

## **DAMPAK SISTEM, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA LAYANAN GO-PAY**

**Wisnu Sukma Maulana**

Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, sm.wisnu@gmail.com, Universitas Gunadarma

### **ABSTRACT**

One of the electronic payment instruments is known as electronic money (emoney). E-money is a form of digital money. E-money functions to transfer the money balance data contained in our e-money to a computer or sales information system, so that the goods we want can be purchased without spending additional cash. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and perceived benefits partially and simultaneously on Go-Pay service user satisfaction.

In this study, the method used is primary data, namely data taken from distributing questionnaires to Gundarma University students majoring in management class of 2017 who use Go-Pay services. The analytical tools used are Likert scale, validity test, reliability test, classic assumption test, determination, RLB, t test, and f test.

From the results of the analysis tested, it can be concluded that service quality (X1) has no partial effect on user satisfaction of Go-Pay services, while the perceived benefits variable (X2) has a partial effect on user satisfaction of Go-Pay services. Service quality and perceived benefits simultaneously influence Go-Pay service user satisfaction. It has been emphasized that perceived benefits have a positive influence on Go-Pay service user satisfaction.

**Keywords:** Service quality, perceived benefits, and user satisfaction.

### **ABSTRAK**

Salah satu alat pembayaran elektronik dikenal dengan money electronic (emoney). E-money merupakan salah satu bentuk uang digital. E-money berfungsi untuk memindahkan data saldo uang yang terkandung pada e-money kita ke komputer atau sistem informasi penjualan, sehingga barang yang kita inginkan terbeli tanpa mengeluarkan tambahan uang cash. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi manfaat secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengguna Layanan Go-Pay.

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diambil dari penyebaran kuesioner kepada mahasiswa universitas gundarma jurusan manajemen angkatan 2017 yang menggunakan layanan Go-Pay. Alat analisis yang digunakan adalah skala likert, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, determinasi, RLB, uji t, dan uji f.

Dari hasil analisis yang di uji dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna Layanan Go-Pay sedangkan variabel Persepsi Manfaat (X2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna Layanan Go-Pay. Kualitas pelayanan dan persepsi manfaat secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Layanan Go-Pay. Hal ini menegaskan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna Layanan Go-Pay.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan, persepsi manfaat, dan kepuasan pengguna.

### **1. PENDAHULUAN**

Evolusi alat pembayaran di Indonesia dapat dikatakan berkembang sangat pesat dan maju. Awal mula alat pembayaran itu dikenal. sistem barter antar barang yang diperjual-belikan. Dalam perkembangannya, mulai dikenal satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang lebih dikenal dengan uang. Hingga saat ini uang masih menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku

di masyarakat. Selanjutnya alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (cash based) ke alat pembayaran nontunai (non cash) seperti alat pembayaran berbasis elektronik (Bank Indonesia, 2018).

Semua layanan dalam aplikasi Gojek dapat menggunakan go-pay sebagai alat pembayaran non-tunai yang ditawarkan Gojek untuk memudahkan transaksi pembayaran penggunaan layanan Gojek. Kini Go-pay murni menjadi platform e-money dengan menambah fitur Transfer, Receive (menerima uang), dan Withdraw (menarik uang ke rekening bank). Proses ini berlangsung secara berangsur-angsur dan baru tersedia untuk sebagian pengguna. Untuk menggunakan fitur lengkapnya, konsumen Gojek harus mengikuti proses KYC (Know Your Customer) yang disyaratkan regulator dengan memasukkan foto diri (selfie) dan foto kartu identitas (KTP, SIM, KITAS, atau Paspor). Go-pay juga menghadirkan informasi transaction untuk memberikan riwayat penggunaan dan top up layanan. Go-pay dapat digunakan untuk berbagai transaksi tagihan antara lain untuk tagihan PLN, BPJS Kesehatan, Mobile legends, Kode Voucher Google Play, Gas PGN, Pascabayar, TV Kabel, PDAM, Multifinance (DailySocial, 2017).

Gojek mengklaim bahwa Go-pay telah berkontribusi untuk 30% transaksi nontunai diseluruh indonesia per-Oktober 2017, secara rerata penggunaan Go-pay untuk transaksi setiap bulannya tumbuh 25%, nominal pengisian ulang (Top-up) juga meningkat sampai 15%. Pertumbuhan penggunaan Go-pay diklaim bertambah hingga tiga kali lipat dibandingkan tahun 2016. Perusahaan Gojek menyebutkan data per-November 2017 Go-pay telah memproses pengiriman uang dari Jabodetabek dengan total Rp.570 juta ke beberapa titik di Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan hingga Sulawesi (DailySocial, 2017).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi manfaat. Menurut Rahmat (1990) Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa dan hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Wirawan Sarwono (1983) Persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengorganisir suatu pengamatan. Kemampuan tersebut antara lain, kemampuan membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan.

Menurut Desy Setyowati pada Artikel di Katadata.co.id dengan judul "Transaksi Tembus Rp 89,5 Triliun, Pengguna Aktif GoPay Terbanyak di RI" , Riset iPrice Group dan App Annie menunjukkan, pengguna aktif bulanan GoPay merupakan yang terbanyak di Indonesia. Alhasil, transaksi melalui dompet digital besutan Gojek itu tembus US\$ 6,3 miliar atau sekitar Rp 89,5 triliun per Februari 2019. Perusahaan riset itu mencatat, 70% transaksi di aplikasi Gojek menggunakan GoPay sebagai sarana pembayaran. "GoPay juga merupakan metode pembayaran utama dari GoFood, yang juga merupakan layanan pesan-antar makanan terbesar di Asia Tenggara

Berdasarkan data tersebut maka alasan peneliti untuk memilih Go-Pay karena beberapa dari kita banyak yang menggunakan pembayaran non tunai salah satunya adalah Go-Pay yang dimana para pengguna aplikasi Go-Jek menggunakan Go-Pay untuk transaksi seperti pembayaran jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan Go-Jek.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Kualitas Pelayanan**

Tjiptono (2003) adalah sebagai fitness for use, yang mengandung pengertian bahwa suatu produk atau jasa harus dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh pemakainya. Mengikuti definisi di atas maka kualitas dapat didefinisikan sebagai suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan ketergantungan pada biaya yang rendah sesuai dengan pasar dan harus dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh pemakainya. (Tjiptono & Diana 2003: 24) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan ketergantungan pada biaya yang rendah dan sesuai dengan pasar.

Kotler (2005) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Melalui Pengertian dan teori ini dapat diketahui bahwa suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi konsumen akan nilai produk yang diberikan kepada konsumen tersebut. Artinya, mutu atau kualitas merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen.

## **2.2 Persepsi Manfaat**

Persepsi merupakan suatu proses dimana individu melakukan pengorganisasian terhadap stimulus yang diterima dan menginterpretasikan, sehingga seseorang dapat menyadari dan mengerti apa yang diterima dan hal ini juga dapat di pengaruhi oleh pengalaman-pengalaman pada individu yang bersangkutan.

Menurut Rahmat (1990) Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa dan hubungan-hubungan yang dipreoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

## **2.3 Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2014) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Barnes (2003) Kepuasan Pelanggan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

## **3. METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah suatu atribut dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah disampaikan oleh para ahli, maka penulis menggunakan objek penelitian yaitu mahasiswa fakultas ekonomi jurusan manajemen angkatan 2017 Universitas Gunadarma Kalimantan Jl. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Gunadarma yang pernah atau belum pernah menggunakan jasa layanan Go-Pay.

### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner kepada pengguna Go-Pay dan hasil penyebaran data kuesioner tersebut diolah dengan menggunakan software Excel dan SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 23.

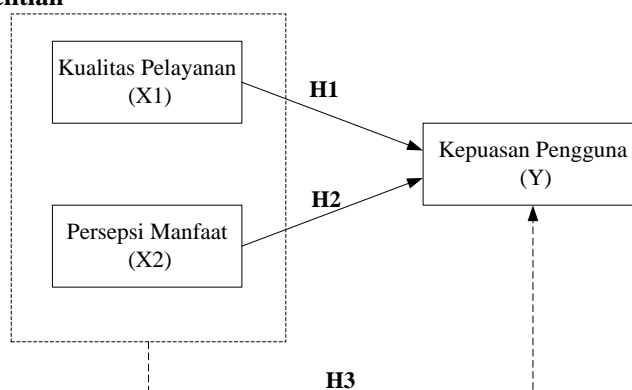
### **3.3 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:38). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Budgetary Slack maka penulis mengelompokan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

### **3.4 Populasi**

Menurut Santoso dan Tjiptono (2001) Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Kalimantan yang jumlahnya sebanyak 302 orang, diperoleh dari Laboratorium Manajemen Dasar.

### 3.5 Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah para pengguna Go-Pay. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2020 sebanyak 80 responden. Di dalam penyebaran kuesioner ini terdapat informasi berupa data responden. Hal tersebut berguna untuk mengetahui karakteristik responden yang diteliti berdasarkan pada jenis kelamin, usia pengguna, dan uang saku. Adapun data yang diperoleh mengenai profil responden adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	25	31,25%
Perempuan	55	68,75%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Usia	Jumlah Responden	Presentase
<20 tahun	10	12,5%
20 – 25 tahun	50	62,5%
>25 tahun	20	25%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian Kuesioner

Tabel 2. Pekerjaan

Uang Saku	Jumlah Responden	Presentase
<Rp500.000	20	25%
Rp500.000 – Rp1.000.000	40	50%
>Rp1.000.000	20	25%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah dari hasil penelitian Kuesioner

Dari Tabel 4.3 menunjukkan bahwa karakteristik reponden berdasarkan uang saku dari total 80 responden didapatkan data yaitu 20 orang (25%) memiliki uang saku <Rp500.000, 40 orang (50%) memiliki uang saku Rp500.000 – Rp1000.000, Dan 20 orang (25%) memiliki uang saku >Rp1.000.000. Jadi responden terbanyak yang dilihat dari uang saku adalah Rp500.000 – Rp1.000.000 yaitu sebanyak 50%.

#### 4.2 Uji Validitas

Uji validitas dengan membandingkan nilai  $r$  hitung pada kolom *Corrected Item-Total Correction* pada tabel Item-Total Statistics dengan nilai pada  $r$  tabel.

Jika nilai  $r$  hitung > nilai  $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan nilai  $r$  hitung < nilai  $r$  tabel maka dinyatakan tidak valid. Nilai  $r$  tabel pada tingkat signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) dengan uji 2 sisi dan jumlah data ( $n$ ) sebanyak 80 dengan derajat kebebasan ( $df=n-2$ ) ( $80-2$ )=78 sebesar 0,2199.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	KP1	0,698	0,2199	Valid
	KP2	0,671	0,2199	Valid
	KP3	0,645	0,2199	Valid
	KP4	0,688	0,2199	Valid
	KP5	0,766	0,2199	Valid
	KP6	0,668	0,2199	Valid
	KP7	0,822	0,2199	Valid
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	PM1	0,838	0,2199	Valid
	PM2	0,821	0,2199	Valid
	PM3	0,758	0,2199	Valid
	PM4	0,825	0,2199	Valid
	PM5	0,835	0,2199	Valid
	PM6	0,799	0,2199	Valid
	PM7	0,830	0,2199	Valid
Kepuasan Pengguna	Y.1	0,853	0,2199	Valid
	Y.2	0,784	0,2199	Valid
	Y.3	0,762	0,2199	Valid
	Y.4	0,756	0,2199	Valid
	Y.5	0,726	0,2199	Valid
	Y.6	0,764	0,2199	Valid
	Y.7	0,802	0,2199	Valid
	Y.8	0,766	0,2199	Valid

Berdasarkan Tabel 3. Hasil Uji Validitas dari 22 pernyataan yang terdiri dari 7 pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan, 7 pernyataan pada variabel Persepsi Manfaat, dan 8 pada variabel Kepuasan Pengguna diperoleh  $r_{hitung}$  positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dapat disimpulkan bahwa 22 butir pernyataan tersebut valid.

#### 4.3 Uji Realibilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Nilai suatu instrumen dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0,6$  dan sebaliknya. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.7, berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,971	22

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dengan jumlah sebanyak 22 pernyataan dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,971 yang berarti lebih besar dari 0,60. Maka pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuesioner bersifat reliabel.

#### 4.4 Uji Normalitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Dengan menggunakan alat SPSS 21 tes normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji one sample kolmogrov-smirnov dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Asymp. Sig > 0,05, maka data terdistribusi normal
- b. Asymp. Sig < 0,05, maka data tidak terdistribusi normal

Hasil uji Kolmogrov-Smirnov pada Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas menunjukkan nilai Kolmogro-Smirnov sebesar 1,710 dengan nilai probabilitas signifikan (Asymp. Sig) sebesar 0,206. Karena nilai p atau Asymp. Sig > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal. Dengan kata lain, model regresi penelitian ini terdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,60091345
Most Extreme Differences	Absolute	,191
	Positive	,191
	Negative	-,137
Kolmogorov-Smirnov Z		1,710
Asymp. Sig. (2-tailed)		,206
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2020

#### 4.5 Uji Multikolonieritas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolonieritas didalam model regresi, maka perlu diperhatikan hal-hal berikut:

- a. Nilai Tolerance harus lebih besar dari 0,10
- b. Nilai Variance Infaltion Factor (VIF) lebih kecil dari 10.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolonieritas  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,710	2,068		2,278	,026		
KP	,154	,150	,121	1,026	,308	,233	4,298
PM	,833	,129	,759	6,451	,000	,233	4,298

a. Dependent Variable: Y

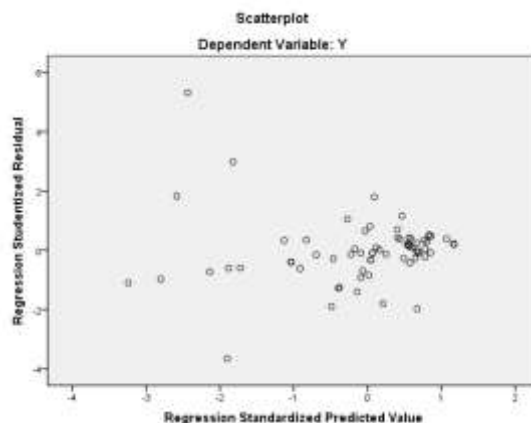
Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2020

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas terlihat bahwa nilai tolerance dari 2 variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF dari 2 variabel independen tersebut kurang dari 10, bahwa dapat disimpulkan tidak ada multikolonieritas.

#### 4.6 Uji Heteroskedastisitas

Dengan melihat grafik plot antara nilai variabel terikat (SRESID) dengan residual (ZPRED). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (menyempit, melebar

maupun bergelombang) maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah maupun diatas angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi homoskedastisitas.



Sumber : Hasil Output SPSS 23, 2020  
 Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar diatas tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

#### 4.7 Uji Regresi Linier Berganda

Selanjutnya sudah dapat dilakukan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis yang telah di rumuskan. Perhitungan regresi linear berganda variabel independen seperti : kualitas pelayanan X1, persepsi manfaat X2, serta kepuasan pengguna pada Y. Sebagai variabel terikat dengan menggunakan bantuan paket program SPSS hasilnya sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	4,710	2,068		2,278	,026	
	KP	,154	,150	,121	1,026	,308	
	PM	,833	,129	,759	6,451	,000	

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2020

Dari hasil pengolahan data pada tabel 4.11 dengan menggunakan SPSS diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4,710 + 0,154 X_1 + 0,833 X_2$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pengguna
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi
- X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan
- X<sub>2</sub> = Persepsi Manfaat

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwa:

- a. Nilai Konstanta (a) sebesar 4,710 artinya jika nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) , Persepsi Manfaat (X2) adalah nol (0) maka besar nilai Kepuasan Pengguna (Y) akan sama

dengan nilai konstanta yaitu 4,710. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna tanpa faktor kualitas pelayanan dan persepsi manfaat bernilai Positif.

- b. Nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,154 dengan tanda koefisien positif, artinya jika faktor Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan satu satuan maka Kepuasan Pengguna (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,154 dengan asumsi variabel bebas lain tetap.
- c. Nilai koefisien variabel Persepsi Manfaat (X2) sebesar 0,833 dengan tanda koefisien positif, artinya jika faktor harga mengalami peningkatan satu satuan maka Kepuasan Pengguna (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,833 dengan asumsi variabel bebas lain tetap.
- d. Dari kedua koefisien diatas, variabel Persepsi Manfaat (X2) memiliki nilai koefisien yang paling tinggi sebesar 0,833 sedangkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,154. Hal ini berarti variabel Persepsi Manfaat (X2) memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

#### 4.8 Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

- (1) Jika T hitung > T tabel, sedangkan Jika  $sig < 0.05$ , maka  $H_a$  diterima.
- (2) Jika T hitung < T tabel, sedangkan Jika  $sig > 0.05$ , maka  $H_a$  ditolak.

Tabel 8. Hasil Uji – t

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4,710	2,068		2,278	,026
	KP	,154	,150	,121	1,026	,308
	PM	,833	,129	,759	6,451	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2020

Berdasarkan Tabel 4.12 Hasil Uji – t dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### 1. Variabel Kualitas Pelayanan

Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1,026 < 1,991 (t tabel). Dengan nilai signifikan > 0,05, yaitu sebesar 0,308.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, yang artinya adalah bahwa variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pengguna Go-Pay.

##### 2. Variabel Persepsi Manfaat

Dari hasil perhitungan dapat diperoleh nilai t hitung untuk variabel Persepsi Manfaat perhitungan dapat diperoleh 6,451 > 1,991 (t tabel). Dengan nilai probabilitas < 0,05, yaitu sebesar 0,000.

Dengan demikian dapat diartikan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yang artinya adalah bahwa variabel Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pengguna Go-Pay.

#### 4.9 Uji Simultan (Uji – f)

Berikut ini adalah tabel hasil uji simultan (uji – F) untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat).



Tabel 9. Hasil Uji – F

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3103,190	2	1551,595	116,632	,000 <sup>a</sup>
	Residual	1024,360	77	13,303		
	Total	4127,550	79			

a. Predictors: (Constant), PM, KP  
 b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2020

Berdasarkan Tabel 4.13 Hasil uji – F dapat dijelaskan Dari hasil uji Anova atau uji F, nilai F hitung adalah sebesar 116,632 dengan probabilitas signifikan yang menunjukkan 0,000. Yang berarti bahwa nilai pengujian lebih kecil dari tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05. Untuk  $F_{hitung}$  116,632 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,12 ( $116,632 > 3,12$ ) maka  $H_a$  diterima.

Dengan demikian Kualitas Pelayanan dan Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Go-Pay.

#### 4.10 Uji Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Menurut Santoso (2001), untuk regresi linier sederhana digunakan R Square sebagai koefisien determinasi secara keseluruhan.

Tabel 10. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,867 <sup>a</sup>	,752	,745	3,647

#### 4.11 Rangkuman Hasil Penelitian

No	Alat Analisis	Hasil	Keterangan
1.	Uji Validitas	R hitung > r tabel	Kualitas Pelayanan (X1) yang terdiri dari 7 butir pernyataan dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung}$ lebih besar dari $r_{tabel}$ , ( $r_{hitung} > 0.2199$ ), Persepsi Manfaat (X2) yang terdiri dari 7 butir pernyataan dapat dikatakan tidak valid, karena $r_{hitung}$ kurang besar dari , ( $r_{hitung} > 0.2199$ )
2.	Uji Reliabilitas	Cronbach's Alpha > 0,6	Kepuasan Pengguna (Y) yang terdiri dari 8 butir pernyataan dapat dikatakan valid, karena $r_{hitung}$ lebih besar dari ( $r_{hitung} > 0,2199$ ) nilai $r_{alpha}$ dari semua variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Persepsi Manfaat dan kepuasan pengguna memiliki nilai yang lebih besar dari tabel ( $r_{alpha} > 0,6$ )

No	Alat Analisis	Hasil	Keterangan
			<p>nilai <math>r_{\alpha}</math> pada variabel Kualitas Pelayanan, persepsi manfaat dan kepuasan pengguna Cronbach's <math>&gt; 0,6</math> (<math>0,971 &gt; 0,6</math>)</p> <p>dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari semua variabel baik variabel Kualitas Pelayanan, Persepsi Manfaat dan Kepuasan Pengguna dapat dinyatakan reliabel.</p>
3.	Regresi Linear Berganda	$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ $Y = 4,710 + 0,154 X_1 + 0,833 X_2$	<p>Nilai Konstanta sebesar 4,710 artinya jika nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Manfaat (X2) adalah nol (0), maka besar nilai Kepuasan Pengguna (Y) akan sama dengan nilai konstanta yaitu 4,710.</p> <p>Nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,154 dengan tanda koefisien positif, artinya jika faktor Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan suatu satuan maka Kepuasan Pengguna (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,154.</p> <p>Nilai koefisien variabel Persepsi Manfaat (X2) sebesar 0,833 dengan tanda koefisien positif, artinya jika faktor Persepsi Manfaat mengalami peningkatan satu satuan maka Kepuasan Pengguna (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,833.</p>
4.	Koefisien Determinasi	$R^2 = 0,745$ atau 74,5%.	<p>Besarnya kontribusi antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Manfaat (X2) terhadap kepuasan pengguna sebesar 74,5% dan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p>
5.	Uji t (Parsial)	$T_{hitung} > T_{tabel}$ $X_1 = (1,026 < 1,991)$ $X_2 = (6,451 > 1,991)$	<p>Kualitas Pelayanan Tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Go-Pay</p> <p>Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Go-Pay</p>
6.	Uji F (Simultan)	$0,000 < 0,05$	<p>Variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Manfaat berpengaruh secara bersamaan terhadap Go-Pay.</p>

## 5. KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna pada layanan Go-Pay. Artinya Kualitas Pelayanan yang diberikan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna pada layanan Go-Pay.
2. Persepsi Manfaat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna pada layanan Go-Pay. Artinya semakin baik Persepsi Manfaat yang diberikan pihak Go-Pay maka akan meningkatkan kepuasan pengguna sehingga konsumen akan terus bertambah.
3. Kualitas Pelayanan dan Persepsi Manfaat berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna pada layanan Go-Pay. Hal ini membuktikan bahwa kedua variabel tersebut memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna pada layanan Go-Pay.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang bisa diberikan antara lain :

1. Dikarenakan faktor Kualitas Pelayanan tidak mempengaruhi Pengguna layanan Go-Pay maka sebaiknya pihak manajemen Go-Pay perlu memperbaiki agar jumlah pelanggan setiap saat terus meningkat sedangkan variabel Persepsi Manfaat memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pengguna layanan Go-Pay, maka sebaiknya pihak manajemen dapat membuat kebijakan yang bisa mempertahankan Persepsi Manfaat.
2. Penulis mengharapkan adanya peneliti lain yang mengembangkan penelitian ini misalnya dengan menggunakan metode lain dan menambahkan variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afipuddien dan Sugiyono. 2018. Pengaruh Dukungan Organisasi, Komitmen Afektif Dan Perilaku Ekstra Peran Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Nur Medinah Intermedia. Vol 2, No.1.
- [2] Anandya Cahya Hardiawan. 2013, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online, Semarang: Universitas Diponegoro.
- [3] Asrori, Mohammad. (2009). Psikologi Pembelajaran. Bandung: CV Wacana Prima.
- [4] Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [5] Barnes, J. G. 2003. Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan). Yogyakarta: Andi.
- [6] Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- [7] Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- [8] Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- [9] Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [10] Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [11] Hardiansyah .2011. Kualitas Pelayanan Publik. Yogyakarta: Gava Media.
- [12] Jogiyanto, H.M. 2007. Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman– Pengalaman. Yogyakarta: BPFE.
- [13] Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo.
- [14] Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- [15] Kotler, Philip dan Gary, Armstrong, 2010. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi Keduabelas, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- [16] Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta.
- [17] Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- [18] Noor. Juliansyah, 2011, Metodologi Penelitian, Prenada Media Group, Jakarta.
- [19] Rahmat, Jalaluddin. 1990. Teori-Teori Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [20] Santoso, Singgih. 2001. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik, Jakarta: Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- [21] Santoso, Singgih. 2001. Mengolah Data Statistik Secara Profesional. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- [22] Subana, M., Sudrajat, 2011, Dasar – Dasar Penelitian Ilmiah, Bandung: Pustaka Setia.
- [23] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- [24] Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [25] Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [26] Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [27] Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. Total Quality Management (TQM) - Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- [28] Venkatesh, V. dan Davis, F.D. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. Management Science, 46 (2), pp. 186–204