak setuju
+2 = Setuju	-2 = Tidak setuju
+1 = Agak setuju	-3 = Sangat tidak setuju
0 = Ragu-ragu	

#### Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah, Analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Fishbein (Umar, 2008).

##### a. Model Sikap Fishbein

$$A_B = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

Dimana, AB adalah Sikap terhadap perilaku tertentu, bi adalah Tingkat kepercayaan konsumen bahwa suatu obyek (Go-Pay) tersebut memiliki atribut i, ei adalah Evaluasi kepentingan konsumen terhadap atribut produk go pay, dan n adalah Jumlah hasil (outcome), pada kombinasi bi dan ei dihitung (Simamora, 2003).

Jika  $AB < 0$ , maka nilai sikap konsumen negatif,

Jika  $AB > 0$ , maka nilai sikap konsumen positif,

Jika  $AB = 0$ , maka nilai sikap konsumen tetap.

Untuk mengetahui atau memperoleh konsistensi antara sikap dan perilaku maka digunakan model maksud perilaku Fishbein:

##### b. Model Maksud Perilaku Fishbein

$$B \approx BI = W_1(AB) + W_2(SN)$$

Dimana, B adalah Perilaku Konsumen, BI adalah Maksud Perilaku, AB adalah Sikap konsumen terhadap Go-Pay, SN adalah Norma Subjektif, dan W1, W2 adalah Bobot yang akan ditentukan yang menggambarkan pengaruh relatif dari komponen.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Jika  $B > 0$  artinya perilaku konsumen terhadap produk Go-Pay positif

Jika  $B \leq 0$  artinya perilaku konsumen tidak loyal terhadap produk Go-Pay negative

Untuk mengukur norma subjektif atau faktor kelompok referensi digunakan rumus dibawah ini :

$$SN = \sum_{j=1}^m (NB_j)(MC_j)$$

Selanjutnya, data yang dibutuhkan untuk menganalisis permasalahan di atas adalah data tentang:

- Keyakinan
- Evaluasi
- Keyakinan Normatif
- Motivasi

### PEMBAHASAN

#### Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah cara untuk menganalisis data dengan menggunakan perhitungan statistik. Metode statistik yang digunakan dalam analisis ini yaitu metode Fishbein.

##### a. Model Sikap Fishbein

$$A_B = \sum_{i=1}^n (b_i)(e_i)$$

Di mana:

A = sikap total individu terhadap obyek tertentu

b = kekuatan keyakinan responden/individu bahwa obyek memiliki atribut i

e = evaluasi kepercayaan individu mengenai atribut i

n = jumlah kriteria atribut yang relevan

##### b. Model Maksud Perilaku Fishbein

$$B \approx BI = W_1(AB) + W_2(SN)$$

Di mana :

B = perilaku

BI = maksud perilaku

A = sikap terhadap pelaksanaan perilaku B

SN = norma subyektif

w.w = bobot yang ditentukan secara empiris yang menggambarkan pengaruh relatif dari komponen.

(Jika faktor lain tidak dihitung, maka nilai maksud perilaku ekuivalen dengan nilai perilaku).

Rumus mencari SN (Norma Subyektif):

$$SN = \sum_{j=1}^m (NB_j)(MC_j)$$

Di mana :

SN = norma Subyektif

NB = keyakinan normatif individu  
 MC = motivasi individu  
 M = banyaknya referen yang relevan

### 1) Analisis Terhadap Rata-Rata Skor keyakinan Diri

Komponen bi menggambarkan seberapa kuat **keyakinan** masyarakat terhadap penerapan Go-Pay dilihat dari Usability. Kepercayaan diukur dengan skala -3 s/d +3

**Tabel 4.4 Nilai Atribut dari Variabel Keyakinan (bi)**

Atribut	a 3	b 2	c 1	d -1	e -2	f -3	Rata-rata tertimbang
1	16	57	17	2	2	0	1,73
2	10	63	16	1	2	0	1,67
3	9	59	20	3	2	0	1,58
4	8	46	28	2	1	0	1,40
5	6	50	27	0	2	0	1,41
6	4	54	27	3	3	0	1,38
7	8	47	29	2	2	0	1,41
8	6	42	35	0	4	0	1,29
9	7	31	21	3	3	1	0,92
10	4	38	27	4	6	1	0,96
11	14	50	21	1	0	0	1,62
12	17	49	25	2	1	0	1,70
13	13	48	22	3	0	1	1,51
14	18	48	22	3	2	0	1,65

Sumber: Data Primer Olahan, 2020

### 2) Analisis Terhadap Rata-Rata Skor Evaluasi (ei)

Komponen evaluasi (ei) menggambarkan seberapa besar penilaian terhadap

Penerapan Go-Pay dalam proses transaksi financial dilihat dari sisi Usability. Evaluasi diukur dengan skala -3 s/d +3

**Tabel 4.5 Nilai atribut dari Variabel Evaluasi (ei)**

Atribut	A	b	c	d	e	f	Rata-rata
	3	2	1	-1	-2	-3	tertimbang
1	6	61	21	2	2	0	1,55
2	7	59	23	2	2	0	1,56
3	5	59	22	2	1	0	1,51
4	5	51	28	4	1	0	1,39
5	9	44	29	2	3	0	1,36
6	8	52	27	1	3	0	1,48
7	9	46	30	1	2	0	1,44
8	7	46	29	1	4	0	1,33
9	6	48	26	3	5	0	1,27
10	8	41	24	1	2	0	1,25
11	5	44	27	2	4	0	1,20
12	12	50	19	0	0	1	1,52
13	13	52	23	2	1	0	1,62
14	11	53	26	0	0	1	1,62

Sumber: *Data Primer Olahan, 2020*

**3) Analisis Terhadap Rata-Rata Skor keyakinan normatif (Nb)**

Komponen keyakinan normatif menggambarkan seberapa besar pengaruh

pihak keluarga terhadap Penerapan Go-Pay dalam proses transaksi financial dilihat dari sisi Usability. Evaluasi diukur dengan skala -3 s/d +3

**Tabel 4.6 Nilai atribut dari Variabel Keyakinan Normatif(Nb)**

Atribut	a	b	c	d	e	f	Rata-rata
	3	2	1	-1	-2	-3	tertimbang
1	20	47	18	0	2	0	1,68
2	4	43	20	9	11	0	0,87
3	6	48	21	8	10	0	1,07
4	5	48	24	6	7	0	1,15

Sumber: *Data Primer Olahan, 2019*

**4) Analisis Terhadap Rata-Rata Skor Motivasi (MC)**

Komponen Motivasi menggambarkan seberapa besar pengaruh pihak diluar

keluarga terhadap Penerapan Go-Pay dalam proses transaksi financial dilihat dari sisi Usability. Evaluasi diukur dengan skala -3 s/d +3.

**Tabel 4.7 Nilai atribut dari Variabel Motivasi (MC)**

Atribut	a	b	c	d	e	f	Rata-rata
	3	2	1	-1	-2	-3	tertimbang
1	6	40	24	11	7	0	0,97
2	5	45	24	8	7	0	1,07
3	6	45	25	8	5	0	1,15
4	6	45	23	7	5	2	1,08

Sumber : *Data Olahan, 2020*

Berdasarkan perhitungan angka skor, dari tabel-tabel diatas baik skor keyakinan maupun skor evaluasi dapat diketahui nilai sikap adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8 Mencari Nilai Sikap**

Atribut	Keyakinan (bi)	Evaluasi (ei)	Total AB=(bi) x (ei)
1	1,73	1,55	2,68
2	1,67	1,56	2,61
3	1,58	1,51	2,39
4	1,40	1,39	1,95
5	1,41	1,36	1,92
6	1,38	1,48	2,04
7	1,41	1,44	2,03
8	1,29	1,33	1,72
9	0,92	1,27	1,17
10	0,96	1,25	1,20
11	1,62	1,20	1,94
12	1,70	1,52	2,58
13	1,51	1,62	2,45
14	1,65	1,62	2,67
			<b>29,34</b>

Sumber : *Data Olahan, 2020*

**Tabel 4. 9 Mengetahui sikap pada Skala penilaian yang mana mencari skor maksimum untuk sikap**

Atribut	Keyakinan (1)	Evaluasi (2)	Total (1) x (2)
1	3	1,55	4,65
2	3	1,56	4,68
3	3	1,51	4,53
4	3	1,39	4,17
5	3	1,36	4,08
6	3	1,48	4,44
7	3	1,44	4,32
8	3	1,33	3,99
9	3	1,27	3,81
10	3	1,25	3,75
11	3	1,20	3,60
12	3	1,52	4,56
13	3	1,62	4,86
14	3	1,62	4,86
			<b>60,30</b>

Sumber : *Data Olahan, 2020*

Oleh karena Rentang skor +3 sangat baik dan -3 sangat tidak baik, maka rentang nilai

-3	-2	-1	0	1	2	3
-60,30	-40,20	-20,10	0	20,10	40,20	60,30

sikap maksimum adalah +60,30 dan minimum adalah -60,30

Untuk mengetahui nilai sikap berdasarkan skala diatas Nilai sikap adalah 29,34 berada pada posisi mendekati **BAIK**.

**5. Mencari Nilai Maksud Perilaku**  
**Nilai sikap diketahui 29,34.** Menurut Della Bitta (1988), berdasarkan data

empiris dapat dirumuskan bahwa nilai  $W1 = 0,6$  dan  $W2 = 0,4$  (jumlah nilai  $W1$  dengan  $W2 = 1,0$  dan  $W1$  lebih besar dari  $W2$ )

**Tabel 4.10 Nilai Norma Subyektif**

Atribut	Keyakinan Normatif (N <sub>bj</sub> )	Motivasi (MC <sub>j</sub> )	Total SN = (N <sub>Bj</sub> xMC <sub>j</sub> )
1	1,68	0,97	1,63
2	0,87	1,07	0,93
3	1,07	1,15	1,23
4	1,15	1,08	1,24
<b>Norma Subyektif (SN)</b>			<b>5,03</b>

Sumber : *Data Olahan Primer, 2020*

**Selanjutnya Nilai Prilaku dapat dihitung dengan rumus sbb :**

$$B = w1 (Ab) + W2 (SN)$$

$$= 0,6(29,34) + 0,4 (5,03)$$

$$= 19,62$$

Prilaku konsumen menghasilkan nilai prilaku (B) = 19,62 dimana nilai B = 19,62 > 0 menunjukkan bahwa prilaku konsumen positif. Artinya prilaku masyarakat terhadap penggunaan Go-Pay sebagai transaksi financial berbasis e-wallet adalah Baik.

Menurut Umar (1998), jika nilai B positif (lebih besar dari nol) maka tanggapan konsumen adalah baik. Ini mengidentifikasikan bahwa sikap konsumen (A<sub>B</sub>) yang hasilnya positif atau baik ada hubungan yang konsisten dengan prilaku konsumen (B) yang juga menghasilkan nilai positif atau baik.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Berdasarkan karakteristik responden, jenis kelamin perempuan lebih mendominasi sebanyak 66 responden atau sebesar 66% dibandingkan yang berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan karakteristik berdasarkan tingkat usia didominasi oleh usia antara 21- 25 tahun yaitu sebanyak 52 responden atau sebesar 52%.

2. Berdasarkan perhitungan angka skor, baik skor keyakinan, evaluasi, keyakinan normatif dan motivasi untuk menilai sikap maupun norma subyektif dan maksud perilaku/perilaku dapat disimpulkan bahwa :

- a. Skor nilai Sikap berada pada nilai 29,34 (Baik)
- b. Skor nilai Norma subyektif pada nilai 5,03
- c. Skor nilai Maksud Perilaku pada nilai 19,62 adalah Positif (BAIK)

Jadi hipotesis yang menyatakan sikap dan perilaku masyarakat terhadap usability go-pay dalam proses transaksi financial berbasis e-wallet adalah positif telah terbukti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, K. R., Az-Zahra, H. M., & Fanani, L. (2018). Analisis Dan Perbaikan Usability Aplikasi Mobile KAI Access Dengan Metode Usability Testing Dan Use Questionnaire. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2742-2750.
- Harrison, R., Flood, D., Duce, D., (2013). Usability of Mobile Application : Literature Review and Rationale For A New Usability Model. *Journal of Interaction Science*.
- Irni. (2019, Agustus 19). Disduk Capil Kota Pontianak. Retrieved from [disdukcapil.pontianakkota.go.id](http://disdukcapil.pontianakkota.go.id): <https://disdukcapil.pontianakkota.go.id/jumlah-penduduk-kota-pontianak-semester-i-tahun-2019-berjumlah-667053-jiwa>
- Nielson. Jacob (2012, september 8). Usability 101. Retrieved from Introduction to Usability: <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability>
- Khoirunnisa. (2019, Agustus 15). News. Retrieved from SELULAR.ID: <https://selular.id/2019/08/iprice-top-10-e-wallet-di-indonesia-q2-2019/>
- Muhammad, F. (2019, Januari 24). TECH. Retrieved from Simak, Awal Mula Terjadinya 'Perang Dingin' OVO Vs Gopay: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190124103631-37-52140/simak-awal-mula-terjadinya-perang-dingin-ovo-vs-gopay>
- Nurudin. (2018, Februari saturday). Nurudin. Retrieved from Nurudin: <http://nurudin-umm.blogspot.com/2011/>
- Setiaji, S. A. (2019, Juni 13). Ekonomi. Retrieved from [ekonomi.bisnis.com](http://ekonomi.bisnis.com): <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190613/9/933358/penggunaan-mobile-payment-di-indonesia-tumbuh>
- Simamora, B. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, P. D. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2007). *Prilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia dengan MMA IPB.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tullis, T., & Albert, B. (2008). *Measuring the User Experience*. new york: Morgan Kaufman.
- Umar, H. (2008). *Sumber daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama J.
- Wikipedia. (2017, Agustus sunday). Wikipedia ensiklopedia bebas. Retrieved from Media komunikasi: [https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_komunikasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_komunikasi)