Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan GOPAY Menggunakan Structural Equation Modeling (Studi Kasus: Kota Surabaya)

Aulia Mufidatur Rosida[1], I Kadek Dwi Nuryana[2]

[1,2] Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
[1]aulia.17051214064@mhs.unesa.ac.id
[2]dwinuryana@unesa.ac.id

Abstrak*— GOPAY adalah dompet digital yang dapat digunakan oleh masyarakat umum, khususnya warga Surabaya, kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia yang sebagian besar masyarakatnya menggunakan ponsel untuk bertransaksi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi kebahagiaan pengguna GOPAY. ada 6 faktor yang berkaitan dalam pengaruh kepuasan pelanggan, yaitu *technological self-efficacy, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, security system, dan perceived trust.* Ada 100 responden survei masyarakat Surabaya yang menggunakan minimal 1 kali tranksasi aplikasi GOPAY. Penyebaran kuesioner secara online menjadi sumber data utama untuk penelitian ini. Karena model SEM digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data, maka model yang digunakan tidak terbatas untuk menggunakan variabel tambahan lain pada model penelitian dengan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini yaitu pengaruh *perceived ease of use* terhadap *customer satisfaction, technological self-efficacy* terhadap *customer satisfaction, perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness,* dan *perceived ease of use* terhadap *customer satisfaction* menunjukkan hubungan signifikan dan positif yang menimbulkan ada 3 faktor yang saling mempengaruhi pada kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan GOPAY.

***Kata Kunci*— Kepuasan Pelanggan, Layanan GOPAY, *Technological Self-Efficacy, Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Security System, Perceived trust,* SEM, PLS-SEM.**

I. PENDAHULUAN

Uang tunai sekarang jarang dijadikan kebutuhan pokok bagi kalangan masyarakat untuk melakukan transaksi karena kebutuhan sudah terpenuhi dengan adanya dompet digital. Dompet digital merupakan suatu bentuk kartu elektronik yang dikembangkan melalui perangkat digital seperti telepon seluler yang sering kita jumpai untuk melakukan transaksi secara online dan juga mengirim uang secara online dari satu pelanggan seluler ke pelanggan seluler lainnya. Interaksi jual-beli hanya diperlukan kartu debit atau kredit yang terhubung dengan aplikasi dompet digital. Transaksi dompet digital bukan saja untuk memudahkan pengguna dalam bertransaksi, namun juga memberikan kepuasan dan perlindungan bertransaksi serta keefisiensian transaksi kepada pelanggan dimana saja dan kapan saja [14].

Di Indonesia, dompet digital pertama kali diperkenalkan oleh Telkomsel pada tahun 2007 dengan diluncurkannya T-Cash. Setahun kemudian, Indosat meluncurkan Dompetku, dan XL Axiata meluncurkan XL Tunai. Saat itu hanya isi pulsa, data internet, dan transfer uang ke bank anggota ATM Bersama yang ditawarkan, dan layanannya masih terbilang terbatas [24]. Dikarenakan sektor perekonomian di Indonesia semakin berkembang pesat, maka permintaan layanan di bidang ekonomi juga ikut melejit untuk perubahan transaksi konvensional menjadi digital. Seperti GOPAY yang dirilis tahun 2016 dan marak digunakan tahun 2018 [11], selain bisa digunakan pada layanan aplikasi GOJEK itu sendiri, GOPAY bisa juga untuk transaksi lainnya seperti pembayaran di berbagai *merchant* pusat perbelanjaan, dan lain-lain.

GOPAY adalah dompet digital komprehensif yang mempermudah transaksi seluruh layanan GOJEK serta ratusan mitra bisnis lainnya. Memungkinkan pengguna mengirim dan menerima uang dengan mudah menggunakan smartphone atau sistem perbankan lainnya. Hanya dengan scan sekali melalui QR Code membayar dan bertransaksi melalui GOPAY lebih mudah, serta juga bisa untuk bertransaksi di warung, supermarket, restoran atau rekan usaha lainnya dengan nyaman tanpa khawatir dompet tertinggal [9]. Transaksi pada GOJEK mengalami peningkatan sebanyak 10% dan GOPAY mengikuti kenaikan menjadi 2 kali lipat di masa pandemi Covid-19 ini, diikuti dengan jumlah pengguna yang mencapai 38 juta yang menggunakan platform ini [13].

Dengan banyaknya pengguna GOJEK, maka penggunaan GOPAY dalam melakukan transaksi dapat lebih mudah dan murah dibandingkan menggunakan transaksi tunai. Namun, dengan canggihnya dan mudahnya penggunaan GOPAY ini maka pengguna juga seringkali mengalami modus penipuan. Modus penipuan yang sering dilakukan yaitu pengurasan saldo GOPAY pengguna, selain itu bisa juga menguras saldo rekening pengguna [6]. Karena ada banyak kasus penipuan yang terjadi di dunia maya dan semakin umum terjadi di seluruh dunia, maka penting untuk mempertimbangkan keamanan dan privasi pengguna [14]. Layanan GOPAY sangat bergantung pada jaringan internet untuk melakukan akses penggunaannya dengan stabil dan cepat, namun jika jaringan internet yang digunakan terputus ataupun lambat, maka GOPAY akan mengalami kendala [20].

Dengan meningkatnya penyedia layanan dompet digital di Indonesia, maka tingkat kepuasan konsumen menjadi perhatian. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa teknologi saja bukanlah alasan yang baik untuk mengubah perilaku; Sebaliknya, teknologi memainkan peran penting dalam menghadirkan tingkat kebahagiaan pengguna [2]. Jika

semakin mudah menggunakan teknologi dompet digital maka semakin meningkat juga tingkat kegunaannya. Maka kepercayaan diri terkait dengan penggunaan pembayaran digital juga meningkatkan kepuasan konsumen untuk mencoba hal baru. Dan pentingnya untuk memperhatikan keamanan dan privasi pengguna dikarenakan banyaknya kasus dalam pelanggaran informasi yang menyebabkan penyerangan data privasi seseorang, penipuan kartu kredit, dan juga kejahatan dunia maya yang semakin marak [14].

Berdasarkan uraian diatas, maka terdapat tujuh variabel yang akan digunakan peneliti untuk menganalisis hubungannya terkait dengan kepuasan pelanggan, yaitu *technological self-efficacy, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, security system,* dan juga *perceived trust*, karena dompet digital memiliki banyak manfaat yang dapat digunakan oleh masyarakat, khususnya pengguna di Kota Surabaya yang mana dengan kota padat penduduk dengan tingkat penggunaan dompet digital yang relatif tinggi [3].

II. METODE PENELITIAN

Sebuah penelitian perlu mengadopsi strategi dan metode penelitian yang tepat agar kebenarannya dapat dijamin dan tujuannya dapat tercapai.

A. Jenis Penulisan

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk penelitian penjelasan, yang sering disebut penelitian deskriptif, yaitu dengan data berupa angka-angka yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu perkiraan, dengan mengumpulkan data melalui survei dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk mendapatkan data primer [18].

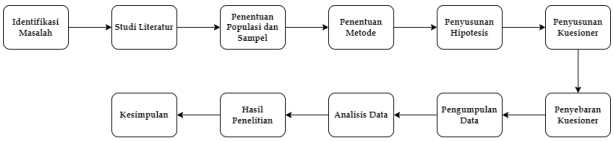
B. Ruang Lingkup Penelitian

1)Lokasi dan Objek Penelitian: Objek penelitian ini merupakan pengguna aplikasi GOJEK yang menggunakan layanan GOPAY pada lingkup Kota Surabaya.

2)Variabel Penelitian: Ada tujuh variabel yang saling terkait pada penelitian ini, yaitu variabel bebas ada pada *technological self-efficacy, perceived risk, security system, perceived trust.* Dan variabel terikat yaitu *customer satisfaction, perceived ease of use,* dan *perceived usefulness*.

C. Tahap Penelitian

Pada tahap ini menjelaskan alur penelitian yang dilakukan penulis seperti berikut.



Gbr. 1 Tahap Penelitian

Berikut penjelasan dari Gbr.1:

1) Identifikasi Masalah: mengidentifikasi suatu masalah yang diambil untuk melakukan penelitian. Permasalahan yang akan diidentifikasi pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan GOPAY dengan menganalisis *technological self-efficacy, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, security system,* dan *perceived trust* pada masyarakat Kota Surabaya.

2) Studi Literatur: tahapan kedua yang digunakan penulis untuk mempelajari, mencari dan menemukan sumber literatur dari buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu sebagai referensi yang mendukung penelitian.

3) Penentuan Populasi dan Sampel: tahapan ini peneliti menetapkan populasi yaitu pengguna GOPAY di Kota Surabaya, dan sampel diambil dengan menerapkan random sampling.

4) Penentuan Metode: Penentuan Metode didasarkan pada studi literatur yang tepat berdasarkan permasalahan penelitian. Peneliti menggunakan *technological self-efficacy* (TSE), *perceived ease of use* (PEU), *perceived usefulness* (PU), *perceived risk* (PR), *security system* (SS), dan *perceived trust* (PT), *customer satisfaction* (SAT) sebagai metode penelitian ini.

5) Penyusunan Hipotesis: Penyusunan hipotesis digunakan sebagai kerangka analisis. Dalam penelitian ini terdapat 9 hipotesis yang akan diteliti.

6) Penyusunan Kuesioner: Setelah menentukan hipotesis tahapan selanjutnya adalah menyusun pernyatan sebagai alat untuk memperoleh data penelitian. Kuesioner yang akan disebarkan dalam penelitian ini memiliki 23 pernyataan yang dibagi menjadi 7 variabel penelitian.

7) Penyebaran Kuesioner: Penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan platform google form sebagai cara memperoleh 100 responden.

8) Pengumpulan Data: Di dalam pengumpulan data berisikan data yang telah terkumpul dari penyebaran kuesioner yang dikelompokkan sesuai dengan kriteria.

9) Analisis Data: Pada titik ini, peneliti menggunakan program Samrtpls versi terbaru untuk menganalisis data.

10) Hasil Penelitian: Pada tahap ini berisikan jawaban yang didapat setelah analisis dilakukan.

11) Kesimpulan: Tahapan ini merupakan tahap akhir yang berisikan pernyataan singkat yang merupakan ringkasan dari hasil penelitian dan juga merupakan jawaban dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

TABEL I
VARIABEL DAN INDIKATOR PENELITIAN

No.	Variabel	Indikator	Kode
1.	Technological Self-Efficacy	Sistem *top-up* GOPAY sangat mudah dipelajari	TSE1
		Sistem GOPAY mudah diakses untuk metode pembayaran apapun	TSE2
		GOPAY tergabung dalam berbagai sistem pembayaran *merchant*/toko dan tagihan pembayaran (ex:	TSE3

		PDAM, Token, PLN, BPJS) untuk memudahkan transaksi dengan mudah dan cepat	
		GOPAY tergabung dengan sistem *banking* yang bisa melakukan transfer uang antar pengguna atau bank dengan nyaman dan aman	TSE4
		GOPAY terintegrasi dengan toko *merchant* untuk memudahkan pembayaran dan memberikan point lebih kepada pengguna (ex: potongan harga pengguna GOPAY, *reward point*)	TSE5
2.	Perceived Ease of Use	GOPAY mudah digunakan hanya dengan *scan* QR Code pada pembayaran *merchant* tanpa harus memasukkan kode apapun di perangkat *merchant* sehingga bisa *contactless* dan aman	PEU1
		Dengan adanya GOPAY, konsumen mendapat keuntungan dalam efisiensi dan efektivitas dalam melakukan pembayaran tanpa khawatir lupa membawa dompet	PEU2
		Akses fitur layanan GOPAY memiliki bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami	PEU3
		Layanan GOPAY memberikan kebutuhan yang lebih kepada pelanggan (ex: memberi diskon pengguna baru, memberi diskon di *event* tertentu)	PEU4
		Saya yakin penggunaan GOPAY pada era *cashless* sangat memberi kemudahan melakukan transaksi	PEU5
3.	Perceived Usefulness	Pemakaian fitur promo dan *cashback* GOPAY membuat pengguna mendapat *reward* langsung dengan nominal *reward* masuk pada menu Riwayat GOPAY	PU1
		GOPAY memudahkan pengguna melakukan transaksi tidak hanya pada layanan GOJEK tetapi juga berkerja sama dengan *e-commerce* lainnya. (ex: Tiktokshop, Tokopedia)	PU2
4.	Perceived Risk	GOPAY menjamin kerahasiaan transaksi dan data pribadi saya	PR1
		Saya tidak mengalami kendala saat melakukan transaksi menggunakan GOPAY	PR2
		Transaksi melalui aplikasi GOPAY memiliki privasi yang sangat tinggi	PR3
5.	Security System	Aplikasi GOPAY mampu menjaga keamanan privasi pelanggan dari pihak ketiga	SS1
		GOPAY memberikan pelayanan keamanan dengan peraturan dan kebijakan yang dipaparkan sebelum penggunaan aplikasi dan tersedia pada *website* GOJEK sendiri	SS2
		Saya yakin kemungkinan kehilangan uang pada aplikasi GOPAY sangat rendah	SS3
6.	Perceived Trust	Fitur-fitur dalam aplikasi GOPAY dapat dipercaya untuk melakukan transaksi	PT1
		Informasi pada aplikasi GOPAY yang ditawarkan pada konsumen dapat dipercaya kelancaran dalam penggunaan	PT2
		GOPAY memenuhi tanggung jawabnya untuk para konsumen	PT3
7.	Customer Satisfaction	Saya percaya sistem *top-up* GOPAY tergabung dengan sistem *banking*, toko retail/*merchant*, dan *top-up* melalui driver sangat memberikan kemudahan dan kenyamanan transaksi bagi pengguna	SAT1
		GOPAY memudahkan pengguna untuk melakukan apa saja yang dia inginkan pada layanan GOPAY	SAT2

E. Hipotesis Penelitian

Penelitian ini memuat konsep penelitian yang merupakan kombinasi antara penelitian terdahulu oleh [14] dan [16], berikut adalah gambar kerangka penelitian yang diajukan.

Gbr. 2 Konsep Penelitian

Dari Gbr. 2 dijelaskan bahwa hipotesis penelitian yang diajukan oleh peneliti sebagai berikut:

H1 : Technological Self-Efficacy berpengaruh terhadap Perceived Ease of Use

H2 : Technological Self-Efficacy berpengaruh terhadap Perceived Usefulness

H3 : Technological Self-Efficacy berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

H4 : Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Perceived Usefulness

H5 : Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

H6 : Perceived Usefulness berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

H7 : Perceived Risk berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

H8 : Security System berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

H9 : Perceived Trust berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

F. Populasi dan Sampel

Data responden dikumpulkan untuk penelitian ini dengan mengirimkan survei online melalui Google Form kepada warga Kota Surabaya yang tergabung dalam grup GOPAY di media sosial, percakapan individu dengan responden, dan melalui grup WhatsApp.

Jumlah populasi dalam penyelidikan ini tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu, sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Cochran [22] sebagai berikut untuk mencari jumlah sampel jika ukuran populasi yang tepat tidak diketahui:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} = \frac{(1{,}96)^2(0{,}5)(0{,}5)}{0{,}10} = 96{,}04$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang dibutuhkan

Z^2 : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel, yakni 95%

p : Peluang benar 50% = 0,5

q : Peluang salah 50% = 0,5

e^2 : Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) atau tingkat kesalahan yang masih dapat ditolerir. Tingkat error maksimum sebesar 10%

Jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 96,4 atau dibulatkan menjadi 100 responden yang merupakan warga Kota Surabaya dan pernah menggunakan GOPAY minimal satu kali transaksi, berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan metode Cochran.

G. Teknik Pengumpulan Data

Skala Likert adalah alat pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini. Alat ukur yang disebut skala Likert digunakan untuk mengukur pandangan, sikap, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial [12]. Dengan menggunakan 5 skala poin. Berikut adalah kategori skala pilihan jawaban untuk kuesioner.

TABEL III
SKALA LIKERT

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

H. Teknik Analisis Data

Data yang didapatkan setelah melakukan penyebaran kuesioner lalu diproses untuk dianalisis. Peneliti melakukan analisis data statistic deskriptif serta analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

1) Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik yang dikenal sebagai analisis deskriptif digunakan untuk menguji data dengan mengkarakterisasi atau memperjelas data yang dikumpulkan, tanpa bermaksud menarik kesimpulan atau generalisasi yang luas. [22]

2) Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Model Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang digunakan dalam penelitian ini, yang menurut [1] terdapat 2 bagian tahapan analisis yaitu:

a. Measurement Model

Validitas dan reliabilitas suatu model dievaluasi menggunakan model pengukuran, kadang-kadang

disebut sebagai model eksternal. Dalam mengevaluasi model pengujian validitas, digunakan teknik validitas konvergen dan validitas diskriminan. Nilai cross loading dengan nilai AVE atau nilai di atas 0,7 diperiksa, dan juga *Fornell Larcker Criterion*. Serta pengujian reliabilitas dilihat dari nilai *Cronbach's alpha* dengan nilai > 0,6 dan *Composite Reliability* > 0,7 [7].

b. Structural Model

Hubungan antar variabel dijelaskan oleh model struktural, kadang-kadang disebut model batin dengan ditunjukkan dengan arah anak panah langsung yang saling berhubungan dan juga faktor gangguan pada semua variabel yang berkaitan [1]. Nilai R-Square sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 digunakan dalam inner model untuk menguji dampak variabel laten; semakin besar nilai R-Square maka semakin efektif model penelitian tersebut[1], serta menguji ketepatan hipotesis dalam penelitian dengan menggunakan nilai hasil uji t-statistik dengan membedakan hasil t hitung dan t tabel atau menggunakan nilai p-value. T-statistik dinyatakan signifikan jika angka < 0,05 [7], maka:

H0 dinyatakan diterima apabila nilai p-value < 0,05.

H0 dinyatakan ditolak apabila nilai p-value > 0,05.

Jika H0 diterima maka hasilnya berdampak signifikan, namun jika H0 ditolak maka hasilnya berdampak tidak signifikan.

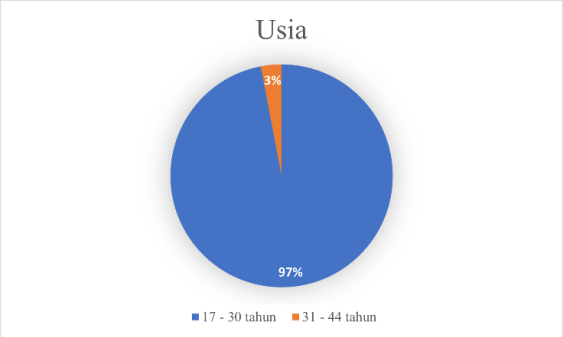
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Hasil Analisis Data*

Seratus responden membuat analisis yang dilakukan untuk penelitian ini, yang menggunakan transaksi GOPAY minimal satu kali transaksi dengan kriteria responden yang meliputi usia, pekerjaan, dan jumlah transaksi yang pernah dilakukan oleh Pengguna GOPAY minimal satu bulan.

Diagram berikut menampilkan atribut masing-masing responden:

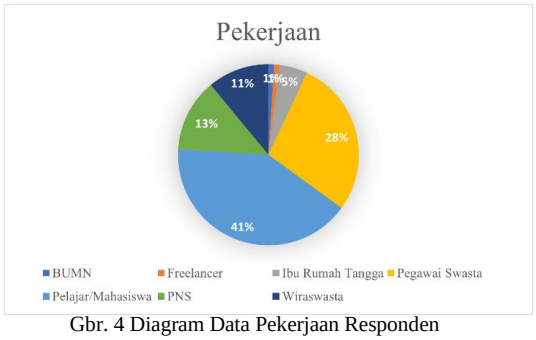
1) Usia



Gbr. 3 Diagram Data Usia Responden

Gambar 3 menunjukkan bahwa dari 100 responden pengguna GOPAY di Kota Surabaya paling banyak mayoritas berusia 17-30 tahun dengan sebanyak 97 orang (97%), dan sisanya berusia 31-44 tahun dengan sebanyak 3 orang (3%).

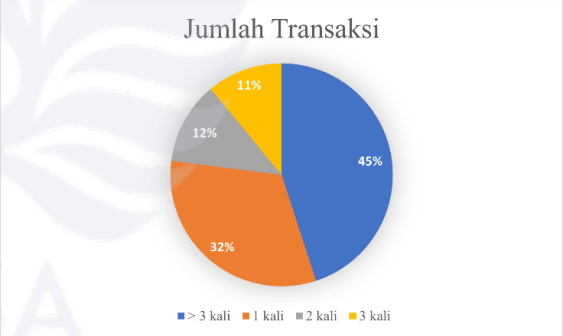
2) Pekerjaan



Gbr. 4 Diagram Data Pekerjaan Responden

Gambar 4 menunjukkan bahwa responden pengguna GOPAY di Kota Surabaya mayoritas masyarakat menggunakan GOPAY adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 41 orang (41%), diikuti dengan pegawai swasta sebanyak 28 orang (28%), lalu ibu rumah tangga sebanyak 5 orang (5%), wiraswasta sebanyak 11 orang (11%), BUMN sebanyak 1 orang (1%), dan freelancer sebanyak 1 orang (1%), dan yang terakhir PNS sebanyak 13 orang (13%).

3) Jumlah transaksi yang dilakukan 1 bulan terakhir



Gbr. 5 Diagram Data Jumlah Transaksi Responden dalam 1 Bulan Terakhir

Berdasarkan diagram 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden pengguna GOPAY di Kota Surabaya berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan dalam 1 bulan terakhir adalah yang melakukan transaksi sebanyak >3 kali transaksi yaitu 45 orang (45%), lalu yang melakukan transaksi 1 kali sebnayak 32 orang (32%), diikuti dengan responden yang melakukan transaksi 2 kali sebanyak 12 orang (12%), dan yang terakhir responden yang sering melakukan transaksi 3 kali sebanyak 11 orang (11%).

B. *Hasil Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*

1) Hasil Pengujian Outer Model (Measurement Model)

a. *Convergent Validity* (Validitas Konvergen)
Nilai Loading Factor dan Nilai AVE pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

TABEL IIIII
NILAI LOADING FACTOR

Variabel Laten	Indikator	Loading Factor
Technological Self-Efficacy	TSE1	0,822
	TSE2	0,849
	TSE3	0,863
	TSE4	0,730
	TSE5	0,741
Perceived Ease of Use	PEU1	0,862
	PEU2	0,871
	PEU3	0,858
	PEU4	0,843
	PEU5	0,816
Perceived Usefulness	PU1	0,833
	PU2	0,889
Security System	SS1	0,882
	SS2	0,899
	SS3	0,905
Perceived Trust	PT1	0,947
	PT2	0,933
	PT3	0,921
Perceived Risk	PR1	0,913
	PR2	0,847
	PR3	0,911
Customer Satisfaction	SAT1	0,861
	SAT2	0,839

Berdasarkan hasil Tabel III nilai *loading factor* pada penelitian ini > 0,7 sehingga seluruh variabel yang digunakan dinyatakan valid. Lalu selanjutnya, uji validitas dapat dilihat dengan menggunakan nilai AVE, yang mana diperlukan angka > 0,5 maka dikategorikan baik atau valid.

TABEL IVV
NILAI AVE

Variabel Laten	AVE
Technological Self-Efficacy	0,723
Perceived Ease of Use	0,723
Perceived Usefulness	0,793
Security System	0,872
Perceived Trust	0,742
Perceived Risk	0,801
Customer Satisfaction	0,645

Dilihat dari Tabel IV menunjukkan angka AVE pada penelitian ini diatas 0,5 maka seluruh variabel dinyatakan valid dan baik.

b. *Discriminant Validity* (Validitas Diskriminan)
Pengujian validitas diskriminan dapat dilakukan dengan melihat nilai *Fornell Larcker Criterion*.

TABEL V
NILAI *FORNELL LARCKER CRITERION*

	SAT	PEU	PR	PT	PU	SS	TSE
SAT	0,850						
PEU	0,791	0,850					
PR	0,624	0,522	0,891				
PT	0,718	0,706	0,706	0,934			
PU	0,668	0,793	0,627	0,673	0,862		
SS	0,698	0,660	0,799	0,801	0,731	0,895	
TSE	0,806	0,798	0,554	0,680	0,693	0,632	0,803

Dari Tabel V nilai *fornell larcker criterion* pada penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang tinggi dan valid dikarenakan memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding nilai korelasi antar konstruk lainnya.

c. *Composite Reliability*
Menurut [7] suatu penelitian dinyata reliabel apabila nilai dari *Composite Realiability* > 0,7 dan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Berikut hasil nilainya.

TABEL VI
NILAI CRONBACH'S ALPHA & COMPOSITE RELIABILITY

Variabel Laten	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Evaluasi Model
Technological Self-Efficacy	0,616	0,839	Reliabel
Perceived Ease of Use	0,904	0,929	Reliabel
Perceived Usefulness	0,869	0,920	Reliabel
Security System	0,926	0,953	Reliabel
Perceived Trust	0,655	0,852	Reliabel
Perceived Risk	0,876	0,924	Reliabel
Customer Satisfaction	0,861	0,900	Reliabel

Dari Tabel VI semua variabel penelitian memiliki nilai > 0,7 pada *composite reliability* dan nilai > 0,6 untuk *cronbach's alpha*. Maka keseluruhan variabel lolos pengujian reliabilitas.

2) Hasil Pengujian Inner Model (Structural Model)

a. Analisis R-Square
Konstruk dependen atau model dependen dapat dinilai dengan menggunakan uji t dan perhitungan nilai R-Square, dan juga signifikansi dari koefisiensi parameter jalur structural [7].

TABEL VII
NILAI R-SQUARE

	R Square	R Square Adjusted
Customer Satisfaction	0,753	0,737
Perceived Ease of Use	0,638	0,634
Perceived Usefulness	0,638	0,631

Berdasarkan Tabel VII nilai R-Square pada penelitian ini ada 3 variabel laten yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Untuk variabel *customer satisfaction* dipengaruhi oleh 5 variabel yang yang memiliki nilai R-Square sebesar 0,737 atau 73,7%, yang berarti variabel laten *technological self-efficacy, perceived ease of use, perceived usefulness, security*

system, perceived trust, dan *perceived risk* secara garis besar dapat menjelaskan *customer satisfaction* sebesar 73,7%, sedangkan lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Untuk variabel *perceived ease of use* dipengaruhi langsung oleh *technological self-efficacy* yang memiliki nilai R-Square sebesar 0,634 atau 63,4%. Dan untuk *perceived usefulness* dipengaruhi oleh *technological self-efficacy* dan *perceived ease of use* dengan nilai R-Square sebesar 0,631 atau 63,1% dan selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain.

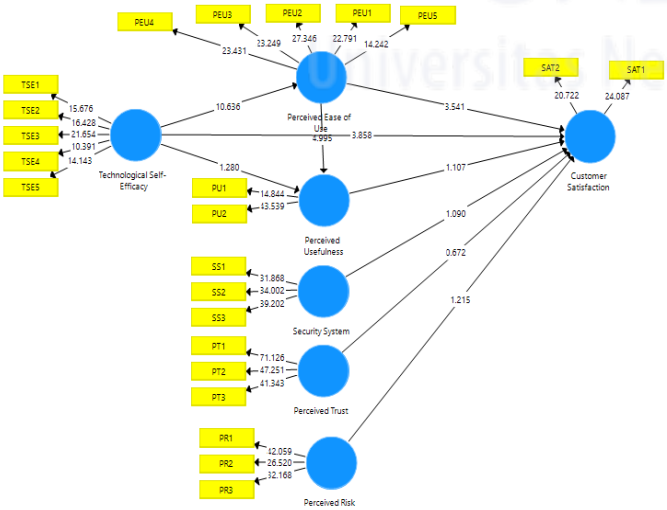
b. Pengujian Hipotesis

Apabila nilai p-value dan t-statistic sama-sama kurang dari 0,05 dan nilai t-tabel lebih besar dari 1,653, maka uji hipotesis disetujui. Maka berikut hasil dari olah data penelitian ini.

TABEL VIII
HASIL PATH COEFFICIENTS

Hipotesis	Org. Sample	T-Stats	P-Value	Ket.
PEU -> SAT	0,370	3,528	0,000	Diterima
PEU -> PU	0,659	5,302	0,000	Diterima
PR -> SAT	0,137	1,167	0,244	Ditolak
PT -> SAT	0,079	0,670	0,503	Ditolak
PU -> SAT	-0,129	1,156	0,248	Ditolak
SS -> SAT	0,129	0,118	0,272	Ditolak
TSE -> SAT	0,388	0,110	0,000	Diterima
TSE -> PEU	0,798	0,073	0,000	Diterima
TSE -> PU	-0,129	0,121	0,168	Ditolak

Berdasarkan Tabel VIII disimpulkan ada sembilan hipotesis yang diajukan, dan ada empat hipotesis yang berpengaruh positif signifikan dikarenakan mempunyai nilai t-statistik > 1,653 dan nilai p-value < 0,05 maka dari itu hipotesis tersebut diterima. Namun terdapat lima hipotesis yang ditolak karena p-value lebih dari 0,05 dan nilai t-statistic kurang dari 1,653 yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Dibawah ini merupakam Gambaran visual dari pengujian hipotesis penelitian ini pada model SEM-PLS menggunakan SmartPLS 3.0 yang diuji.



Gbr. 6 Visualiasi Pengujian Hipotesis

C. *Pembahasan*

H_1 : Technological Self-Efficacy berpengaruh terhadap Perceived Ease of Use

Berdasarkan temuan pengujian pada model pengukuran SEM, nilai yang menunjukkan efikasi diri teknologi dengan nilai estimasi sebesar 10,964 dan nilai koefisien dengan p-value 0,000 < 0,05 mempunyai pengaruh positif terhadap kesan kemudahan penggunaan. Sehingga hipotesis 1 **diterima**.

Dalam konteks teknologi seluler, dibutuhkan keahlinan, pemahaman, dan juga keterampilan untuk menggunakan teknologi seluler sehingga dapat mudah untuk digunakan. Maka dari itu teknologi sangat berpengaruh pada kemudahan penggunaan.

H_2 : Technological Self-Efficacy berpengaruh terhadap Perceived Usefulness

Nilai yang mewakili efikasi diri teknologi terhadap keunggulan yang dirasakan memiliki nilai estimasi sebesar 1,379 dan nilai koefisien dengan p-value 0,168 > 0,05, sesuai dengan temuan pengujian pada model pengukuran SEM. Ditentukan bahwa Persepsi Kegunaan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh Efikasi Diri Teknologi. Sehingga hipotesis 2 **ditolak**.

Pada penelitian [24] menyatakan bahwa self-efficacy dengan perceived usefulness signifikan dan berpengaruh positif. Namun, berbeda dengan hipotesis diatas yang tidak memiliki pengaruh signifikan yang mengakibatkan hipotesis ditolak.

H_3 : Technological Self-Efficacy berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

Temuan pengujian model pengukuran SEM menunjukkan bahwa nilai yang mencerminkan dampak efikasi diri teknologi terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai estimasi sebesar 3,528, dan nilai koefisiennya memiliki nilai p-value sebesar 0,000 < 0,05. Kepuasan pelanggan ditemukan dipengaruhi secara signifikan oleh kemanjuran teknologi. Sehingga hipotesis 3 **diterima**.

Technological Self-Efficacy Selain memberikan dampak menguntungkan yang besar terhadap niat individu di masa depan yang menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi, kapasitas mereka dalam merencanakan dan melaksanakan tindakan yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan tugas yang diberikan juga dapat berdampak besar terhadap hal tersebut.

H_4 : Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Perceived Usefulness

Berdasarkan temuan pengujian hipotesis 4, persepsi kegunaan berkorelasi positif dengan persepsi kesederhanaan penggunaan. Mengingat nilai p adalah 0,000 < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa persepsi kegunaan dipengaruhi secara positif oleh persepsi kesederhanaan penggunaan. Maka hipotesis 4 **diterima**.

Pada penelitian [14] menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan mempunyai korelasi positif dengan

variabel persepsi kemudahan penggunaan. Dengan demikian, teori tersebut diterima.

H_5 : Perceived Ease of Use berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

Nilai yang menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai estimasi sebesar 3,528 dan nilai koefisien dengan p-value 0,000 < 0,05, sesuai dengan temuan pengujian pada model pengukuran SEM. Ditentukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif secara signifikan oleh persepsi kesederhanaan penggunaan. Sehingga hipotesis 5 **diterima**.

Kemudahan penggunaan yang dirasakan pelanggan sangat berpengaruh dalam kepuasan, karena teknologi seluler dibuat untuk mempermudah dalam suatu proses yang akan dirasakan oleh pelanggan.

H_6 : Perceived Usefulness berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

Nilai yang mewakili manfaat yang dirasakan dari kepuasan pelanggan memiliki nilai estimasi sebesar 1,156 dan nilai koefisien dengan p-value 0,248 > 0,05, sesuai dengan temuan pengujian pada model pengukuran SEM. Ditentukan bahwa kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh manfaat yang dirasakan. Sehingga hipotesis 6 **ditolak**.

Meskipun hipotesis ditolak, Namun, manfaat yang dirasakan tetap menjadi elemen utama yang memengaruhi niat konsumen untuk menggunakan berbagai teknologi dalam segala hal. Hal ini dapat dilihat dari mayoritas responden dengan usia 17-30 tahun yang mana mereka memilih kinerja teknologi tersebut dibandingkan dengan kemudahan penggunaannya.

H_7 : Perceived Risk berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

Nilai yang mewakili manfaat yang dirasakan dari kepuasan pelanggan memiliki nilai estimasi sebesar 1,167 dan nilai koefisien dengan p-value 0,244 > 0,05, sesuai dengan temuan pengujian pada model pengukuran SEM. Ditentukan bahwa kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh manfaat yang dirasakan. Sehingga hipotesis 7 **ditolak**.

Meskipun hipotesis risiko tidak berpengaruh langsung dengan kepuasan pelanggan, namun risiko yang untuk penggunaan teknologi seluler pada GOPAY sangat berpengaruh untuk keamanan data diri pelanggan dalam aplikasi tersebut.

H_8 : Security System berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

berdasarkan temuan uji hipotesis sistem keamanan terhadap kepuasan pelanggan yang mempunyai nilai p-value 0,272 > 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan tidak ada hubungan nyata antara sistem keamanan dan kebahagiaan konsumen. Sehingga hipotesis 8 **ditolak**.

Pada beberapa penelitian terdahulu pada system keamanan suatu teknologi seluler memiliki pengaruh positif yang signifikan, seperti contoh penelitian dari [21] bahwa sistem keamanan berperan penting dalam pengaruh sikap pengguna dalam berbelanja online yang berakibat meningkatkan kepuasan pelanggan, namun pada penelitian ini penulis mendapatkan hasil yang tidak signifikan yang mengakibatkan hipotesis ditolak.

H_9 : Perceived Trust berpengaruh terhadap Customer Satisfaction

Temuan uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat p-value sebesar 0,503 > 0,05 untuk persepsi kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak banyak dipengaruhi oleh keyakinan yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis 9 **ditolak**.

Jika semakin tinggi tingkat kepercayaan maka akan meningkatnya Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen [17]. Namun pada kasus kepercayaan pelanggan dalam menggunakan teknologi masih minim akan kesadaran. Maka hipotesis 9 ditolak.

IV. KESIMPULAN

Temuan menunjukkan bahwa empat dari sembilan hipotesis yang ditolak diterima. Berikut hipotesis yang diakui:

1) Perceived Ease of Use -> Customer Satisfaction
2) Technological Self-Efficacy ->Customer Satisfaction
3) Perceived Ease of Use -> Perceived Usefulness
4) Perceived Ease of Use -> Customer Satisfaction

Dari hasil hipotesis yang diterima, dapat disimpulkan bahwa rasa kepuasan pengguna GOPAY di Kota Surabaya dapat tercipta melalui kualitas layanan GOPAY. Yang mana kemampuan GOPAY untuk memberikan kemudahan pengguna dalam bertransaksi, dan memberikan pelayanan yang baik dengan menciptakan rasa puas kepada pengguna. Selain itu, ada 5 hipotesis yang ditolak karena tidak memenuhi kriteria yang ditetapkan.

V. SARAN

Mengingat temuan-temuan penelitian ini, rekomendasi-rekomendasi berikut mungkin dapat dibuat oleh para peneliti untuk pengembangan penelitian-penelitian lebih lanjut:

1) Peneliti masa depan diharapkan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan ukuran sampel dan populasi yang lebih besar.
2) Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggali lebih luas variabel orang untuk mencapai hasil terbaik.

REFERENSI

[1] Alfa, A. A. G. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen Dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. repository.upi.edu, 21-37.

[2] Amin, M., Azhar, A., Amin, A., & Akter, A. (2015). Applying the Technology Acceptance Model In Examining Bangladeshi consumers' behavioral intention to use Mobile Wallet: PLS-SEM Approach.

[3] Ardianto, K. & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompet Digital dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13-26.

[4] Barrett-Maitland, N., Barclay, C., & Osei-Bryson, K.-M. (2016). Security in Social Networking Services: A Value-Focused Thinking Exploration in Understanding Users' Privacy and Security Concerns. *Information Technology for Development, 22*(3), 464-486.

[5] Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*.
[6] CNN Indonesia. (2020). https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200110144058-185-464222/modus-penipuan-yang-kerap-dipakai-kuras-gopay-pengguna-gojek. (Diakses 9 Mei)
[7] Ghozali, I. & Latan, H. (2017). Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
[8] Gojek. (2022). https://www.gojek.com/en-id/. (Diakses 9 Mei)
[9] Gopay. (2021). https://gopay.co.id/id#tentang-gopay. (Diakses 9 Mei)
[10] Huang, E. (2008). Use and Gratification in E-Consumers. *Internet Research*, *18*(4), 405-426.
[11] Iprice.co.id. (2019). https://iprice.co.id/. E-Wallet Lokal masih Mendominasi Q2 2019-2020.
[12] Iskandar, B. & Hamdani, A, U. (2017). Desain Dan Pengujian Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Studi Kasus : PT. XYZ. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia, 1(2), 67-72.
[13] Katadata.co.id. (2022). https://katadata.co.id/. Mengenal 6 Dompet Digital Terbaik di Indonesia.
[14] Karim, M. W., Chowdhury, M. A., & Haque, A. A. (2022). Study of Customer Satisfaction Towards E-Wallet Payment System in Bangladesh. *American Journal of Economics and Business Innovation (AJEBI)*, *1*(1), 2831-5588.
[15] Lee, M. C. (2009). Factors Influencing The Adoption Of Internet Banking: An Integration Of TAM And TPB With Perceived Risk And Perceived Benefit. *Journal Electronic Commerce Research and Applications*, *8*(3).
[16] Lui, K. H. & Jamieson, R. (2003). Integrating Trust and Risk Perceptions in Business to Consumer Electronic Commerce with Technology Acceptance Model. *European Conference on Information Systems (ECIS)*.
[17] Mahendra, P. K. & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 1-5.
[18] Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan dan Riset. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, *13*(1), 17-26.
[19] Pham, T.-T. T., & Ho, J. C. (2014). What are the Core Drivers in Consumer Adoption of NFC-Based Mobile Payments?: A Proposed Research Framework. *Proceedings of PICMET '14 Conference: Portland International Center for Management of Engineering and Technology: Infrastructure and Service Integration*, 3041-3049.
[20] Ratnasanti, Tifa Laila; Wahjono, Imam Sentot. (2023). Manfaat dan Bahaya Mobile Payment GOPAY Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Penerbit : Research Gate.
[21] Rohmatin, I.& Andjarwati, A.L. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 104-112.
[22] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
[23] Wijaya, E., & Octafilia, Y. (2021). Importance of Consumer Satisfaction to Improve Consumer Trust LinkAja Digital Wallet. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, *3*(6).
[24] Wartaekonomi. (2019). https://wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompet-digital. (Diakses 25 Agustus).
[25] Wongso, H. & Ramadania. (2021). Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Risk terhadap Intention to Use Mobile Banking Bank Kalbar. *Proceeding Seminar Bisnis*, 224-239.

UNESA
Universitas Negeri Surabaya