

**PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN DAN INOVASI TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI GOJEK
PADA FITUR GOPAY**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Palu*

Oleh:

FAHIRA RIZKIANA
NIM: 20.5.15.0050

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 29 April 2024 M
20 *Syawal* 1445 H



Penulis

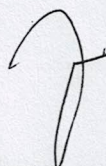
Fahira Rizkiana
NIM. 20.5.15.0050

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek pada Fitur Gopay”** oleh mahasiswa atas nama Fahira Rizkiana NIM: 20.5.15.0050, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing sepakat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diujikan.

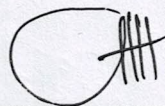
Palu, 29 April 2024 M
20 Syawal 1445 H

Pembimbing I



Irham Pakkawaru, S.E., MSA. AK
NIP. 19780505 201503 1 001

Pembimbing II



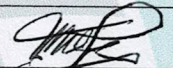

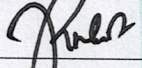


Nurfitriani, S.EI., M.E
NIP. 19931207 201903 2 012

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudari Fahira Rizkiana NIM: 20.5.15.0050, dengan judul “Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek pada Fitur Gopay” yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 27 Maret 2024 M, yang bertepatan dengan tanggal 16 *Ramadhan* 1445 H, di pandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah yang dapat di terima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

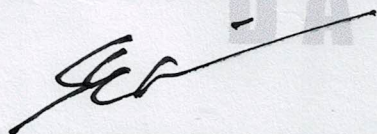
Palu, 29 April 2024 M
20 Syawal 1445 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Malkan, M.Ag.	
Munaqisy 1	Abdul Jalil, S.E., M.M	
Munaqisy 2	Rizki Amalia, S.Si., M.Ak.	
Pembimbing 1	Irham Pakkawaru, S.E., MSA., Ak	
Pembimbing 2	Nurfitriani, S.E.I., M.E	

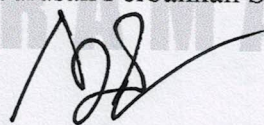
Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.
NIP. 19650612 199203 1 004

Ketua
Jurusan Perbankan Syariah



Abdul Jalil, S.E., M.M
NIP. 19871110 201903 1 006

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ
أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini, Penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, perhatian dan pengarahan. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Teristimewa kedua orang tua penulis yaitu Ayah Moh. Lutfi, S.E dan Ibu Sri Susilowati yang selalu mengiringiku dengan doa, memberikan cinta kasih sayang, motivasi yang tak putus-putus, hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis. Semoga Allah membalas semua ketulusan dan melimpahkan rahmat-Nya.
2. Prof. Dr. H. Lukman S Thahir, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Bapak Dr. Hamlan, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Hamka, S.Ag., M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. H. Faisal Attamimi, S.Ag., M.Fil.I. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan kemudahan dalam menimbah ilmu pengetahuan di kampus hijau Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu.

3. Dr. Sagir Muhammad Amin, M,Pd.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I, sebagai Dekan Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Malkan, M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Abdul Jalil, M.M selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Dosen Penasehat Akademik dan serta Sekertaris Jurusan Ahmad Haekal, S.Hum., M.Si. yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan pada skripsi ini.
5. Irham Pakkawaru, S.E., MSA. AK selaku pembimbing I dan Nurfitriani, S.El., M.E, selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing Penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
7. Seluruh staf akademik dan umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
8. Teruntuk saudara penulis kakak Nurfadillah, Putri Farah, dan adik Moh. Fachry, Ahmad Alfajar, Ibnu Reyhan terimakasih atas segala doa, usaha, dan motivasi terhadap penulis yang selalu menyertai perjalanan hidupku selama ini.
9. Kepada Bripda Mohammad Fitrah Sanuke yang dengan penuh cinta dan kesabaran selalu setia menemani penulis dalam kondisi apapun. Serta memberikan dukungan moril maupun materil, dan tidak pernah lelah

mendoakan untuk Penulis selama perkuliahan. Terimakasih telah menjadi bagian yang terbaik dari perjalanan penulis hingga sekarang.

10. Teruntuk kakak ipar penulis Abdul Rahman Wahab, S.Pd dan Abdul Rahim Wahab, S.Pd.I terimakasih atas segala usaha dan motivasi yang sangat berarti untuk penulis, semoga Allah membalas segala kebaikannya.
11. *Last but not least* terimakasih Nia kurniawati, S.E, Nurhalifah, S.E, Shalsabillah, S.E telah menjadi bestie yang selalu menemani penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
12. Segenap keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan doa dan dukungan sepanjang perjalanan pendidikan penulis
13. Teman-teman jurusan Perbankan Syariah angkatan 2020 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi pada penulis.
14. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
15. Semau pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Akhirnya, kepada semua pihak yang namanya tidak sempat termuat dalam pengantar ini, Penulis mohon maaf serta terima kasih atas bantuan, motivasi dan kerjasamanya. Penulis senantiasa mendoakan semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah swt.

Palu, 29 April 2024 M
20 Syawal 1445 H

Penulis

Fahira Rizkiana
NIM. 20.5.15.0050

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTARK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
D. Garis-Garis Besar Isi	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Kajian Teori.....	10
1. Perilaku Konsumen.....	10
2. Teknologi Informasi	19
3. Kepercayaan	20
4. Inovasi.....	24
5. Gojek.....	27
C. Kerangka Pemikiran	29
D. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
D. Variabel Penelitian.....	37
E. Defenisi Operasional.....	38

F. Instrumen Penelitian.....	39
G. Teknik Pengumpulan Data.....	40
H. Teknik Analisis Data.....	41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
B. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian.....	50
C. Deskripsi Variabel Penelitian	54
D. Uji Instrumen Penelitian.....	62
E. Uji Asumsi Klasik	65
F. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
G. Uji T (Uji Parsial).....	69
H. Uji F (Uji Simultan).....	71
I. Uji R	71
J. Hasil Pengujian Hipotesis.....	72
K. Pembahasan	73

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	78
B. Implementasi	78
C. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.2	: Fitur Gojek	28
Tabel 3.1	: Defenisi Jumlah populasi pengguna aplikasi gojek pada fitur gopay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2020-2022	35
Tabel 3.2	: Jumlah Sampel pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah	36
Tabel 3.3	: Jumlah Sampel pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah	36
Tabel 3.4	: Jumlah Sampel pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Syariah.....	37
Tabel 3.5	: Defenisi Operasional	38
Tabel 4.1	: Deskripsi Kuesioner	50
Tabel 4.2	: Angkatan	50
Tabel 4.3	: Jurusan	51
Tabel 4.4	: Jenis Kelamin	51
Tabel 4.5	: Dari Mana Mengenal GoPay	52
Tabel 4.6	: Apakah Merasa Terbantu dengan Adanya GoPay	52
Tabel 4.7	: Sudah Berapa Lama Menggunakan GoPay.....	53
Tabel 4.8	: Seberapa Sering Menggunakan GoPay	53
Tabel 4.9	: Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Kepercayaan	55
Tabel 4.10	: Distribusi Frekuensi Variabel Inovasi.....	57
Tabel 4.11	: Distribusi Frekuensi Variabel Menggunakan GoPay.....	60
Tabel 4.12	: Hasi Uji Validitas Tingkat Kepercayaan.....	62
Tabel 4.13	: Hasi Uji Validitas Inovasi	63
Tabel 4.14	: Hasi Uji Validitas Keputusan Menggunakan Gopay	64
Tabel 4.15	: Hasil Uji Reabilitas	65
Tabel 4.16	: Uji Heteroskedastisitas.....	66
Tabel 4.17	: Uji Normalitas	67
Tabel 4.18	: Uji Multikolonieritas	68
Tabel 4.19	: Uji Regresi Berganda	68
Tabel 4.20	: Uji T	70
Tabel 4.21	: Uji F	71
Tabel 4.22	: Uji R.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Modul Perilaku Konsumen	13
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Hasil Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran 3	: Hasil Uji Frekuensi X_1 , X_2 , Y , dan Data Responden
Lampiran 4	: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Lampiran 5	: Hasil Uji Multikolonieritas, Heteroskedastisitas dan Normalitas
Lampiran 6	: Hasil Analisis Regresi Berganda
Lampiran 7	: Hasil Uji F
Lampiran 8	: Hasil Uji R
Lampiran 9	: Lembar Pengajuan Judul Skripsi
Lampiran 10	: Surat Keterangan Pembimbing
Lampiran 11	: Surat Keterangan Izin Penelitian
Lampiran 12	: Kolmogrov-smirnov Tabel
Lampiran 13	: T_{tabel}
Lampiran 14	: F_{tabel}
Lampiran 15	: R_{tabel}
Lampiran 16	: Dokumentasi
Lampiran 17	: Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama Penulis : Fahira Rizkiana
NIM : 20.5.15.0050
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Gopay.

Penelitian ini berjudul Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gopay. Penelitian ini memiliki 2 variable independen yaitu Tingkat Kepercayaan dan Inovasi serta 1 variable dependen yaitu Menggunakan Fitur Gopay. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gopay.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Datokarama Palu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020 - 2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *stratified random sampling* sebanyak 79 Mahasiswa. Dengan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan kuesioner. Adapun Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil olahan statistik yang dibantu dengan program *SPSS 24 For Windows*, menunjukkan bahwa Tingkat Kepercayaan (X1) diperoleh nilai Thitung 0,038 < Ttabel 1,990 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.970 pada tabel coefficients dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.970 > 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Tingkat Kepercayaan (X1) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

Inovasi (X2) diperoleh nilai Thitung 6,400 > Ttabel 1,990 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,000 pada tabel coefficients dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.000 < 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Inovasi (X2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X2) terhadap variabel (Y) yaitu 0,716 atau 71,6%.

Uji Anova (Anova (Analisis Of Varians), atau F tes diperoleh dari hasil uji F. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (X1), dan Inovasi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

Saran dari penulis yaitu Penelitian ini hanya terbatas pada responden yang berjumlah 79 orang responden yang dirasa masih terlalu kecil dibandingkan dengan jumlah mahasiswa UIN Datokarama Palu sehingga belum dapat terlihat secara jelas perbedaan faktor dari mahasiswa menggunakan Menggunakan Aplikasi GoPay, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu dalam pengambilan data. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel dan memilih lokasi / tempat penelitian lain supaya jangkauan penelitian dapat lebih luas.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (*TIK*) yang relatif cepat ini telah mempengaruhi perkembangan perekonomian dunia. Negara-negara sedang berkembang di wilayah Asia Pasifik, termasuk Indonesia menunjukkan bahwa difusi teknologi informasi berkorelasi positif cukup kuat dengan tingkat pendapatan perkapita, salah satu ukuran kesejahteraan sebuah Negara.¹ Teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang membuat perubahan dalam kehidupan manusia. Misalnya saja dalam bidang budaya, perekonomian, pertahanan, keamanan serta pendidikan. Untuk itu semua pihak yang ada didalamnya wajib berbenah dan mengikuti perkembangan yang ada.²

Pembayaran dengan sistem non tunai yang dikenal saat ini yaitu uang elektronik. Uang elektronik adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.³ Ada beberapa jenis yang dapat digunakan dalam pembayaran elektronik yaitu digital cash atau *e-cash*, *e-wallet*, *smart card*. Setiap jenis pembayaran tersebut memiliki cara transaksi yang berbeda karena punya karakteristik, fungsi, manfaat, serta keunggulan masing-masing.

FinTech (*Financial Technology*) merupakan inovasi di bidang jasa keuangan yang lagi tren di Indonesia. Fintech dapat memberikan pengaruh kepada

¹Rachmadi Usman, Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran, *Yuridika: Jurnal Hukum Universitas Airlangga*, Vol. 32, No. 1, (2017): 134 – 135. <https://ejournal.unair.ac.id/YDK/article/view/4431> (Diakses 26 Juli 2023).

²Aliyya La Aba Wastakbaru, *Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) TCash Sebagai Alat Transaksi Pada Pelanggan Telkomsel (Tinjauan Ekonomi Keuangan Islam)*, (Tesis Diterbitkan, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018), 2.

³Anjar Priyono, Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vo.21, No.1, (2017), 88. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6> (Diakses 26 Juli 2023).

masyarakat secara luas melalui akses terhadap produk keuangan sehingga transaksi menjadi lebih praktis, mudah, dan efektif. Kreativitas dan inovasi di bidang teknologi informasi dan komunikasi (*TIK*) pada akhirnya akan merambah ke berbagai aktivitas kehidupan manusia.⁴

Menurut Jogiyanto kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensintesis informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil (*outcomes*) yang berkaitan. Sedangkan menurut Ba dan Pavlou kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Morgan dan Hunt dalam Wanandi mendefinisikan bahwa kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan adalah penilaian oleh seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mensintesis informasi dan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan pada situasi yang tak pasti.⁵

Inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru.

⁴Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology* (Jakarta: Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020), 7.

⁵Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Suputra, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 27, No. 2, (2019), 935-936. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/45848> (Diakses 26 Juli 2023).

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru.⁶

Salah satu perusahaan *fintech* yang tengah berkembang saat ini yaitu GoPay yang dimiliki oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (GoJek). PT. GoJek Indonesia merupakan perusahaan penyedia aplikasi mobile yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, layanan pembayaran, dan layanan lainnya.⁷

Salah satu produk dari uang elektronik yang berbasis server, yakni GoPay merupakan produk yang memberikan penawaran yang menarik bagi penggunanya. Dari sisi lain GoPay memberikan kemudahan bagi konsumen yakni fasilitas yang dimiliki PT. GoJek terbilang unik dan prodeder yang lainnya. Kemudahan dalam bertransaksi memberikan kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin sebanyakmana pun.⁸

Akan tetapi pengembangan *e-money* khususnya GoPay masih belum optimal dikarenakan masyarakat masih terbiasa menggunakan uang tunai dan belum meratanya informasi kepada masyarakat mengenai aplikasi yang mendukung pembayaran melalui system *e-money* di Kota Palu.

Fakta di lapangan menunjukan bahwa masyarakat masih gemar menggunakan uang kartal, seperti uang kertas dan uang logam. Transformasi

⁶ Rurie Wiedya Rahayu, PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN INOVASI TEKNOLOGI TERHADAP APLIKASI GO PAY DARI PT. GOJEK INDONESIA (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta), *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 27, No. 2, (2019), 935-936. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/45848> (Diakses 26 Juli 2023).

⁷Rifqy Tazkiyyaturrohman, Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern, *Jurnal Muslim Heritage*, Vol. 3, No.1, (2018), 22. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/view/1240> (Diakses 22 Juli 2023).

⁸Tri Inda F Rahma, Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology, *Jurnal At-Tawwasuth*, Vol. 3, No. 1, (2018), 641. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/1704> (Diakses 24 Juli 2023).

berwujud uang mampu menciptakan transaksi uang yang mudah dan efisien dari perkembangan teknologi tersebut. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi dan keuangan mayoritas menawarkan kemudahan untuk bertransaksi melalui nontunai yaitu uang elektronik.

Objek pada penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Hal ini didasarkan pada observasi awal yang dilakukan oleh peneliti bahwa Mahasiswa baik yang memiliki penghasilan atau belum memiliki penghasilan tetap, namun mahasiswa juga aktif dalam menggunakan transaksi secara non tunai seperti gopay dikarenakan banyaknya mahasiswa yang berasal dari luar kota Palu adalah salah satu faktor mahasiswa menggunakan transaksi non tunai seperti gopay tersebut. Dengan dukungan *gadget* atau *smartphone* yang dimiliki mahasiswa, maka semakin mempermudah untuk menggunakan layanan perbankan yang berbasis internet, salah satunya adalah penggunaan transaksi non tunai dengan fasilitas *handphone* yang mereka miliki.

Adapun fonemenma yang menarik perhatian peneliti yaitu pada aplikasi gopay pernah terjadi beberapa eror seperti pengguna gopay kehilangan saldo, ada saldo yang tiba-tiba masuk ke akun gopay, adapun yang aplikasinya eror sehingga tidak bisa login, hal ini yang membuat peneliti tertarik dan melakukan penelitian pada pengguna aplikasi gopay.

Berdasarkan uraian latar belakang dan data-data di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Gopay”**.

B. Rumusan masalah

Dari uraian diatas maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek Pada Fitur Gopay?
2. Apakah inovasi berpengaruh Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek Pada Fitur Gopay?
3. Apakah persepsi tingkat kepercayaan dan inovasi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan aplikasi gojek pada Fitur Gopay?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui apakah tingkat kepercayaan berpengaruh Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek Pada Fitur Gopay?
- b. Untuk mengetahui apakah inovasi berpengaruh Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek Pada Fitur Gopay?
- c. Untuk mengetahui apakah Tingkat Kepercayaan dan inovasi berpengaruh Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek Pada Fitur Gopay?

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan di Pengaruh Persepsi Kemudahan, Resiko dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek pada Fitur Gopay
- b. Sumbangan pemikiran dalam mengisi khazanah ilmu pengetahuan, pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya dan perpustakaan (UIN) DatokaramaPalu pada umumnya yang dalam bentuk karya tulis ilmiah khususnya disiplin pengetahuan perbankan syariah.
- c. Bagi peneliti lain, dengan adanya hasil penelitian ini menjadi bahan referensi, dan dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

D. Garis-Garis Besar Isi

Garis-garis besar ini merupakan gambaran penulis mengenai hal-hal yang di ungkap di dalam materi pembahasan tersebut sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan. Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan garis-garis besar skripsi ini.

BAB II Kajian Pustaka. Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian. Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, defenisi operasional, intrumen penelitian, tehnik pengumpulan data, dan tehnik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang sejarah singkat Mahasiswa UIN Datokaram Palu, deskripsi kuesioner dan sampel, deskripsi variabel penelitian, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, hasil uji hipotesis, dan pembahasan.

BAB V Penutup, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya dan telah diuji hasil sebelumnya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian yang sekarang dengan sebelumnya. Dalam penelitian ini dengan judul “Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek pada Fitur Gopay”. Penulis menggunakan 4 judul penelitian yaitu :

Table 2.1
Persamaan, Perbedaan dan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan	Metode Analisis	Temuan Penelitian
1	Nurdin Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, Abdul Jalil ¹	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu	Untuk mengetahui Apakah Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan dapat mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan	Menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan metode <i>incidental sampling</i> .	Dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki nilai Thitung sebesar $1.378 < 1.988$, maka H1 ditolak, variabel kepercayaan memiliki nilai Thitung sebesar $2.208 > 1.988$, maka H2 diterima, variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai Thitung sebesar $1.785 < 1.988$, maka H3 ditolak. Dan hasil uji R2 sebesar 0.301, hal tersebut berarti variabel minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel manfaat,

¹Nurdin Nurdin, Rukma Ningrum, dkk, Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu, *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* Vol. 3, No.1 (2021). <https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/issue/view/5> (Diakses 08 Oktober 2023).

			Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu		kepercayaan, dan kemudahan penggunaan. Secara parsial dari tiga variable yang diuji tidak satupun mempengaruhi minat nasabah menggunakan mobile banking.
2	Raihanah Basalama, Nurdin Nurdin, Ahmad Haekal, Noval Noval, Abdul Jalil ²	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu.	Bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan fintech gopay pada generasi milenial di kota Palu.	Menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan metode <i>aksidental sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak persepsi kemudahan dan risiko mampu menjelaskan perubahan terhadap minat menggunakan fintech gopay. Namun secara parsial hanya persepsi kemudahan yang berpengaruh Sig.nifikan terhadap minat menggunakan fintech gopay, sementara risiko tidak berpengaruh Sig.nifikan. Hal ini disebabkan oleh generasi milenial tidak mementingkan risiko dalam melakukan pengambilan keputusan, hasil ini didukung oleh teori dari valensi dimana konsumen meminimalkan risiko terhadap penggunaan suatu produk dan jasa. Kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa aplikasi gopay dianggap mudah dan memiliki risiko yang kecil. Berdasarkan hal tersebut maka disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini, menggunakan variabel yang tidak diteliti oleh peneliti dan

²Raihanah Basalama, Nurdin Nurdin, dkk, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu., *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI* Vol. 4, No.1 (2022). <https://jurnaljiebi.org/index.php/jiebi/issue/view/11> (Diakses 08 Oktober 2023).

					mengembangkan penelitian ini dengan memilih objek yang lebih luas. Dengan mengangkat topik yang sama namun dengan menambahkan variabel agar dapat menggambarkan minat penggunaan fintech.
3	Sri Maharsi ³	Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna <i>Internet Banking</i> di Surabaya	Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan apakah kepercayaan mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap internet banking di Surabaya	Sampel dalam penelitian ini berjumlah 106, yang merupakan pengguna internet banking dari bank BCA, Lippo, Mandiri, Niaga, BII, Permata, Bukopin dan Mega. Alat statistik yang digunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM).	Mengindikasikan bahwa opportunistic behaviour control merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap internet banking, diikuti oleh shared value dan komunikasi, penelitian ini juga membuktikan bahwa kepercayaan berperan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna internet banking.
4	Cleanita Imra'atul	Analisis Persepsi	Bertujuan untuk	Menggunakan metode	Berdasarkan uji penelitian yang dilakukan ditemukan hasil: (1)

³Sri Maharsi, Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 8, No.1 (2006). <https://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/article/view/16581> (Diakses 20 Juli 2023).

Khasanah dan Nur Huri Mustofa ⁴	Nasabah, Kepercayaan dan Brand Image Terhadap Minat Dan Keputusan Nasabah Menabung	mengetahui Persepsi Nasabah, Kepercayaan dan Brand Image Terhadap Minat dan Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Jateng Syariah KCP Boyolali	analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan metode sampel jenuh	Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, (2) Kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung, (3) Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, (4) Minat berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung.
--	--	--	--	---

B. KajianTeori

1. Perilaku Konsumen

Berkaitan dengan konsep perilaku konsumen, perlu dipahami beberapa hal. Tujuan utama dalam mengkonsumsi suatu produk yang dijual dipasar adalah untuk memaksimalkan kepuasan total (*total satisfaction*). Para ekonomi menyebut sebagai utility total (*total utility*) konsumen yang diperoleh ketika ia mengonsumsi suatu produk.⁵

a. Pengertian Keputusan Perilaku Konsumen

Sebelum kegiatan pemasaran, yang dilakukan manajer pemasaran adalah harus terlebih dahulu mempelajari perilaku konsumen agar dapat melakukan strategi yang tepat.

⁴ Cleanita Imra'atul Khasanah dan Nur Huri Mustofa, Analisis Persepsi Nasabah, Kepercayaan dan Brand Image Terhadap Minat Dan Keputusan Nasabah Menabung., *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI* Vol. 4, No.2 (2022). <https://jurnaljiebi.org/index.php/jiebi/issue/view/12> (Diakses 08 Oktober 2023).

⁵Aulia Tasman dan Havidz Alima, *Ekonomi Manejerial dengan Pendekatan matematis*, (Edisi Revisi, Cet.2, Jakarta: Rajawali Pers, 2003), 137.

“Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana tentang individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka.”⁶

Schiffan dan Kanuk menyatakan bahwa:

“ *The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using evaluating, and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs.*”⁷ (Istilah perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhannya.)

Nugroho mendefenisikan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dan mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan ini.⁸ Dari teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan konsumen yang mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Perilaku konsumen berpusat kepada pribadi masing-masing setiap orang. Dalam setiap diri manusia tentu memiliki perilaku yang berbeda, begitu juga perilaku dalam pengambilan keputusan. Pemahaman mengenai perilaku konsumen merupakan kunci kesuksesan utama bagi para pemasar. Jadi, dapat diambil individu yang secara langsung melalui suatu proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa.

The American Marketing Association mendefenisikan perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara efeksi dan kognisi, perilaku, dan

⁶ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Cet. XIII; Jakarta: Erlangga, 2009), 166.

⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 35.

⁸ Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 3.

lingkungannya dimana manusia melakukan tindakan pertukaran dalam hidup mereka.⁹ Dari defenisi tersebut terdapat tiga ide penting, yaitu : (1) Perilaku konsumen adalah dinamis, (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar; dan (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.

Dengan demikian perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencapaian, penelitian, dan mengevaluasi produk dan jasa.¹⁰ Perilaku konsumen merupakan suatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen selain dari mengenai kualitas produk juga meliputi harga produk, promosinya, juga mengenai tempat dimana barang tersebut dijual. Jika harga suatu produk tidak terlalu tinggi maka konsumen tidak terlalu membutuhkan waktu lama untuk memikirkan dan melakukan aktifitas perilaku konsumen untuk membeli. Aktivitas memikirkan, mempertimbang-kan, dan mempertanyakan barang sebelum membeli merupakan atau termasuk kedalam perilaku konsumen.

b. Jenis-jenis Perilaku Konsumen

Pada dasarnya, perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi dua yaitu:

1) Perilaku konsumen yang bersifat rasional

Adalah tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum yakni seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan umum, serta manfaat produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya.

2) Perilaku konsumen yang bersifat irasional

Adalah perilaku yang mudah terbujuk oleh rayuan marketing dan suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.

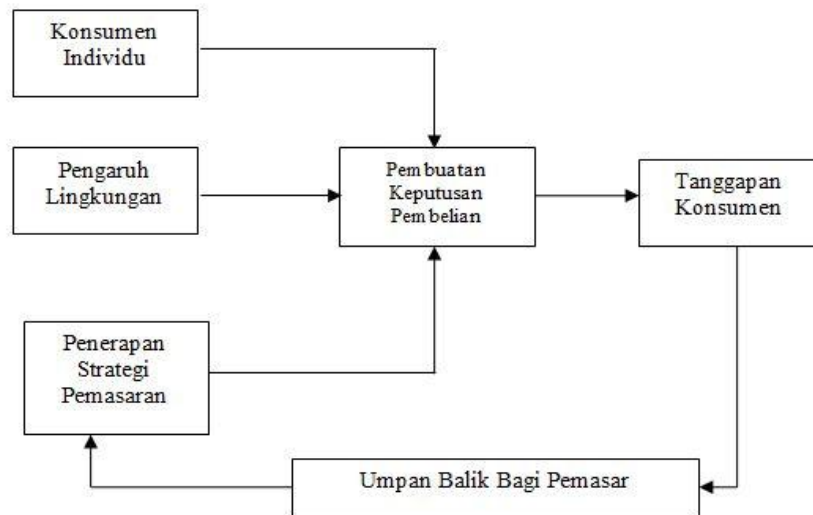
⁹Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Edisi Revisi, Cet. 5, Jakarta: Kencana 2003), 2-3.

¹⁰Anang Firmasyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 2.

c. Modul Perilaku Konsumen

Assael seperti yang dalam buku Anang Firmansyah menggambarkan model perilaku konsumen adalah sebagai berikut :¹¹

Gambar 2.1
Modul Perilaku Konsumen



Dari model gambar diatas terdapat tiga faktor yang memengaruhi keputusan konsumen yaitu:

1) Konsumen secara individu

Pilihan untuk membeli suatu produk atau jasa dengan merek tertentu dipengaruhi oleh hal-hal yang terdapat pada diri konsumen. seperti persepsi terhadap karakteristik merek, sikap konsumen, kondisi demografis, gaya hidup, dan karakteristik kepribadian, akan memengaruhi pilihan individu terhadap berbagai alternatif merek yang tersedia.

2) Lingkungan yang memengaruhi konsumen

Perilaku konsumen terhadap merek dipengaruhi oleh lingkungan yang mengitarinya. Ketika seorang konsumen membeli suatu merek produk mungkin didasari oleh banyak pertimbangan seperti teman, ataupun anggota

¹¹Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 61.

keluarga lainnya yang telah membeli terlebih dahulu. Jadi interaksi sosial turut memengaruhi pada pilihan merek produk yang dibeli.

3) Strategi pemasaran

Pemasaran perusahaan memengaruhi konsumen dengan menggunakan stimuli-stimuli pemasaran, seperti iklan dan sejenisnya agar konsumen bersedia memilih merek produk yang ditawarkan.¹²

d. Perilaku Konsumen dalam Islam

Islam dalam melihat aktifitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan masalah menuju fahlah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam berkonsumsi pun tidak terlepas dari perspektif tersebut. Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalah. Meskipun secara alami motif dan tujuan berkonsumsi (aktifitas ekonomi) dari seorang individu adalah untuk mempertahankan hidupnya.

Dalam Islam keinginan identik dengan sesuatu yang bersumber dari nafsu. Oleh karena itu teori permintaan yang terbentuk dari konsumsi dalam ekonomi Islam didasar atas adanya kebutuhan bukan dari atas kemauan. Pentingnya penegasan dan pembatasan antara keinginan dan kebutuhan menjadi konsumsi dalam perspektif Islam lebih terarah dan terkendali. Kebutuhan merupakan bagian yang penting dalam melanjutkan eksistensi manusia sebagai khilafah dimuka bumi. Kebutuhan, lahir dari suatu pemikiran atau identifikasi secara obyektif atas berbagai sarana yang diperlakukan untuk mendapatkan suatu manfaat bagi kehidupan. Jadi seorang muslim berkonsumsi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhannya sehingga memperoleh manfaat yang setinggi-tingginya bagi kehidupan.¹³

¹² Anang Firmasyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Ed, 1 Cet. 1, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 51.

¹³ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Ed. 1, Cet. 2, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 93.

Oleh karena itu upaya memenuhi kebutuhan hidup konsumsi yang dilakukan oleh seorang muslim akan sangat erat dalam etika dan norma dari konsumsi itu sendiri. Menurut pendapat naqfi terdapat enam aksioma dalam konsumsi meliputi:¹⁴

1) Tauhid (*Unity/Kesatuan*).

Dalam perpektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Sehingga senantiasa berada dalam hukum-hukum Allah SWT (Syariat).

Tauhid adalah bahwa segala aktivitas yang dilakukan adalah bermuara kepada penghambaan diri kepada Allah sebagai pencipta dan sebagai makhluk yang diciptakan tentunya ada maksud dan tujuan kenapa manusia diciptakan.

2) Adil (*Equilibrium/Keadilan*).

Islam memperbolehkan manusia menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah Akan tetapi, pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariat sehingga selain mendapatkan keuntungan material, ia juga merasakan kepuasan spiritual.

3) Kehendak yang bebas (*Free Will*).

Kehendak bebas merupakan kontribusi Islam yang paling orisinil dalam filsafat sosial tentang konsep manusia “bebas”. Hanya Tuhan yang bebas, namun dalam batas-batas skema penciptaan-Nya, manusia juga secara relatif mempunyai kebebasan. Manusia dianugerahi kebebasan untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah di muka bumi.

4) Amanah (*Responsibility*).

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu untuk mempertahankan kualitas keseimbangan.

¹⁴Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Ed. 1, Cet. 2, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 93-94.

Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas, tetapi ia harus mempertanggungjawabkan atas kebebasan tersebut, baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri, maupun diakhirat kelak. Pertanggungjawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT, melainkan juga pada lingkungan.

5) Halal.

Halal adalah syarat yang mutlak dalam kegiatan konsumsi terhadap berbagai barang-barang agar mutu dan kualitas barang tetap terjaga baik secara kebendaan maupun bagaimana cara proses mendapatkannya. Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang dapat menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan dan menimbulkan kemaslahatan untuk umat, baik secara material maupun spritual.

6) Sederhana.¹⁵

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (*bermegah-megahan*) yaitu membuang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan hawa nafsu. Allah SWT sangat mengecam setiap perbuatan yang lampau batas.

Selain itu Islam juga memberi batasan dan arahan dalam berkonsumsi. Setidaknya ada dua hal yang harus diperhatikan dalam berkonsumsi. Dua hal tersebut menjadi bagian penting seseorang dalam berpikir untuk mengkonsumsi barang dan jasa. Adapun yang menjadi batasan dalam berkonsumsi menurut persektif Islam meliputi:

¹⁵Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Ed. 1, Cet. 2, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 93-94.

1) Pembatasan dalam hal kuantitas atau ukuran konsumsi.

Islam melarang ummatnya berlaku kikir. Namun Allah juga tidak menghendaki ummatnya membelanjakan harta yang berlebihan. Dalam hal ini Islam sangat menekankan kewajaran dari segi jumlah, yakni sesuai dengan kebutuhan kita bukan dengan tingkat keinginan kita, karena yang kita ketahui tingkat keinginan manusia tidak terbatas.

2) Pembatasan dalam hal sifat dan cara.

Seorang muslim harus jeli dan sensitif untuk melihat barang yang halal dan haram, jangan karena murah masyarakat menjadi terlena akan nilai-nilai yang telah dijelaskan didalam Al-Qur'an. Seorang muslim harus senantiasa mengkonsumsi sesuatu yang pasti membawa manfaat dan masalah, sehingga jauh dari kesia-siaan dan kemubaziran.

Jika konsumen telah mampu melihat adanya kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi maka yang harus dilakukannya kemudian adalah mengetahui pendapatan yang dapat dibelanjakan untuk masing-masing kebutuhannya itu. Islam tidak membatasi besar pendapatan yang harus dibelanjakan untuk kepentingan akhirat, Islam hanya memberikan dorongan untuk melakukan amal baik misalnya, sadaqah, infaq, dan sebagainya, seperti firman Allah Swt dijelaskan dalam aQur'an (QS. Al-Baqarah : 254).¹⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةً وَلَا شَفَاعَةً وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ ٢٥٤

Terjemahnya :

Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari rezeki yang telah Kami anugerahkan kepadamu sebelum datang hari (Kiamat) yang tidak ada (lagi) jual beli padanya (hari itu), tidak ada juga persahabatan yang akrab, dan tidak ada pula syafaat. Orang-orang kafir itulah orang-orang zalim.

¹⁶Depag. RI, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, (Semarang: CV. Toha Putra, 1989), h. 43

Rahasia dari ayat diatas bahwa harta atau rezeki (pendapatan) yang dikeluarkan hanyalah sebagian saja, sedangkan sebagian yang lainnya digunakan untuk kebutuhan dimasa yang akan datang yaitu dunia dan akhirat, baik berupa tabungan maupun investasi.

Adapun yang menjadi arahan sekaligus aturan prinsip dasar dalam berkonsumsi meliputi:

- 1) Jangan boros.
- 2) Seimbangi pengeluaran dan pemasukan.
- 3) Jangan bermewah-mewah.¹⁷

Kebutuhan adalah senilai dengan keinginan. Dimana keinginan ditentukan oleh konsep kepuasan (*satisfaction*). Tidak demikian dalam perspektif Al-Ghazali, kebutuhan ditentukan oleh konsep masalah, yang tidak dapat dipisahkan dengan tuntunan *maqasid al-Shari'ah*. Argumentasi Al-Ghazali jelas telah membedakan antara keinginan dan kebutuhan (*hajah*), sesuatu yang tampaknya agak sepele tetapi memiliki konsekuensi yang amat besar dalam ilmu ekonomi. Karena dari perbedaan antara keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*), akan terlihat betapa bedanya ilmu ekonomi Islam dengan konvensional. Munculnya ilmu ekonomi konvensional itu sendiri diyakini oleh para penggagasnya karena terjadi kesenjangan antara sumber-sumber daya yang terbatas (*limited resources*) dihadapkan pada keinginan manusia yang tidak terbatas (*unlimited wants*).

Al-Ghazali menekankan pada nilai moral yang begitu ketat dalam memasukkan “keinginan” (*wants*) dalam motif aktivitas ekonomi terutama dalam konsumsi. Kebutuhan” (*needs*) menjadi nafas dalam perekonomian bernilai moral Islam ini, bukan keinginan. Kebutuhan (*al-hajah/need*) lebih didefinisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk kehidupannya. Sementara keinginan (*al-Ragbah wa al-Shahwah/wants*) didefinisikan sebagai desire (kemauan) manusia

¹⁷Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Ed. 1, Cet. 2, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 95.

atas segala hal. Jadi ruang lingkup definisi keinginan akan lebih luas dari definisi kebutuhan. Hingga saat ini, umumnya orang berpendapat bahwa kebutuhan manusia terbagi menjadi dalam tiga hal yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Demikian juga Al-Ghazali juga membagi kebutuhan manusia menjadi tiga bagian dilihat dari kekuatan substansinya masalah yaitu: Pertama, *daruriyyah* yaitu tujuan yang menempati posisi darurat (kebutuhan primer). Kedua, *hajjiyah* yaitu kebutuhan menempati posisi hajat (kebutuhan sekunder). Ketiga, *tahsiniyyat wa al-zinat* (kebutuhan pelengkap penyempurna), yang berada di bawah hajat.¹⁸

2. Teknologi Informasi

Transformasi digital serta kemajuan teknologi telah membawa perubahan pada perilaku pasar. Saat ini sebagian besar konsumen lebih cenderung untuk melakukan transaksi secara online. Hanya dengan perangkat smartphone yang terhubung dengan koneksi internet, konsumen dapat membeli berbagai kebutuhan mereka tanpa harus datang ke outlet.¹⁹

Teknologi informasi dimanfaatkan oleh dunia perbankan, ecommerce serta startup dengan menghadirkan sistem secara online. Dengan bantuan teknologi komputer dan teknologi internet yang memungkinkan nasabah (user) untuk melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Melalui mesin ATM, e-banking dan mobile apps nasabah (user) bebas memilih metode pembayaran atau transaksi yang mereka inginkan.²⁰

Perubahan ini mengharuskan perusahaan untuk mengubah model bisnis menjadi berorientasi pelanggan, di mana produk dan layanan sesuai dengan

¹⁸Cucu Komala, "Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali", Jurnal Perspektif, Vol. 2 No. 2 Desember 2018, 254-256. <http://www.perspektif.uinsgd.ac.id/index.php/JP/article/view/31> (Diakses 25 Juli 2023).

¹⁹Aliyya La Aba Wastakbaru, *Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) TCash Sebagai Alat Transaksi Pada Pelanggan Telkomsel (Tinjauan Ekonomi Keuangan Islam)*, (Tesis Diterbitkan, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018), 20.

²⁰Maghfira, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay*, (Skripsi diterbitkan, Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Indonesia, 2018). 21

harapan pengguna, dan jika memungkinkan melalui platform digital. Dari sisi eksternal, banyak start-up Teknologi Finansial yang menargetkan generasi muda menjadi target pasar yang menghabiskan lebih banyak waktu menggunakan internet. Namun, di sisi lain, generasi yang lebih muda hanya memiliki aset yang relatif lebih sedikit daripada pelanggan yang lebih tua. Kesenjangannya sangat luas terutama dengan generasi yang lebih tua yang cenderung memiliki kekayaan dan kemampuan finansial yang substansial. Untuk dapat menjawab dilema, perusahaan harus dapat berinovasi dengan berbagai cara untuk mengubah hubungan pelanggan mereka dan menawarkan pendekatan baru dalam layanan keuangan.²¹

3. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Menurut Morgan dan Haunt dalam Asterina Widhiani dan Idris mengemukakan bahwa kepercayaan adalah ketika suatu pihak memiliki keyakinan besar pada pihak lain yang memiliki integritas & reliabilitas.²² Menurut Kotler dalam Bastian Amanutullah kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu.²³

Menurut Harlan dalam Lolita Puspa Dewi, mengatakan kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak tidak berperilaku oportunistik.²⁴ ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku akan

²¹Dedi Rianto Rahadi, *Financial Technology* (Jakarta:Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020), 22.

²²Asterina Widhiani dan Idris, Pengaruh Promosi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli di Situs BUKalapak (Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro), *Jurnal Manajemen*, Vol. 7, No. 2 (2018): 4. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20907> (Diakses 18 Juli 2023).

²³Bastian Amanutullah, *pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positiv Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survei Pada Nasabah Bank BCA Semarang)*, (Skripsi diterbitkan, Jurusan Ekonomi, Universitas Diponegoro, 2019). 27.

²⁴Lolita Puspa Dewi, *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Perbankan di Yogyakarta*, (Skripsi diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017). 27.

memenuhi komitmen. Menurut Kusmayadi dalam Lolita Puspa Dewi mengatakan berpendapat dimana kepercayaan muncul ketika adanya keyakinan dari pihak konsumen yaitu pelanggan pada reliabilitas dan integritas dari rekan pertukaran.²⁵ Kepercayaan yang dimaksud di sini adalah kepercayaan nasabah pada penyelenggaraan transaksi elektronik perbankan serta kepercayaan pada mekanisme operasional dan transaksi yang dilakukan.

Seiring dengan maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun, factor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *internet banking* dalam transaksi perbankan. Konsep kepercayaan ini berarti nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank bahwa dapat menjamin kemandirian dan kerahasiaan akun nasabah. Dalam hal penggunaan internet banking kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari *internet banking*. Mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan kemandirian dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan system informasi dari *internet banking*. Oleh karena itu kepercayaan nasabah sebagai factor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi.

Kepercayaan tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Jika suatu kepercayaan dapat terjadi kedua pihak yang bersangkutan, maka hal tersebut dapat dengan mudah meningkatkan minat para pemakai dalam hal ini nasabah yang menggunakan aplikasi Gopay.

b. Indikator Kepercayaan

Dari sudut pandang pemasaran, hal ini menyatakan bahwa perkembangan kepercayaan dan khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada

²⁵*Ibid*, 8.

penciptaan hubungan sejati. Harus mampu merasakan bahwa dapat mengandalkan perusahaan, bahwa perusahaan dapat dipercaya. Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulang kali. Lebih penting, kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam sektor industri tertentu – terutama yang melibatkan pengambilan risiko oleh pelanggan dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang.²⁶

Peppers and Rogers dalam Astri menyatakan bahwa komponen-komponen kepercayaan adalah:

- 1) Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 2) Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
- 3) Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.²⁷

c. Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Muamalah adalah ajaran Islam yang menyangkut aturan-aturan dalam menata hubungan antar sesama manusia agar tercipta keadilan dan kedamaian dalam kebersamaan hidup manusia. Aspek muamalah merupakan bagian prinsipal dalam Islam karena dengannyalah kehidupan bersama manusia ditata agar tidak terjadi persengketaan dalam kontak sosial antara satu pihak dengan pihak lainnya

²⁶Astri Dhiah Maharani, “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang”, *Jurnal Fakultas Ekonomi*, (2010): 20.

²⁷ Nurdin Nurdin, *et al., ads.*, Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu, *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 3 No. 1 (2021): 36. <https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/37> (Diakses 26 Juli 2023)

dalam masyarakat. Dengan demikian muamalah menjadi sangat penting. Manusia menurut ajaran Islam adalah khalifah di muka bumi, bertugas menata kehidupan sebaik mungkin sehingga tercipta kedamaian dalam hidup di tengah manusia yang dinamis. Kehidupan damai tidak serta merta, akan tetapi diciptakan dan dirancang. Oleh karena itu perlu diciptakan perangkat-perangkat dan aparat-aparat untuk menciptakan perdamaian tersebut.²⁸

Tanggung jawab = menanggung dan memberi jawaban, sebagaimana di dalam bahasa Inggris, kita mengenal responsibility = able to response. Dengan demikian, pengertian takwa yang kita tafsirkan sebagai tindakan bertanggung jawab (yang ternyata lebih mendalam dari responsibility) dapat didefinisikan sebagai sikap dan tindakan seseorang di dalam menerima sesuatu sebagai amanah; dengan penuh rasa cinta, ia ingin menunaikannya dalam bentuk pilihan-pilihan yang melahirkan amal prestatif. Amanah adalah titipan yang menjadi tanggungan, bentuk kewajiban atau utang yang harus kita bayar dengan cara melunasinya sehingga kita merasa aman atau terbebas dari segala tuntutan.²⁹

Amanah (trust) adalah modal utama untuk terciptanya kondisi damai dan stabilitas di tengah masyarakat, karena amanah sebagai landasan moral dan etika dalam bermuamalah dan berinteraksi sosial. Firman Allah dalam Q.S An Nisa :58 sebagai berikut :

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨﴾

Terjemahnya

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi

²⁸Supriyadi, Sekilas Penjelasan Atau Pengertian Amanah Dalam Islam, available on : <http://blog.amanahsistem.com/2012/04/sekilas-penjelasan-ataupengertian.html>, diakses 20 September 2018.

²⁹Toto Tasmara, Membudayakan Etos Kerja Islami, (Jakarta: Gema Insani, 2002), 95.

pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.³⁰

Dalam kitab-kitab sejarah perjuangan Rasulullah, amanah merupakan salah satu di antara beberapa sifat yang wajib dimiliki para Rasul. Mereka bersifat jujur dan dapat dipercaya, terutama dalam urusan yang berkaitan dengan tugas kerasulan, seperti menerima wahyu, memelihara keutuhannya dan menyampaikannya kepada manusia, tanpa penambahan, pengurangan atau penukaran sedikitpun. Mereka juga bersifat amanah dalam arti terpelihara dari hal-hal yang dilarang oleh Allah baik lahir maupun batin. Menepati amanah merupakan moral yang mulia, Allah SWT. menggambarkannya sebagai orang mukmin yang beruntung.³¹

4. Inovasi

a. Pengertian Inovasi

Inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru.³²

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. Indikator dari inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk e-money.³³

³⁰ Tim Penulis Naskah Alquran, Alquran dan Terjemahannya, (Kudus: Mubarakatan Thoyibah, 2018), 40.

³¹ Supriyadi, Sekilas Penjelasan Atau Pengertian Amanah dalam Islam, available on : <http://blog.amanahsistem.com/2012/04/sekilas-penjelasan-ataupengertian.html>, diakses 20 September 2018.

³² Rurie Wiedya Rahayu, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 20.

³³ Mustofa Abdul Karim, Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

Variabel ini berusaha menunjukkan apakah suatu teknologi bisa diterima oleh penggunanya. Beberapa model telah dikembangkan oleh sebagian peneliti untuk dapat mengukur apakah suatu teknologi itu bisa dikatakan diterima, antara lain TAM (Technology Acceptance Model), TRA (Theory Reasoned Action), MPTAM (Mobile Payment Technology Acceptance Model) dan lain-lain. Penerimaan sebuah teknologi berarti teknologi tersebut sukses memberikan nilai lebih kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan tujuan dikeluarkannya teknologi baru atau inovasi dalam teknologi guna mempermudah proses bisnis yang dijalankan.³⁴

Proses penggunaan konsumen terfokus pada proses mental dan melalui proses ini seseorang beralih dari mendengarkan pertama kali tentang inovasi hingga akhirnya menggunakannya.: Seseorang yang cenderung inovatif selalu mencari sesuatu yang baru. Berhubungan dengan e-money, pelanggan akan mencoba sesuatu yang baru apabila teknologi yang dimiliki akan mendukung kelancaran kerja.³⁵

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru Indikator dari inovasi teknologi yaitu

- 1) Dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru,
- 2) Pemanfaatan teknologi baru produk e-money.

b. Ruang Lingkup Inovasi

Dalam kemajuan perusahaan dan untuk mengatasi kompetisi manajemen inovasi mempunyai kontribusi yang sangat relevan. Sebagai pelaku wirausaha sangat membutuhkan tata laksana inovasi untuk menggolongkan inisiatif dalam

³⁴Mustofa Abdul Karim, Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

³⁵Mustofa Abdul Karim, Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

berkreasi dan menginovasi. Ide-ide tersebut harus terstruktur, efisien, sistematis dan berkelanjutan agar sesuai dengan konsep pengembangan usaha.

Inovasi merupakan terobosan baru yang belum ada sebelumnya. Seorang pelaku usaha yang terus menginovasi produknya, maka bias disebut sebagai orang yang inovatif yang akan selalu berusaha untuk melakukan perombakan mempersembahkan hasil yang istimewa yang belum ada di pesaing. Keuntungan dan kesuksesan akan didapatkan jika mereka sungguh-sungguh dalam melakukan inovasi.

Sifat inovatif merupakan keterkaitan dari karakter seorang pengusaha yang sanggup merubah sekeliling lingkungannya. Inovatif pada dasarnya merupakan strategi untuk membedakan pelaku usaha dengan individu pada biasanya, mereka akan berpikir untuk cara bertindak untuk sehingga akan berbeda dengan pemikiran orang lain.³⁶

c. Jenis – Jenis Inovasi

Jenis inovasi antara lain sebagai berikut:³⁷

- 1) Inovasi produk (product innovation), yaitu inovasi berfokus pada produk yang ditawarkan. Inovasi ini dibagi menjadi inovasi kemampuan produk, system produk, pemecahan, dan pengetahuan pelanggan.
- 2) Inovasi proses (process innovation), yaitu inovasi yang mengubah proses pembuatan atau delivery produk. Inovasi ini terdiri dari sub kategori pengalaman pelanggan, proses utama, platform produk, rantai pasok, jaringan distribusi, dan layanan pelanggan.
- 3) Inovasi merek (brand innovation), yaitu inovasi yang merubah-ubah konteks yang mana produk atau jasa yang ditawarkan. Inovasi ini dibagi menjadi posisi, merek, dan cara pandang.

³⁶Sukmadi, Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Pradigma Baru Kewirausahaan), 28-29

³⁷Dwinanda Septhiadi, Disrupsi : Siap ! (strategi inovasi dan aplikasinya untuk menjadi pemenang), (Baraqa Publishing, 2019), 121

- 4) Inovasi model bisnis (business model innovation), yaitu inovasi yang merubah-ubah konteks yang mana produk atau jasa yang ditawarkan. Inovasi ini dibagi menjadi posisi, sumber pendapatan, dan cara pandang.

d. Proses Inovasi

Proses inovasi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi, mulai dari sadar dan tahu adanya inovasi sampai dengan menerapkannya dalam usaha. Inovasi digambarkan sebagai metode yang peredarannya berlangsung terus menerus, mencakup fase kesadaran, penghargaan, adopsi, difusi dan implementasi. De Jong & Den Hartog, dalam bukunya Sukmadi menjelaskan bahwa proses inovasi terdiri atas:³⁸

- 1) Mencetuskan ide, dengan membentuk rencana dan rancangan inovasi.
- 2) Resolusi masalah, dengan memutuskan dan memecahkan ide dalam suatu komponen, dengan memprioritaskan setiap komponen, memecahkan pilihan yang tepat untuk setiap masalah, dan mempertimbangan pemilihan suatu metode dengan tolak ukur dalam fase pertama yang menciptakan penemuan baru dalam inovasi dengan mengangkat kemudian menerapkannya

5. Gojek

a. Pengertian Gojek

PT.GoJek Indonesia adalah perusahaan teknologi digital yang membantu masyarakat sebagai solusi masalah yang sedang terjadi saat ini. GoJek menjadi mitra bagi pengendara-pengendara ojek untuk mempermudah masyarakat menghadapi kemacetan dan kepadatan kota. GoJek bukan hanya menyediakan layanan untuk menghantarkan seseorang mencapai tempat tujuannya, namun GoJek saat ini sudah memiliki berbagai produk untuk memberikan kemudahan terhadap masalah masyarakat saat ini.³⁹

³⁸Sukmadi, Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Pradigma Baru Kewirausahaan), 39

³⁹Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay*, (Skripsi diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019). 35.

GoJek saat ini mengeluarkan sebuah fitur baru untuk mempermudah pembayaran dari seluruh produk yang ditawarkan oleh pihak GoJek. Fitur terbaru tersebut adalah GoPay. GoPay merupakan mobile wallet atau pembayaran elektronik yang digunakan untuk menyimpan GoJek Credit dan digunakan untuk membayar transaksi dalam layanan produk-produk GoJek. GoPay merupakan metode pembayaran mobile payment yang disediakan oleh perusahaan GoJek untuk mempermudah proses transaksi bagi pengguna, driver maupun perusahaan itu sendiri. GoPay disediakan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi proses transaksi yang dilakukan dalam GoJek. GoPay memiliki berbagai keunggulan, diantaranya adalah pembayaran yang mudah untuk setiap transaksi layanan GoJek, pembayaran transaksi tanpa uang kembalian, mendapatkan berbagai macam potongan harga dan promo untuk pengguna GoPay, dan salah satu kemudahan dengan pengisian saldo.⁴⁰

b. Fitur Gojek

Fitur-fitur yang berada di Aplikasi GoJek⁴¹ di kategori GoJek beberapa fitur yang dapat digunakan oleh konsumen, kategori ini lebih dominan untuk pengantaran konsumen atau jasa:

Tabel 2.2
Fitur GoJek

No	Fitur	Pengertian
1.	Go- Ride	Layanan transportasi sepeda motor yang sebelumnya adalah ojek-ojek konvensional yang kemudian dijadikan mitra untuk bersama-sama memberikan manfaat lebih dengan menggunakan mobile service sehingga seluruh pemesanan dapat dikendalikan dengan aplikasi GoJek. Dengan menggunakan Go-Ride.

⁴⁰Fitri Handayani, *Analisis Potensi Dan Perferensi Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Emon*, Skripsi diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016). 35.

⁴¹Blok Bali, "Satu Aplikasi Beragam Solusi" <https://www.GoJek.Com/Blog/GoJek/Bali/>. 13 Juni 2023.

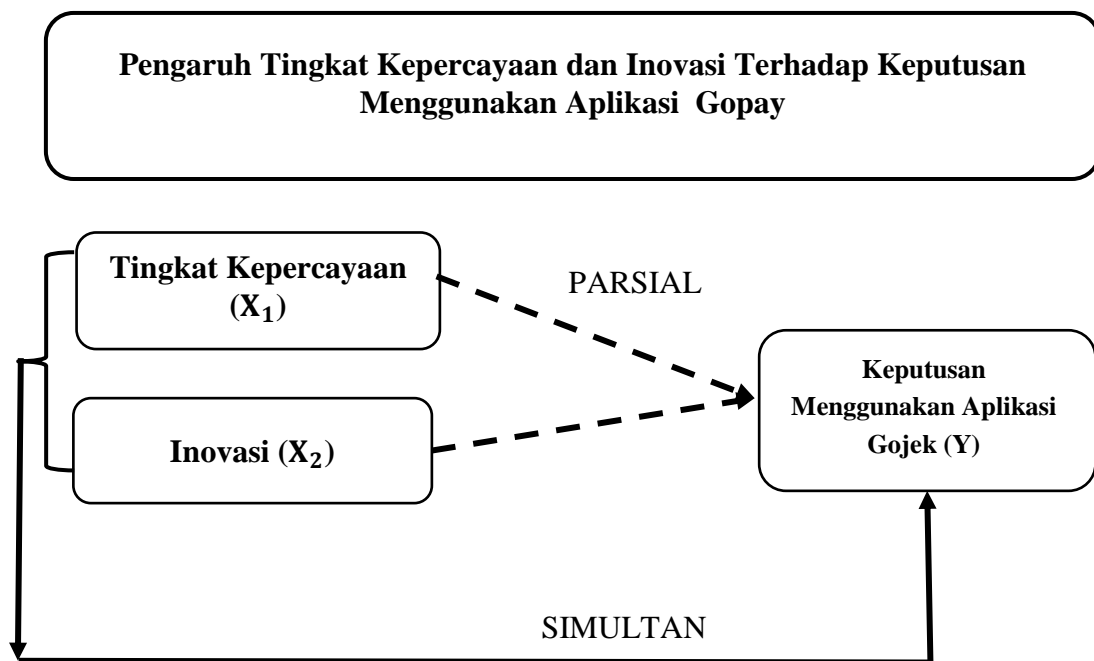
2.	Go-Car	Layanan transportasi beroda empat yang sebelumnya adalah supir taksi konvensional yang kemudian dijadikan mitra untuk bersama-sama memberikan manfaat lebih dengan menggunakan mobile service sehingga seluruh pemesanan dapat dikendalikan dengan aplikasi GoJek.
3.	Go-Food	Layanan pesan antar makanan yang diorder lewat aplikasi GoJek dan diantarkan oleh driver GoJek sampai lokasi yang di tuju.
4.	Go- Sent	Layanan pesan antar barang yang konsumennya meminta untuk diantarakan oleh driver GoJek barangnya (konsumen) ketempat tujuan yang diinginkan.
5.	Go- Festival	Event yang diselenggarakan oleh PT.GoJek di suatu tempat selama kontrak tempat satu tahun.Tempat event tersebut yakni seperti event kuliner tetapi pembayarannya hany menggunakan transaksi dari GoPay.
6.	Go-Box	Layanan pesan antar berupa barang yang muatannya lebih banyak dan diantarkan oleh driver GoJek.
7.	Go-Tix	Layanan untuk memasan tiket transportasi yang dipesan lewat aplikasi GoJek.
9.	Go- Deals	Layanan yang menyediakan berbagai promosi terbaik yang tidak dapat didapatkan di tempat lain, banyak berbagai tawaran yang menarik yang ditawarkan. Berbagai jenis penawaran menarik dengan pilihan vocer untu bersantap, berbelanja, hobi, hiburan, perjalanan dan voucher lainnya untuk setiap layanan GoJek.
10.	Go-Pay	Merupakan dompet elektronik yang dikembangkan oleh perusahaan GoJek yang digunakan sebagai layanan pembayaran selama menggunakan aplikasi GoJek. Perusahaan GoJek mengawali bisnisnya dari jasa transportasi sepeda motor yang kemudian memperluas jaringan bisnisnya dengan menawarkan bermacam layanan. Di kategori GoPay dapat digunakan oleh konsumen, kategori ini lebih dominan untuk transaksi atau pembayaran dan jasa. Seperti Go-Bills, Go-Point, Go-Pulsa, Go-Massage, Go-Clean, Go-Glam

C. Kerangka Pemikiran



Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko dan Tingkat Kepercayaan sebagai variabel independen terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek pada Fitur Gopay sebagai variabel

dependen. Penggunaan aplikasi Gojek pada Fitur Gopay dipengaruhi Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko dan Tingkat Kepercayaan baik secara parsial maupun simutlan. Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut:s

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

Tingkat Kepercayaan	= Variabel bebas atau variabel independen
Inovasi	= Variabel bebas atau variabel independen
Keputusan Menggunakan Aplikasi Gopay	= Variabel terikat atau variabel dependen
	= Pengaruh secara simultan
	= Pengaruh secara parsial

D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti dibawah dan *thesa* yang berarti kebenaran. Hipotesis dapat didefenisikan sebagai jawaban sementara yang

kebenarannya masih harus diuji. Hipotesis juga merupakan proporsi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.⁴²

1. Hipotesis Kepercayaan (X_1)

Kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang telah dipercaya. Kepercayaan mengandung dua aspek yang berbeda yaitu kredibilitas yang merujuk kepada keyakinan bahwa pihak lain mempunyai keahlian dalam menjalankan tugasnya dan *benovelence* yang merujuk kepada kesungguhan pihak lain bahwa dia mempunyai kesungguhan untuk melaksanakan yang sudah disepakati.⁴³

Dalam penelitian yang dilakukan oleh aulia wulan dari (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa kepercayaan, dan kualitas koneksi internet hanya berpengaruh signifikan terhadap kemudahan. Berdasarkan uraian diatas maka dirumuskan hipotesis berikut :

H_1 : kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan aplikasi Gopay.

2. Hipotesis Inovasi (X_2)

Inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru.⁴⁴

⁴²Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Edisi Revisi II, Cet.V, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 67.

⁴³Aulia Wulan Dari, *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia 2018), 27.

⁴⁴Rurie Wiedya Rahayu, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 20.

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. Indikator dari inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk e-money.⁴⁵

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rurie Wiedya Rahayu (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018) menemukan hasil bahwa inovasi teknologi berpengaruh signifikan positif terhadap minat menggunakan GoPay. Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis berikut :

H₂ : inovasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan aplikasi Gopay.

⁴⁵Mustofa Abdul Karim, Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian korelasional. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel.¹ Dengan teknik korelasi seorang peneliti dapat mengetahui hubungan variasi dalam sebuah variabel dengan variasi yang lain. Besarnya atau tingginya hubungan tersebut dinyatakan dalam bentuk koefisien korelasi.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, menggunakan pendekatan kuantitatif karena data penelitian tersebut berupa angka-angka yang dapat di tafsirkan atau dianalisis menggunakan statistik.² Pendekatan pada penelitian ini berfokus untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gopay.

B. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu yang bertempat di Jl. Diponegoro No.23, Kelurahan Lere, Kecamatan Palu Barat, Kota Palu, Sulawesi Tengah.

Penulis memilih lokasi ini sebagai tempat penelitian karena berdasarkan beberapa pertimbangan antara lain:

1. Mahasiswa Universitas Islam Negeri UIN Datokaram Palu paham akan teknologi dompek digital seperti Gopay.

¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Cet I, Jakarta: Rineka Cipta. 2010), 326.

²Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Edisi 1, Cet III, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), 30.

2. Belum ada penelitian sebelumnya tentang menggunakan aplikasi gojek pada fitur Gopay pada mahasiswa.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³

Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah pengguna layanan GoPay yaitu pelanggan GoJek yang merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Alasan pengguna layanan GoPay Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu dipilih, karena perkembangan teknologi di Indonesia semakin pesat terutama di bidang financial technology dan penelitian mengenai penggunaan GoPay di. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk mencari penyebab penggunaan GoPay.

Jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari angkatan 2020-2022 yaitu 1.177 mahasiswa, tetapi yang menggunakan aplikasi gojek pada fitur gopay dari angkatan 2020-2022 dengan jumlah 373 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu yang diperoleh dari data primer yang diolah. Dalam hal ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan, R dan D*, (Cet XX, Bandung: Alfabeta, 2014), 297.

Tabel 3.1
Jumlah populasi pengguna aplikasi gojek pada fitur gopay pada mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2020-2022

No	Jurusan	2020	2021	2022	Jumlah
1	Ekonomi Syariah	79	64	52	195
2	Perbankan Syariah	63	55	40	158
3	Akuntansi	0	0	20	20
Jumlah Mahasiswa		87	82	102	373

Sumber : data primer yang diolah 2023

2. Sampel

Menurut sugiyono sampel adalah sebagian dari populasi itu. Populasi itu misalnya penduduk di suatu wilayah tertentu, jumlah murid dan guru disekolah tertentu dan sebagainya.⁴ Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini sebanyak 79 sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menggunakan aplikasi gojek pada fitur gopay. Dengan menggunakan rumus *slovin*.⁵ Adapun penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah (373) orang dan penjabarannya sebagai berikut :

⁴*Ibid*, 297.

⁵Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (cet 1, Jakarta: Rajawali Pers,2008), 180.

Diketahui, $N = 373$ orang dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel adalah 10 %

$$n = \frac{373}{1 + 373(0.1)^2} = \frac{373}{1 + 373(0.01)} = \frac{373}{1 + 3.73} = \frac{373}{4.73} = 78.85 = 79$$

Berdasarkan hasil dari rumus tersebut maka diperoleh sampel untuk penelitian ini sebanyak 79 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menggunakan aplikasi gojek pada fitur gopay dari 373 populasi. Melihat jurusan yang terdapat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dibagi dalam beberapa ruangan/kelas di setiap jurusan, maka peneliti menggunakan teknik *strafied random sampling*, untuk menentukan jumlah reponden. Adapun mengenai jumlah sampel untuk setiap jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2
Jurusan Ekonomi Syariah (ESY) yang Menggunakan Aplikasi Gojek pada Fitur Gopay

NO	Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Responden	Setelah dibulatkan
1	2020	79	$79/373 \times 79 = 16.73$	17
2	2021	64	$64/373 \times 79 = 13.55$	14
3	2022	52	$52/373 \times 79 = 11.03$	11
Jumlah		195		42

Tabel 3.3
Jurusan Perbankan Syariah (PS) yang Menggunakan Aplikasi Gojek pada Fitur Gopay

NO	Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Responden	Setelah dibulatkan
1	2020	63	$63/373 \times 79 = 13.34$	13
2	2021	55	$55/373 \times 79 = 11.64$	12
3	2022	40	$40/373 \times 79 = 8.47$	8
Jumlah		158		33

Tabel 3.4
Jurusan Akuntansi Syariah yang Menggunakan Aplikasi Gojek pada Fitur Gopay

NO	Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Responden	Setelah dibulatkan
1	2020	0	$0/373 \times 79 = 0$	0
2	2021	0	$0/373 \times 79 = 0$	0
3	2022	20	$20/373 \times 79 = 8.47$	4
Jumlah		20		4

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stratified random sampling*, yaitu membagi unsur-unsur atau anggota-anggota populasi kedalam kelompok-kelompok kecil/strata. Pembagian ini dapat dilakukan berdasarkan ciri-ciri tertentu berupa jenis kelamin, angkatan, dan jurusan. Langkah berikut adalah cara memilih sampel secara acak dari masing-masing kelompok.⁶

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian ditarik kesimpulannya.⁷

Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat di bedakan sebagai berikut.

1. Variabel bebas (*Variabel Independen*)

Varibel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya varibel dependen (terikat).⁸

⁶Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, 169.

⁷Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Edisi 1, Cet III, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), 61.

⁸Sugyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan, R dan D*, (Cet XX, Bandung: Alfabeta, 2014), 61.

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah : Tingkat Kepercayaan (X_1) dan Inovasi (X_2)

2. Variabel terikat (*Variabel Dependen*)

Variabel dependen atau variabel terkait merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam SEM (*Struktural Equation Modeling* / pemodelan persamaan Struktur), variabel dependen disebut sebagai variabel indogen.⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah : Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek Pada Fitur Gopay (Y).

E. Definisi Operasional

Berdasarkan judul di atas, agar lebih terfokusnya penelitian ini maka perlu adanya defenisi operasional. Defenisi operasional adalah unsur penelitian yang memneritahukan bagaiman cara untuk mengukur suatu variabel. Adapun defenisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.5
Definisi Operasional variable

No	Variabel	Defisini Operasional	Indikator
2	Tingkat Kepercayaan (X_1)	Menurut KBBI, kepercayaan adalah anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata. Kepercayaan merupakan variabel yang penting dalam pengambilan keputusan menggunakan go-pay.	1. Keandalan, 2. Kepedulian 3. Kredibilitas 4. Daya Tangkap. ¹⁰ Kotler dan Keller
3	Inovasi (X_2)	Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem	1. Teknologi Tersebut Cerdas, 2. Tekonologi Tersebut

⁹*Ibid*, 61.

¹⁰Nasrawati, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (Studi pada Civitas Akademika IAIN Palu)", (Skripsi tidak diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah, UIN Datokarama Palu, 2020), 28.

		informasi baru. inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk emoney. ¹¹	menarik, 3. Teknologi tersebut disukai oleh pengguna 4. Kredibilitas. ¹² Prasetyo
4	Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek (Y)	Kondisi dimana pengguna sudah benar-benar menggunakan sistem. Konsep pengukurannya dilihat berdasarkan frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi.	1. Mengenali kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan penggunaan Kotler dan Keller

F. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah alat atau media yang digunakan peneliti sebagai pengumpul data dalam melakukan penelitian dapat berupa kuesioner, dan lain-lain.¹³ Adapun pertanyaan tersebut di buat dalam bentuk skala Likert, Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah di tetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya dapat disebut sebagai variabel penelitian. Contoh kategori pertanyaan dengan jawaban dari sangat tidak setuju samapai sangat setuju :

Sangat Setuju (SS)	: Diberi bobot / Skor 5
Setuju (S)	: Diberi bobot / Skor 4
Netral	: Diberi bobot / Skor 3
Tidak Setuju (TS)	: Diberi bobot / Skor 2

¹¹Aulia Wulan Dari, 2018. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Manfaat Aplikasi Berbasis Financial Technology Pada Layanan Go-Pay, (Cet I, Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta:2018), 27.

¹² Mustofa Abdul Karim, Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia:2018), 29.

¹³Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif, (Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS)*, (Cet I, Jakarta : Kencana, 2013), 25.

Sangat Tidak Setuju (STS) : Diberi bobot / Skor 1

Dari kategori di atas, pernyataan skor 1 untuk jawaban yang sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, skor 3 untuk jawaban netral, skor 4 untuk jawaban setuju, dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju.

G. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan dapat dilakukan berbagai sumber dan berbagai cara. Maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Maka teknik pengumpulan dapat dilakukan sebagai berikut :¹⁴

1. Data primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan.¹⁵ Adapun bentuk pengumpulan data primer :

- a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat kegiatan dari dekat yang dilakukan.¹⁶
- b. Kuesioner, merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.¹⁷

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.¹⁸ Misalkan data tersebut didapatkan melalui orang lain atau melalui dokumen.

¹⁴*Ibid*, 135.

¹⁵Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Politik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran)*, (Ed 1, Jakarta: Prenamedia Group, 2013), 128.

¹⁶Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif, (Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS)*, (Cet II, Jakarta : Kencana, 2013), 19.

¹⁷*Ibid*, 21.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Yaitu proses analisis data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan statistik. Analisis tersebut digunakan untuk mengukur **“Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gopay”**. yang dibantu dengan program SPSS *statistic for windows versi 24*. Adapun tahapan-tahapan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel dan obyektif.

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner,. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner yang dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.¹⁹ Adapun tolak ukur atau syarat dalam uji validitas yaitu apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran terhadap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.²⁰ Adapun

¹⁸Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Politik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran)*, (Ed 1, Jakarta: Prenamedia Group, 2013), 128.

¹⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, (Suatu Pendekatan Praktik)*, (Cet. XIV, Jakarta Rineka Cipta, 2010), 72.

²⁰Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Edisi 1, Cet III, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), 87.

tolak ukur syarat uji reabilitas yaitu apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai 0,60.

2. Transformasi data menggunakan MSI

Method of Successive Interval (MSI) merupakan metode untuk menaikkan skala ordinal menjadi skala interval. Peningkatan skala ordinal menjadi interval biasanya digunakan pada riset sosial yang menggunakan kuesioner.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Nilai tolerance harus $> 0,10$ dan nilai VIF harus $< 10,00$ sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak-samaan varian dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah hasil dari *spearman's rho* pengetahuan pada kolom *s* harus memiliki nilai > 0.05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.²¹ Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari apabila dibandingkan antara nilai *kolmogorov* harus lebih kecil dari nilai absolut pada uji normalitas berarti data tersebut dinyatakan berdistribusi normal. Dapat juga di

²¹Asep Saipul Hamdi, dan E Baharuddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Cet 1, Yogyakarta: Deepublish, 2014), 114.

buktikan dari hasil uji probabilitas pada *SPSS 24* yaitu dilihat dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* harus $> 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk melihat seberapa besar pengaruh religiusitas, pendapatan dan tingkat literasi terhadap . Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek. Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dengan fungsi atau persamaan sebagai berikut:²²

$$Y = X_1 + X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek

X_1 = Tingkat Kepercayaan

X_2 = Inovasi

e = Error

Untuk mengetahui serta menentukan arah besarnya koefisien antara variabel independen dan variabel dependen, maka digunakan bantuan teknik *SPSS versi 24 for windows*

5. Uji Hipotesis T

Uji hipotesis dilakukan dengan uji T yaitu untuk mengetahui variabel independen yang diteliti secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.²³ Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Adapun caranya yaitu dengan melakukan perbandingan antara $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95%, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($\alpha = 0,1$) dengan kaidah-kaidah sebagai berikut:

²²Sugyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan, R dan D*, (Cet xx, Bandung: Alfabeta, 2014), 305.

²³Dwi Priyanto, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS* (Cet., I, Yogyakarta: Gava Media, 2013), 50.

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen yang diamati berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen yang diamati berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

Nilai t_{hitung} diperoleh dengan melihat tabel t sesuai dengan tingkatan kepercayaan yang ditentukan dengan cara $df = N - K$, dimana $N =$ Jumlah sampel dan $K =$ Variabel penelitian.²⁴

6. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang di masukan mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait. Untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait, maka dilakukan perbandingan antara F hitung dengan F tabel pada tingkat kepercayaan 0,05.²⁵ Dalam uji ini digunakan rumus yang dikemukakan Riduan.²⁶

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{(1 - R^2)}{n - k - 1}}$$

Dimana :

R = nilai koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

7. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen. Jika koefisien determinan semakin besar

²⁴Egis Pratiwi, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu Angkatan 2018 – 2020 dalam Bertransaksi Secara Non Tunai*, (Skripsi tidak diterbitkan, Jurusan Ekonomi Syariah, UIN Datokarama Palu, 2020), 30.

²⁵Riduan, *Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Penelitian Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 142.

²⁶*Ibid*, 142.

(mendekati satu) menunjukkan semakin banyak kemampuan variabel X menerangkan variabel Y di mana $0 < R^2 < 1$. Sebaliknya jika R^2 (semakin kecil mendekati nol, maka akan di katakan bahwa pengaruh variabel independen adalah kecil terhadap variabel dependen). Hal ini berarti metode yang di gunakan lemah untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.²⁷

²⁷Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*, (Contoh Kasus dan Pemecahannya), (Yogyakarta: Andi, 2010), 89.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu

Sekolah tinggi ilmu syariah (STIS) adalah awal dari terbentuknya fakultas syariah yang bernaung di bawah yayasan Datokarama pada tahun 1995. Pendirian STIS adalah dalam rangka merespon kebutuhan masyarakat sekaligus persiapan mendirikan Fakultas ketiga (Fakultas Syariah) untuk mewujudkan sekaligus sebagai salah satu pelengkap persyaratan untuk mendirikan IAIN Datokarama yang mandiri. Berdasarkan Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997 dua Fakultas Cabang (Tarbiyah dan Ushuluddin) bersama STIS dan ditambah dengan Jurusan Dakwah sebagai jurusan baru, berubah nomenklatur, tapi bukan menjadi IAIN, melainkan sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Datokarama Palu.

Di awal berdirinya STAIN Datokarama Palu yang dipimpin oleh (alm. Prof. Dr. H.M. Arsyad Ba'syien, MH dan Drs. Sudirman Rais, M.Pd.I. dan diujung kepemimpinan Rektor yang ke empat yaitu bapak Prof. Dr. H Zainal Abidin, M.Ag.) atas kerja seluruh pemimpin tersebut beserta jajarannya, bantuan pemda provinsi, kota dan kabupaten, pada bulan Desember 2013, STAIN Datokarama resmi naik status menjadi IAIN Palu berdasarkan Perpres No. 51 Tahun 2013.¹

Berdasarkan peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2018 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Agama Nomor 92

¹Sejarah Singkat FASEI: <http://fsei.iainpalu.ac.id/profil/sejarah-singkat-fsei/4> April 2021.

Tahun 2013 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Palu maka terbentuklah Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Berdasarkan keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 100/I..13/KP.07.6/02/2019 tanggal 14 Februari 2019 telah diangkat dalam jabatan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palu dan telah dilantik oleh Rektor Institut Agama Islam Negeri Palu pada tanggal 15 Februari 2019.

2. Visi Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempunyai visi misi sebagai berikut².

a. Visi

Mewujudkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bermutu berdaya saing global tahun 2024

b. Misi

- 1) Memperluas dan memperdalam kajian ilmu ekonomi syariah dan ilmu ekonomi umum secara integrative.
- 2) Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan berbasis iman, ilmu dan kearifan local untuk mampu bersaing secara global
- 3) Memperluas jaringan kerja sama dengan institusi terkait dibidang keilmuan, kebudayaan dan teknologi baik dalam maupun luar
- 4) Meningkatkan peran serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam pemerdayaan masyarakat dibidang ekonomi dan keuangan syariah

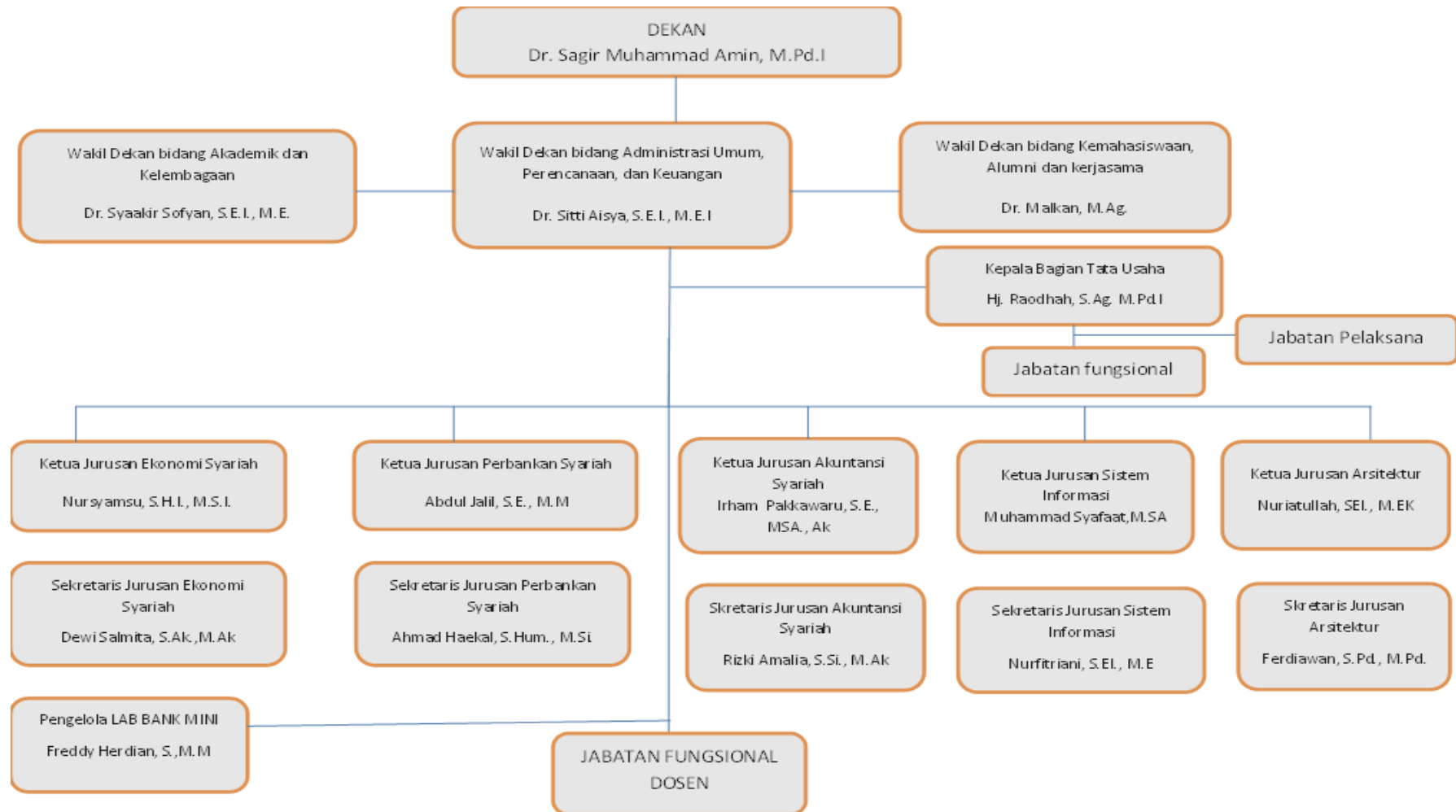
c. Tujuan

²Hasil Wawancara dengan Pak Akbar selaku KASUBAG UMUM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

- 1) Melahirkan sarjana ekonomi syariah yang moderat memiliki kemampuan spiritual, keluhuran moral, kecerdasan intelektual dan kematangan professional yang mandiri untuk dapat bersaing secara professional
- 2) Melahirkan sarjana ekonomi syariah yang memiliki kemampuan entrepreneurship
- 3) Menjadikan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu sebagai motor penggerak pembangunan bangsa dibidang ekonomi dan keuangan syariah
- 4) Menjadikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu sebagai centre of excellence dalam kajian ilmu ekonomi dan keuangan syariah secara integratif
- 5) Melahirkan sarjana ekonomi yang memiliki kemampuan berkarya dalam ekonomi dan bisnis syariah yang berwawasan revolusi industri 4.0.³

³Hasil Wawancara dengan Pak Akbar selaku KASUBAG UMUM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



B. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengguna layanan GoPay yaitu pelanggan GoJek yang merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Data penelitian menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa sebagai sampel penelitian. Kuesioner disebar oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Presentase
79	79	79	79	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Dalam tabel 4.1 dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 79 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menggunakan aplikasi gojek pada fitur GoPay. Data responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2020	31	39,2	39,2	39,2
	2021	25	31,6	31,6	70,9
	2022	23	29,1	29,1	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 79 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang angkatan 2020 berjumlah 31 orang (39,2 %), yang angkatan

2021 berjumlah 25 orang (31,6 %) dan Angkatan 2022 berjumlah 23 orang (29,1 %). Sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar mahasiswa berasal dari angkatan 2020.

Tabel 4.3
Jurusan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ESY	41	51,9	51,9	51,9
	PSY	34	43,0	43,0	94,9
	AKS	4	5,1	5,1	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang di ambil atau di bagikan kuesioner oleh peneliti adalah yang jurusan Ekonomi Syariah berjumlah 41 orang (51,9 %), jurusan Perbankan Syariah berjumlah 34 orang (43 %), dan Jurusan Akuntansi Syariah berjumlah 4 orang (5,1 %). Sehingga sampel dalam penelitian ini dominan pada jurusan Ekonomi Syariah.

Tabel 4.4
Jenis Kemain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	35	44,3	44,3	44,3
	Perempuan	44	55,7	55,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.4 ini menunjukkan bahwa dari 79 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 44 orang (55.7 %), dan

yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 35 orang (44,3 %), sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar didominasi oleh mahasiswa yang berjenis kelamin Perempuan.

Tabel 4.5
Dari Mana Mengenal GoPay

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Keluarga	2	2,5	2,5	2,5
	Televisi	9	11,4	11,4	13,9
	Teman	35	44,3	44,3	58,2
	Lainnya	33	41,8	41,8	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.5 ini menunjukkan bahwa dari 79 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang mengenal GoPay dari keluarga berjumlah 2 orang (2,5 %), mengenal GoPay dari Televisi berjumlah 9 orang (11,4 %), mengenal GoPay dari Teman berjumlah 35 orang (44,3 %), dan mengenal GoPay dari Lainnya berjumlah 33 orang (41,8 %), sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar mengenal GoPay dari Teman.

Tabel 4.6
Apakah Merasa Terbantu dengan Adanya GoPay

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	79	100,0	100,0	100,0
	Tidak	0	00,0	00,0	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.6 ini menunjukkan bahwa dari 79 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang merasa terbantu dengan adanya layanan GoPay berjumlah 79

orang (100 %), dan yang tidak merasa terbantu dengan adanya layana GoPay berjumlah 0 orang (0 %), sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar didominasi oleh yang merasa terbantu dengan adanya layana GoPay.

Tabel 4.7
Berapa Lama Menggunakan GoPay

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	46	58,2	58,2	58,2
	1 Tahun - 3 tahun	20	25,3	25,3	83,5
	> 3 Tahun	13	16,5	16,5	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.7 ini menunjukkan bahwa dari 79 orang jumlah sampel dalam penelitian ini, yang menggunakan GoPay <1 tahun berjumlah 46 orang (58,2 %), 1 tahun – 3 tahun berjumlah 20 orang (25,3 %), dan >3 tahun berjumlah 13 orang (16,5 %), sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar didominasi oleh yang menggunakan GoPay >1 tahun.

Tabel 4.8
Seberapa Sering Menggunakan GoPay

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setiap Hari	21	26,6	26,6	26,6
	Minggu Sekali	33	41,8	41,8	68,4
	Sebulan Sekali	15	19,0	19,0	87,3
	Lainnya	10	12,7	12,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.8 ini menunjukkan bahwa dari 79 orang jumlah sampel dalam penelitian ini, yang menggunakan GoPay setiap hari berjumlah 21 orang (26,6 %), Menggunakan GoPay seminggu sekali berjumlah 33 orang (41,8 %), Menggunakan GoPay sebulan sekali berjumlah 15 orang (19 %), dan Menggunakan GoPay lainnya berjumlah 10 orang (12,7 %), sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar didominasi oleh yang Menggunakan GoPay seminggu sekali.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi data untuk melihat tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian yaitu, Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gopay. Kemudian dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam Iskandar adalah sebagai berikut:⁴

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data tertinggi – Data terendah

Banyak Kelas = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas interval adalah:

$$P = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Maka interval dari kriteria penilaian rata-rata dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

⁴Nurdin Nurdin, Rukma Ningrum, dkk, Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 3, No.1 (2021). <https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/issue/view/5> (Diakses 08 Oktober 2023).

1,00 - 1,79 = sangat buruk

1,80 – 2,59 = buruk

2,60 – 3,39 = cukup baik

3,40 – 4,19 = baik

4,20 – 5,00 = sangat baik

1. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Tingkat Kepercayaan

(X₁)

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Kepercayaan

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata - Rata
		1	2	3	4	5		
1	Saya merasa Sistem layanan GoPay kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan.	0	1	6	30	42	350	4,43%
		0%	1,3%	7,6%	38%	53,2%		
2	Saya merasa bahwa go-pay memiliki kemampuan yang baik dalam mengamankan transaksi	0	1	7	42	29	336	4,25%
		0%	1,3%	8,9%	53,2%	36,7%		
3	Saya merasa bahwa go-pay telah diakui eksistensinya oleh pihak pihak lain	0	2	9	37	31	334	4,22%
		0%	2,5%	11,4%	46,8%	36,7%		
4	Saya merasa Sistem layanan GoPay memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan.	0	1	3	51	24	335	4,24%
		0%	1,3%	3,8%	64,6%	30,4%		
5	Saya merasa	0	1	5	44	29	338	4,27%

	bahwa go-pay memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik	0%	1,3%	6,3%	55,7%	36,7%		
6	Saya merasa Sistem layanan GoPay dapat dipercaya.	0	1	2	50	26	338	4,27%
		0%	1,3%	2,5%	63,3%	32,9%		
7	Menurut saya, go-pay dapat memenuhi janji dan komitmennya	0	1	5	42	31	340	4,30%
		0%	1,3%	6,3%	53,2%	39,2%		
TOTAL							4,25 %	

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel tingkat kepercayaan yaitu sebanyak 42 orang sangat setuju, 30 orang setuju, 8 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 335 dengan nilai rata-rata 4,24% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel tingkat kepercayaan yaitu sebanyak 29 orang sangat setuju, 42 orang setuju, 7 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 336 dengan nilai rata-rata 4,25% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel tingkat kepercayaan yaitu sebanyak 31 orang sangat setuju, 37 orang setuju, 9 orang yang netral, dan 2 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 334 dengan nilai rata-rata 4,22% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel tingkat kepercayaan yaitu sebanyak 24 orang sangat setuju, 51 orang setuju, 3 orang yang

netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 335 dengan nilai rata-rata 4,24% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel tingkat kepercayaan yaitu sebanyak 29 orang sangat setuju, 44 orang setuju, 5 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 338 dengan nilai rata-rata 4,27% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam terhadap variabel tingkat kepercayaan yaitu sebanyak 26 orang sangat setuju, 50 orang setuju, 2 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 338 dengan nilai rata-rata 4,27% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh terhadap variabel tingkat kepercayaan yaitu sebanyak 31 orang sangat setuju, 42 orang setuju, 5 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 340 dengan nilai rata-rata 4,30% maka, pernyataan ketujuh termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

2. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Inovasi (X_2)

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Variabel Inovasi

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata - Rata
		1	2	3	4	5		
1	Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang pintar .	0	1	1	42	35	348	4,40%
		0%	1,3%	1,3%	53,2%	44,3%		
2	Sistem layanan	0	1	1	38	39	352	4,45%

	GoPay memiliki teknologi yang menarik .	0%	1,3%	1,3%	48,1%	49,4%		
3	Inovasi dari PT. Gojek membuat saya tertarik untuk menggunakan go pay	0	0	3	39	37	350	4,43%
		0%	0%	3,8%	49,4%	46,8%		
4	Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang disukai oleh pengguna.	0	1	5	42	31	340	4,30%
		0%	1,3%	6,3%	53,2%	39,2%		
5	Aplikasi GoPay sangat bermanfaat	0	0	4	43	32	344	4,35%
		0%	0%	5,1%	54,4%	40,5%		
6	Go pay sangat meringankan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari	0	1	2	45	31	343	4,34%
		0%	1,3%	2,5%	57%	39,2%		
7	Pengisian top up go pay sangat mudah	0	0	2	41	36	350	4,43%
		0%	0%	2,5%	51,9%	45,6%		
8	Menurut saya akan lebih baik lagi apabila GoPay dapat digunakan untuk pembayaran yang lainnya (selain yang ada di aplikasi gojek)	1	2	6	30	40	343	4,34%
		1,3%	2,5%	7,6%	38%	50,6%		
TOTAL								4,38 %

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel inovasi yaitu sebanyak 35 orang sangat setuju, 42 orang setuju, 1 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 348 dengan nilai rata-rata 4,40% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel inovasi yaitu sebanyak 39 orang sangat setuju, 38 orang setuju, 1 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 352 dengan nilai rata-rata 4,45% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel inovasi yaitu sebanyak 37 orang sangat setuju, 39 orang setuju, dan 3 orang yang netral. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 350 dengan nilai rata-rata 4,43% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel inovasi yaitu sebanyak 31 orang sangat setuju, 42 orang setuju, 5 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 340 dengan nilai rata-rata 4,30% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel inovasi yaitu sebanyak 32 orang sangat setuju, 43 orang setuju, dan 4 orang yang netral. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 344 dengan nilai rata-rata 4,35% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam terhadap variabel inovasi yaitu sebanyak 31 orang sangat setuju, 45 orang setuju, 2 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 343 dengan nilai rata-rata 4,34% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh terhadap variabel inovasi yaitu sebanyak 36 orang sangat setuju, 41 orang setuju, dan 2 orang yang netral. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 350 dengan nilai rata-rata 4,43% maka, pernyataan ketujuh termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedelapan terhadap variabel inovasi yaitu sebanyak 40 orang sangat setuju, 30 orang setuju, 6 orang yang netral, 2 orang tidak setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 343 dengan nilai rata-rata 4,34% maka, pernyataan kedelapan termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

3. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Minat Menggunakan GoPay (Y)

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Variabel Menggunakan Aplikasi GoPay

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata - Rata
		1	2	3	4	5		
1	Saya memilih GoPay karena dapat digunakan di banyak tempat	0	0	3	35	41	354	4,48%
		0%	0%	3,8%	44,3%	51,9%		
2	Dengan menggunakan GoPay saya dapat bertransaksi dengan cepat	0	0	4	37	38	350	4,30%
		0%	0%	5,1%	46,8%	46,1%		
3	Dengan menggunakan GoPay saya dapat menjaga jarak saat melakukan pembayaran	1	2	6	30	40	343	4,34%
		1,3%	2,5%	7,6%	38%	50,6%		
4	Anda dapat bertransaksi secara langsung tanpa harus membawa uang tunai	0	1	1	32	45	358	3,53%
		0%	1,3%	1,3%	40,5%	57%		
5	Transaksi keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah	0	0	8	30	41	349	4,41%
		0%	0%	10,1%	38%	51,9%		
6	Menurut saya go	0	3	3	29	44	351	4,44%

pay sangat berguna sebagai alat pembayaran	0%	3,8%	3,8%	36,7%	55,7%		
TOTAL							4,24%

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel menggunakan aplikasi GoPay yaitu sebanyak 41 orang sangat setuju, 35 orang setuju, dan 3 orang yang netral. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 354 dengan nilai rata-rata 4,48% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel menggunakan aplikasi GoPay yaitu sebanyak 38 orang sangat setuju, 37 orang setuju, dan 4 orang yang netral. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 350 dengan nilai rata-rata 4,30% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel menggunakan aplikasi GoPay yaitu sebanyak 40 orang sangat setuju, 30 orang setuju, 6 orang yang netral, 2 orang yang tidak setuju, dan 1 orang yang sangat tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 343 dengan nilai rata-rata 4,34% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel menggunakan aplikasi GoPay yaitu sebanyak 45 orang sangat setuju, 32 orang setuju, 1 orang yang netral, dan 1 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 358 dengan nilai rata-rata 4,53% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel menggunakan aplikasi GoPay yaitu sebanyak 45 orang sangat setuju, 32 orang setuju, 1 orang yang netral, dan 1 orang yang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 349 dengan nilai rata-rata 4,41% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam terhadap variabel menggunakan aplikasi GoPay yaitu sebanyak 44 orang sangat setuju, 29 orang setuju, 3 orang yang netral, dan 3 orang tidak setuju. Total skor jawaban dari 79 responden adalah 351 dengan nilai rata-rata 4,44% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

D. Uji Instrumen Penelitian

Menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Syarat minimum untuk memenuhi syarat validitas adalah apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, berdasarkan perhitungan di tentukan bahwa nilai r_{tabel} sebesar 0,218.⁵

Untuk melihat butir pertanyaan atau pernyataan yang valid adalah dalam penelitian ini dengan melihat tabel *Item Total Statistics*, kemudian lihat pada kolom *Corrected Item-Total Corelation*, kemudian di bandingkan dengan nilai yang terdapat pada r_{tabel} . Nilai *Corrected Item-Total Corelation* dari nilai r_{tabel} dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,218 yang dapat kita lihat pada tabel r_{tabel} yang sudah ada.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Instrumen Tingkat Kepercayaan

Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
Saya merasa Sistem layanan GoPay kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan.	,663	,218	Valid
Saya merasa bahwa go-pay memiliki kemampuan yang baik dalam mengamankan transaksi	,398	,218	Valid

⁵Sugiyono, *Metode*, 20.

Saya merasa bahwa go-pay telah diakui eksistensinya oleh pihak pihak lain	,676	,218	Valid
Saya merasa Sistem layanan GoPay memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan.	,592	,218	Valid
Saya merasa bahwa go-pay memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik	,555	,218	Valid
Saya merasa Sistem layanan GoPay dapat dipercaya.	,324	,218	Valid
Menurut saya, go-pay dapat memenuhi janji dan komitmennya	,574	,218	Valid

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Instrumen Inovasi

Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang pintar .	,450	,218	Valid
Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang menarik .	,534	,218	Valid
Inovasi dari PT. Gojek membuat saya tertarik untuk menggunakan go pay	,595	,218	Valid
Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang disukai oleh pengguna.	,631	,218	Valid
Aplikasi GoPay sangat bermanfaat	,594	,218	Valid
Go pay sangat meringankan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari	,467	,218	Valid
Pengisian top up go pay sangat mudah	,252	,218	Valid
Menurut saya akan lebih baik lagi apabila Gopay dapat digunakan untuk pembayaran yang lainnya (selain yang ada di aplikasi gojek)	,355	,218	Valid

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Keputusan Menggunakan Menggunakan GoPay

Butir Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
saya memilih GoPay karena dapat digunakan di banyak tempat	,578	,218	Valid
Dengan menggunakan GoPay saya dapat bertransaksi dengan cepat	,633	,218	Valid
Dengan menggunakan GoPay saya dapat menjaga jarak saat melakukan pembayaran	,588	,218	Valid
Anda dapat bertransaksi secara langsung tanpa harus membawa uang tunai	,397	,218	Valid
Transaksi keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah	,697	,218	Valid
Menurut saya go pay sangat berguna sebagai alat pembayaran	,350	,218	Valid

Sumber Data: Output SPSS 2024

Tabel di 4.12, terlihat bahwa nilai r_{hitung} pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing dari 3 variabel di atas dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,218).

2. Uji Reliabilitas

Melakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan program SPSS (*Statistical Packaged For Sosial Siences*) versi 24 dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu instrument dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60.

Hasil pengujian reliabilitas instrument menggunakan alat bantu oleh statistic SPSS versi 24 *for windows* dapat diketahui hasilnya sebagaimana tabel berikut.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Statistics		Reabilitas	Ket
	Cronbach's Alpha	N of Items		
Tingkat Kepercayaan (X ₁)	.806	7	0,60	Reliabel
Inovasi (X ₂)	.774	8	0,60	Reliabel
Menggunakan Aplikasi GoPay (Y)	.781	6	0,60	Reliabel

Sumber Data: Output SPSS 2024

Pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), variabel independen Tingkat Kepercayaan (X₁) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,806, Inovasi (X₂) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.774, dan variabel dependen Menggunakan Aplikasi GoPay (Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.781 yang artinya bahwa variabel X dan Y dinyatakan reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

E. Uji Asumsi Klasik

Sebelum metode regresi digunakan dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu model tersebut akan diuji apakah memenuhi asumsi kalsik atau tidak. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear sederhana. Asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan dapat diterima serta menghindari kemungkinan adanya pelanggaran yang dapat menimbulkan masalah, seperti standar kesalahan untuk masing-masing koefisien yang diduga sangat besar, pengaruh variabel bebas tidak dapat dideteksi atau variasi dari koefisiennya tidak minim lagi. Asumsi klasik yang merupakan asumsi dasar dalam metode analisis regresi. Hasil uji asumsi klasik disajikan sebagai berikut:

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu caranya dengan melihat nilai signifikan two tails yang dihasilkan oleh spearman rank tes. Adapun cara mendeteksinya adalah dengan melihat tabel berikut.

Tabel 4.16
Uji Heteroskedastiditas

Correlations					
			Absolut	Total_X1	Total_X2
Spearman's rho	ABSOLUTE	Correlation Coefficient	1,000	-,126	-,091
		Sig. (2-tailed)	.	,267	,425
		N	79	79	79
	total_x1	Correlation Coefficient	-,126	1,000	,671**
		Sig. (2-tailed)	,267	.	,000
		N	79	79	79
	total_x2	Correlation Coefficient	-,091	,671**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,425	,000	.
		N	79	79	79

Sumber Data: Output SPSS 2024

Pada tabel 4.16 Hasil dari spearman's rho kualitas pelayanan, dan promosi pada kolom sig two tailed memiliki nilai 0.267, dan 0.425. Dengan nilai two tailed tersebut di mana > 0.05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

2. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang

baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan melihat tabel berikut.

Tabel 4.17
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1,96102857
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.076
	Negative	-.169
Test Statistic		.169
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber Data: Output SPSS 2024

Pada tabel 4.17 hasil dari Unstandardized Residual pada kolom Most Extreme Differences dibagian absolut hasilnya adalah 0,119. Apabila di bandingkan dengan kolmogorov tabel pada sampel $N = 79$, yaitu 0,153, maka $0,119 < 0,153$ yang berarti data tersebut di nyatakan berdistribusi normal. Hal ini juga di buktikan dari hasil uji probabilitas pada *SPSS 24* yaitu dilihat dari Asymp. Sig. (2-tailed) nilainya 0,200 dimana $> 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Multikolonieritas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresiv yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara vriabel bebas. Nilai tolerance harus $> 0,10$ dan nilai VIF harus $< 10,00$ sehingga dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi multikolonoeritas.

Tabel 4.18
Uji Multikolonieritas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Tingkat Kepercayaan (X ₁)	,517	1,934
	Inovasi (X ₂)	,517	1,934

Sumber Data: Output SPSS 2024

Berdasarkan output tabel 4.18 pada kolom coefficients pada bagian collinearity Statistics di ketahui nilai tolerance untuk variabel Tingkat Kepercayaan (X₁) bernilai 0,517, dan Inovasi (X₂) bernilai 0,517, yang artinya lebih besar dari 0,10. Sementara nilai VIF untuk variable Tingkat Kepercayaan (X₁) bernilai 1,934, dan Inovasi (X₂) bernilai 1,934 yang artinya lebih kecil dari 10,00. Jika mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolonieritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas dalam model regresi.

F. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil olah data menggunakan *SPSS 24 for Windows* diperoleh hasil analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut :

Tabel 4.19
Uji Regresi Berganda

Coefficients^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	4,191	2,609
	Tingkat Kepercayaan (X ₁)	,004	,101
	Inovasi (X ₂)	,644	,101

Sumber Data: Output SPSS 2024

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.19, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 4,191 + 0,004X_1 + 0,644X_2$$

Dari persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 4,191 menyatakan apabila variabel bebas dalam penelitian ini diabaikan atau sama dengan nol, maka Menggunakan Aplikasi GoPay (Y) akan bernilai tetap atau sebesar 4,191.
2. Nilai koefisien variabel Tingkat Kepercayaan (X_1) bernilai positif yaitu sebesar 0,004 yang berarti setiap penambahan satu satuan variabel Tingkat Kepercayaan maka akan meningkatkan Menggunakan Aplikasi GoPay sebesar 0,004.
3. Nilai koefisien variabel Inovasi (X_2) bernilai positif yaitu sebesar 0,644 yang berarti setiap penambahan satu satuan variabel Inovasi maka akan meningkatkan Menggunakan Aplikasi GoPay sebesar 0,664.

G. Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu (X) benar-benar memberikan kontribusi secara parsial atau terpisah terhadap variabel (Y) atau tidak. Hasil datanya bisa dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.20
Uji T

Coefficients ^a				
Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		1,606	,112
	Tingkat Kepercayaan (X ₁)	,004	,038	,970
	Inovasi (X ₂)	,716	6,400	,000

Sumber Data: Output SPSS 2024

Uji T bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay.

Berdasarkan Tabel 4.20 Tingkat Kepercayaan (X₁) diperoleh nilai T_{hitung} 0,038 < T_{tabel} 1,990 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,970 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0,970 > 0,05, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Tingkat Kepercayaan (X₁) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

Inovasi (X₂) diperoleh nilai T_{hitung} 6,400 > T_{tabel} 1,990 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya 0,000 < 0,05, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Inovasi (X₂) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X₂) terhadap variabel (Y) yaitu 0,716 atau 71,6%.

Jadi, dari beberapa variabel faktor yang diteliti. Maka, variabel Inovasi yang paling besar pengaruhnya terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay adapun besaran pengaruh yaitu 71,6%

H. UJI F (Uji Simultan)

Pengujian ini ingin diketahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara bersama-sama memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.21
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310,117	2	155,058	39,287	,000 ^b
	Residual	299,959	76	3,947		
	Total	610,076	78			

Sumber Data: Output SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $39,287 > F_{tabel}$ 3,11 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (X_1), dan Inovasi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

I. UJI R²

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik *SPSS 24 For Windows* didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.22
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,713 ^a	,508	,495	1,98666

Sumber Data: Output SPSS 2024

Tampilan output *SPSS Model Summary* besarnya R Square adalah 0,508 hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel independen yang terdiri dari Tingkat Kepercayaan (X_1), dan Inovasi (X_2) sebesar 50,8 %. Sedangkan sisanya ($100\% - 50,8\% = 49,2\%$) jadi, 49,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, diluar dari penelitian ini.

J. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji T bertujuan untuk mengetahui besarnya besarnya Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay.

Tingkat Kepercayaan (X_1) diperoleh nilai $T_{hitung} 0,038 < T_{tabel} 1,990$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,970 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0,970 > 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Tingkat Kepercayaan (X_1) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

Berdasarkan uji T tersebut, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “Diduga Tingkat Kepercayaan (X_1) terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay.” **Tidak diterima.**

Inovasi (X_2) diperoleh nilai $T_{hitung} 6,400 > T_{tabel} 1,990$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,000 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0,000 < 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable

Inovasi (X_2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

Berdasarkan uji T tersebut, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “Diduga Inovasi (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay.” **diterima.**

K. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan *SPSS 24 for Windows* Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay.

Berbeda dalam hasil uji T (parsial) variabel yang berpengaruh secara parsial yang memberikan pengaruh terhadap Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay variabel Tingkat Kepercayaan dan Inovasi. Hal ini ditunjukkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay.

Konsep kepercayaan ini berarti bahwa konsumen percaya terhadap keandalan pihak penyedia online yang dapat menjamin keamanan saat bertransaksi online.⁶

Kepercayaan adalah harapan dan keyakinan pengguna *financial technology* bahwa penyedia layanan *financial technology* memiliki kompetensi dan tidak akan berperilaku oportunistik atau mencari keuntungan untuk penyedia layanan, namun juga keuntungan bagi pengguna layanan.⁷

⁶Denny Ariza Nugraha, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Individu Menggunakan Go-Pay di Kota Yogyakarta*, *Junral Ekonomi dan Bisnis* IIsma, 24-25.

⁷Denny Ariza Nugraha, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Individu Menggunakan Go-Pay di Kota Yogyakarta*, *Junral Ekonomi dan Bisnis* IIsma, 24-25.

Berdasarkan hasil uji statistik variabel Tingkat Kepercayaan (X_1) diperoleh nilai $T_{hitung} 0,038 < T_{tabel} 1,990$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.970 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.970 > 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Tingkat Kepercayaan (X_1) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

Temuan dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Dino Aulianto Putra pada tahun 2021 dengan judul Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai original sample sebesar 0,191 dan nilai T statistic < T table ($1,682 < 1,96$) dan hipotesis 2 dalam hal ini ditolak, artinya E-service Quality terbukti tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

Kepercayaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi GoPay. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli menggunakan Gopay.⁸

Dihat hasil jawaban responden pengguna aplikasi GoPay berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan hal ini di sebabkan dalam kehidupan sehari hari dalam penggunaan GoPay masyarakat tidak takut lagi atas kejahatan-kejahatan yang bisa di lakukan oleh fendor GoPay, karena aplikasi GoPay di awasi langsung oleh OJK hal ini membuat masyarakat tidak perlu ragu lagi, sehingga variabel tingkat kepercayaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan GoPay.

⁸Mohammad Dino Aulianto Putra, Yennida Parmariza, *Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay*, Jurnal JDM, Vol. 4 No. 2 Sep 2021, 170.

Dan juga pengguna atau masyarakat telah beranggapan bahwa pihak dari GoPay telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan dari informasi, data nasabah terjaga dengan baik, sehingga pengguna tidak perlu khawatir akan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

2. Pengaruh variabel Inovasi Terhadap Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay.

Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk *emoney*.⁹

Inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru. Dengan adanya keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. Hal ini sejalan dengan tujuan dikeluarkannya teknologi baru atau inovasi dalam teknologi guna mempermudah proses kegiatan ekonomi yang dijalankan oleh konsumen.

Inovasi (X_2) diperoleh nilai $T_{hitung} 6,400 > T_{tabel} 1,990$ dan memiliki nilai signifikan (sig) $0,000$ pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) $0,05$. Artinya $0,000 < 0,05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variable Inovasi (X_2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

Semakin kuat inovasi GoPay, semakin kuat keputusan menggunakan GoPay. Pemahaman bahwa inovasi dapat memengaruhi keputusan menggunakan GoPay karena indikator: teknologi GoPay cerdas terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa sekarang, teknologi GoPay menarik terhadap

⁹Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018), 14.

keputusan menggunakan GoPay di masa sekarang, dan teknologi GoPay disukai oleh pengguna terhadap keputusan menggunakan GoPay di masa sekarang.

Konsumen menilai teknologi GoPay yang ditawarkan oleh PT.GoJek cukup baik. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, konsumen menilai bahwa teknologi GoPay yang diberikan oleh PT. GoJek cukup baik seperti PT. GoJek merupakan teknologi keuangan yang sempurna dalam perkembangan teknologinya sehingga dapat memberikan hal baru dan memudahkan proses pembayaran konsumen.

Temuan dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hal ini sesuai dengan Pernyataan teori dari pita kumala sari tahun 2019 bahwa Inovasi teknologi adalah keinginan individu untuk mencoba beberapa sistem informasi baru. Indikator dari inovasi teknologi yaitu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi baru, pemanfaatan teknologi baru produk e-money. Seseorang yang cenderung inovatif selalu mencari sesuatu yang baru. Berhubungan dengan e-money, pelanggan akan mencoba sesuatu yang baru apabila teknologi yang dimiliki akan mendukung kelancaran kerja.¹⁰

Sesuai dengan hasil penelitian di lapangan yang menunjukkan bahwa inovasi pada PT. GoJek sempurna dalam perkembangan teknologinya serta membangkitkan keinginan dalam menggunakannya dan membuat konsumen senang dalam menggunakan teknologinya. Sehingga menyebabkan konsumen memutuskan untuk menggunakan GoPay.

Dilihan dari keadaan di lapangan bahwa dengan banyaknya inovasi-inovasi yang sering dilakukan GoPay sehingga memanjakan pengguna, membuat nyaman pengguna dengan fitur yang sederhana dalam aplikasi hal ini yang membuat

¹⁰Pita Kumala Sari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopa*. (Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta:2019), 33.

GoPay memiliki banyak pengguna. Hal ini juga menjelaskan bahwa inovasi memiliki peran penting dalam peningkatan pengguna aplikasi,

3. Pengaruh Variabel Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Secara Simultan Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay.

Diketahui bahwa hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $39,287 > F_{tabel}$ 3,11 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (X_1), dan Inovasi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

Keputusan menggunakan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang membuat keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi GoPay. Tingkat Kepercayaan dan Resiko merupakan faktor dari beberapa faktor yang mendukung aplikasi dalam menjalankan sistemnya. Aplikasi GoPay telah memberikan kegunaan dan membuat rasa aman dari segala ancaman yang menjadikan nasabah untuk memilih aplikasi ini sebagai alat pembayarannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Bab IV dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Tingkat Kepercayaan (X1) diperoleh dari hasil uji T, dengan hasil tersebut memberikan makna bahwa variable Tingkat Kepercayaan (X1) tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).
2. Variable Inovasi (X2) diperoleh dari hasil uji T, dengan hasil tersebut memberikan makna bahwa variable Inovasi (X2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).
3. Uji Anova (Anova (Analisis Of Varians), atau F tes diperoleh dari hasil uji F. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Tingkat Kepercayaan (X1), dan Inovasi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi GoPay (Y).

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan minat atau keinginan untuk menggunakan GoPay secara langsung dipengaruhi oleh Tingkat kepercayaan inovasi dan teknologi informasi itu sendiri. Artinya, apabila masyarakat menyadari begitu banyak fitur yang di berikan oleh GoPay dalam hal d dapat meningkatkan penggunaan GoPay itu sendiri, seperti dapat melakukan pembayaran makanan di Burger King atau Minuman di Cha Time dengan hanya scan kode QR tentu saja hal ini sangat praktis dan memudahkan masyarakat dimana tidak perlu membayar dengan uang tunai. Dari penelitian ini PT. Gojek Indonesia dapat melihat persepsi yang ada di masyarakat tentang penggunaan nyata dari dompet elektronik GoPay. Hal ini dapat digunakan PT. Gojek Indonesia

sebagai pertimbangan untuk mengembangkan bisnisnya. Kemudian PT. Gojek Indonesia dapat meminimalkan risiko serendah mungkin, dapat dengan cara mengedukasi pelanggan agar menurunkan persepsi risiko yang muncul dari penggunaan teknologi dompet elektronik GoPay.

C. Saran

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dan saran yang kemungkinan dapat mempengaruhi hasil penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada responden yang berjumlah 79 orang responden yang dirasa masih terlalu kecil dibandingkan dengan jumlah mahasiswa UIN Datokarama Palu sehingga belum dapat terlihat secara jelas perbedaan faktor dari mahasiswa menggunakan Menggunakan Aplikasi GoPay, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu dalam pengambilan data. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel dan memilih lokasi / tempat penelitian lain supaya jangkauan penelitian dapat lebih luas.
2. Dalam penelitian ini hanya meneliti 2 variabel yaitu Tingkat Kepercayaan dan Inovasi, sehingga tidak dapat mencakup dan mengetahui seluruh variabel yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan Menggunakan Aplikasi GoPay. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap mahasiswa Menggunakan Aplikasi GoPay, seperti, kemudahan, keamanan dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Alima, Aulia Tasman dan Havidz. *Ekonomi Manejerial dengan Pendekatan matematis*, Edisi Revisi, cet.2, Jakarta: Rajawali Pers, 2003.
- Amanatullah, Bastian. “*pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positiv Penggunaan Layanan Mobile Banking Survei Pada Nasabah Bank BCA Semarang*”. Skripsi Semarang: Jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2014.
- Arikunto, Suharsim. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta. 2010.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Peneltian, Suatu Pendekatan Praktik*, Cet. XIV, Jakarta Rineka Cipta, 2010.
- Bagastia, Mohammad Irfan. “*Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang*”.Skripsi Semarang: Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN SALATIGA, 2018.
- Baharuddin, Asep Saipul Hamdi, dan E. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, Cet 1, Yogyakarta: Deepulish, 2014.
- Basalamah, Raihanah. et al., ads., PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY FINTECH GOPAY PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA PALU, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam – JIEBI, Vol. 4 No. 1 2022. <https://jurnaljiebi.org/index.php/jiebi/article/view/93> Diakses 26 Juli 2023.
- Bugin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Politik, Komunikasi, Manejemen, dan Pemasaran*, Ed 1, Jakarta: Prenamedia Group, 2013.
- Candraditya, Habsari. Analisis Penggunaan Uang Elektronik, Vol.2 No.3. Semarang: Diponegoro Journal Of Management: 2013.
- Departemen Agama. Al-Qur’an Dan Terjemahan, Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015.
- Dewi,Lolita Puspa. “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Perbankan di Yogyakarta”. Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017.

- Fadila, Marwatul. *“Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu”*, Skripsi tidak diterbitkan, Palu : Institut Agama Islam Negeri IAIN Palu, 2018.
- Firmasyah, Anang. *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Fithrie, Wika Lodia Putri, Souvya. *“Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking di Pekanbaru Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri”*. *Ikraith Ekonomika* 2, No. 2 2019.
- Hadi, Syamsul. dan Novi. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan layanan Mobile Banking, *Jurnal OPTIMUM*, Vol. 5, No. 1, 2015. <http://journal.uad.ac.id/index.php/OPTIMUM/article/view/7840> Diakses 25 Juli 2023.
- Handayani, Fitri. *Analisis Potensi Dan Perferensi Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Emon*, Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016.
- J.Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Karim, Mustofa Abdul. *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam Technology Acceptance Model Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Karim, Mustofa Abdul. *Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Menggunakan Tam Technology Acceptance Model Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan GoJek*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Keller, Philip Kotler Dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Cet. Xiii; Jakarta: Erlangga, 2009.
- Komala, Cucu. *“Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali”*, *Jurnal Perspektif*, Vol. 2 No. 2 Desember 2018.
- Maghfira. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018.
- Maharsi, Sri. *“Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya”*, Skripsi di terbitkan, Surabaya : 2006.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi II, Cet.V, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Muhammad Rafi, Surat Asy-Syarh [94] Ayat 5-6: Selalu Ada Kemudahan Pada Setiap Kesulitan, Surat Asy-Syarh [94] Ayat 5-6: Selalu Ada Kemudahan

Pada Setiap Kesulitan – ARTIKULA.ID, di akses pada tanggal **10 juli 2023**, pukul 08:43.

Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, cet 1, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.

Nasrawati “*Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kualitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking Studi pada Civitas Akademika IAIN Palu*”, Skripsi tidak di terbitkan, Palu : UIN Datokarama Palu. 2020.

Nugraha, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Individu Menggunakan Go-Pay di Kota Yogyakarta*, Junral Ekonomi dan Bisnis Ilma.

Nurdin, Nurdin. et al., ads., PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI BANK MEGA SYARIAH CABANG PALU, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, Vol. 3 No. 1 2021. <https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/37> Diakses 26 Juli 2023

Nurdin, Nurdin. Winda Nur Azizah, Rusli Rusli. Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology Fintech Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri IAIN Palu, Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah, Vol. 2 No. 2 2020. <https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/32> Diakses 26 Juli 2023.

Peraturan Bank Indonesia No.18/40/Pbi/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Yogyakarta: 9 November 2016.

Pratiwi, Egis. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Universitas Islam Negeri UIN Datokarama Palu Angkatan 2018 – 2020 dalam Bertransaksi Secara Non Tunai*”, Skripsi tidak di terbitkan, Palu : UIN Datokarama Palu. 2020.

Priyanto, Dwi. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS*. Cet., I, Yogyakarta : Gava Media, 2013.

Priyono, Anjar. Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay, V O L . 21 N O .1, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2017.

Putra, Mohammad Dino Aulianto. Yennida Parmariza, *Pengaruh E-Service Quality, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Gopay*, Jurnal JDM, Vol. 4 No. 2 Sep 2021.

Qulub, Ashif Syifa’ul. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money Studi Pada Masyarakat Kota Cirebon. 2019.

Rahadi, Dedi Rianto. Financial Technology Jakarta: Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020.

- Rahadi, Dedi Rianto. *Financial Technology*. Jakarta:Pt. Filda Fikrindo, Februari 2020.
- Rahayu, Rurie Wiedya. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018.
- Rahayu, Rurie Wiedya. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. GoJek Indonesia* Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia 2018.
- Rahma, Tri Inda F. *Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology*. Vol.3. No. 1, Jurnal At-Tawwasuth, 2018.
- Riduan. *Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Penelitian Pemula*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sari, Pita Kumala. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019.
- Sari, Pita Kumala. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Pembayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopa*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta:2019.
- Setiyo, Ahmad dan Pambudi Bamban. *Pengaruh Persepsi 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, 8, No. 1 2014.
- Siregar, Sofyan. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Edisi 1, Cet III, Jakarta: PT. Bumi Aksara,2015.
- Sulaiman, Wahid. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS, Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- Sumar'in. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Ed. 1, Cet. 2, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Syamsul Hadi dan Novi. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan layanan Mobile Banking", Jurnal OPTIMUN, Vol. 5, No. 1, maret 2015. ISSN 1411-6022.
- Tazkiyyaturrohmah, Rifqy. *Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern*, Vol. 3, No.1, Ponorogo: Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Ponorogo, Mei 2018.
- Usman, Rachmadi. *Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran*, Vol. 32 No. 1, Surabaya: Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Januari 2017.
- Wastakbaru, Aliyya La Aba. *Analisis Pandangan Penggunaan Uang Elektronik E-Money TCash Sebagai Alat Transaksi Pada Pelanggan Telkomsel*Tinjauan

Ekonomi Keuangan Islam Banda Aceh: Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh, 2018.

Zakiyyah, Afifah. *“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay”*, Skripsi terbitkan, Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia. 2020.

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI GOJEK PADA FITUR GOPAY

No. Responden:

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Sdr(i)

di -

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir untuk penyusunan skripsi,
maka dengan ini:

Nama : FAHIRA RIZKIANA
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut : Institut Agama Islam Negeri Palu
Alamat :

I. Pengantar

Sebelumnya kami mengucapkan banyak terima kasih kepada saudara (i) karena telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kami berharap agar tanggapan yang saudara (i) berikan sesuai dengan pendapat, persepsi, dan keadaan untuk kondisi yang dirasakan. Data yang kami peroleh murni untuk kepentingan penelitian dan akan kami rahasiakan.

II. Petunjuk pengisian:

1. Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi identitas responden.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab.
3. Anda hanya dapat memberikan SATU JAWABAN di setiap pertanyaan.
4. Isi kuesioner dengan memberi tanda check (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
5. Perlu diketahui bahwa jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i tidak berhubungan dengan benar atau salah.
6. Setelah melakukan pengisian, mohon responden menyerahkan kepada pemberi kuesioner.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

III. Identitas Responden

Sebelum mengisi kuesioner, terlebih dahulu isilah identitas saudara (i) dan pertanyaan umum yaitu sebagai berikut:

1. Nama (boleh tidak diisi) :
2. Semester :
3. Tahun Angkatan :
4. Jurusan :
5. Jenis Kelamin
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan

6. Usia Responden

- a. Kurang dari 25 tahun
- b. 25 – 35 tahun
- c. 36 – 50 tahun
- d. Lebih dari 50 tahun

7. Darimana Anda Mengenal Gopay

- a. Keluarga
- b. Televisi
- c. Teman
- d. Lainnya

8. Apakah Merasa Terbantu Dengan Adanya Gopay :

- a. Iya
- b. Tidak

9. Sudah Berapa Lama Menggunakan Gopay :

- a. > 1 Tahun
- b. 1 Tahun – 3 Tahun
- c. > 3 Tahun

10. Seberapa Sering Menggunakan Gopay :

- a. Setiap Hari
- b. Seminggu Sekali
- c. Sebulan Sekali
- d. Lainnya

11. Jenis Fitur Gopay yang Sering Digunakan

- a. Go-Ride
- b. Go-Card
- c. Go-Food
- d. Go-Sand
- e. Go-Pulsa
- f. Go-Shop

g. Go-Mart

h. Go-Med

i. Go-Deals

j. G0-Box

Setelah mengisi identitas, selanjutnya agar saudara (i) mengisi pernyataan kuesioner di lembaran selanjutnya.

Demikian permohonan pengisian kuesioner ini, atas partisipasi dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

IV. Tingkat Kepercayaan

No	Tingkat Kepercayaan (X ₁)	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa Sistem layanan GoPay kompeten sebagai aplikasi teknologi keuangan.					
2	Saya merasa bahwa go-pay memiliki kemampuan yang baik dalam mengamankan transaksi					
3	Saya merasa bahwa go-pay telah diakui eksistensinya oleh pihak pihak lain					
4	Saya merasa Sistem layanan GoPay memiliki reputasi yang baik sebagai aplikasi teknologi keuangan.					
5	Saya merasa bahwa go-pay memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik					
6	Saya merasa Sistem layanan GoPay dapat dipercaya.					
7	Menurut saya, go-pay dapat memenuhi janji dan komitmennya					

V. Inovasi

No	Inovasi (X ₂)	SS	S	N	TS	STS
1	Sistem layanan GoPay memiliki teknologi					

	yang pintar .					
2	Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang menarik .					
3	Inovasi dari PT. Gojek membuat saya tertarik untuk menggunakan go pay					
4	Sistem layanan GoPay memiliki teknologi yang disukai oleh pengguna.					
5	Aplikasi GoPay sangat bermanfaat					
6	Go pay sangat meringankan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari					
7	Pengisian top up go pay sangat mudah					
8	Menurut saya akan lebih baik lagi apabila Gopay dapat digunakan untuk pembayaran yang lainnya (selain yang ada di aplikasi gojek)					

VI. Penggunaan Gopay

No	Keputusan Penggunaan Gopay (X ₂)	SS	S	N	TS	STS
1	saya memilih GoPay karena dapat digunakan di banyak tempat					
2	Dengan menggunakan GoPay saya dapat bertransaksi dengan cepat					
3	Dengan menggunakan GoPay saya dapat menjaga jarak saat melakukan pembayaran					
4	Anda dapat bertransaksi secara langsung tanpa harus membawa uang tunai					
5	Transaksi keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah					
6	Menurut saya go pay sangat berguna sebagai alat pembayaran					

TABULASI KUESIONER**TINGKAT KEPERCAYAAN (X1)**

NO RESP	NOMORPERNYATAAN							JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	7	
1	5	5	5	5	5	4	5	34
2	5	5	5	5	4	4	5	33
3	5	5	5	5	4	4	4	32
4	5	5	5	4	4	5	5	33
5	5	5	5	5	5	4	5	34
6	5	5	4	4	4	5	5	32
7	5	5	5	4	5	5	5	34
8	5	4	4	4	5	5	4	31
9	4	4	5	5	5	5	4	32
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	4	4	4	4	4	4	5	29
12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	4	4	3	4	3	4	4	26
15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	5	4	5	4	5	4	4	31
17	4	4	3	4	4	4	3	26
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	5	5	5	5	5	5	5	35
20	5	5	5	5	5	5	5	35
21	5	5	5	5	5	4	5	34
22	5	5	5	4	4	4	5	32
23	5	5	5	4	4	4	5	32
24	5	2	4	4	4	3	5	27
25	4	4	4	4	5	5	4	30
26	5	5	5	4	4	4	4	31
27	4	4	5	4	4	4	4	29
28	5	5	4	5	4	5	4	32
29	4	4	4	3	5	5	5	30
30	5	5	5	5	4	4	4	32
31	4	4	5	4	4	4	5	30
32	3	4	4	4	4	3	4	26
33	4	4	5	4	4	4	4	29

74	3	4	4	3	3	4	3	24
75	5	4	4	5	5	5	5	33
76	5	5	4	4	4	4	4	30
77	5	4	5	5	4	4	4	31
78	5	3	4	4	4	4	4	28
79	5	3	4	4	4	4	4	28
Jumlah	350	336	334	335	338	338	340	2371

TABULASI KUESIONER**INOVASI (X2)**

NO RESP	NOMOR PERNYATAAN								JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	4	4	4	5	37
2	5	5	5	5	4	4	4	5	37
3	4	5	4	4	5	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	5	5	5	5	5	37
6	4	5	5	5	4	4	4	5	36
7	4	4	4	5	5	5	5	5	37
8	5	4	4	4	4	4	5	5	35
9	4	4	4	4	5	5	5	5	36
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	5	5	5	5	5	4	4	5	38
12	4	4	4	4	5	5	4	5	35
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	4	4	4	4	4	3	4	3	30
15	4	4	4	4	4	5	5	4	34
16	4	4	5	4	4	4	4	5	34
17	4	4	4	3	3	5	4	4	31
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	5	4	5	39
22	5	5	5	5	4	4	4	5	37
23	4	5	5	5	5	5	4	5	38
24	5	5	5	5	4	4	4	5	37
25	4	4	4	4	5	5	4	4	34
26	4	4	4	4	4	4	4	5	33
27	5	5	5	4	4	5	5	4	37
28	4	5	5	4	4	4	5	1	32
29	5	5	4	5	4	5	5	3	36
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	5	5	5	4	5	4	36

32	5	5	3	4	4	4	4	5	34
33	5	4	4	4	3	4	4	4	32
34	4	4	3	3	3	3	3	3	26
35	4	4	4	4	5	4	5	2	32
36	5	5	5	4	5	4	4	4	36
37	4	4	4	4	4	4	5	4	33
38	4	5	4	3	4	4	4	4	32
39	4	4	4	4	4	4	5	4	33
40	4	4	4	4	4	4	5	4	33
41	4	3	3	4	4	4	4	4	30
42	5	4	5	5	4	4	4	4	35
43	4	5	5	5	4	5	4	5	37
44	5	5	5	5	5	4	4	4	37
45	5	5	5	5	5	4	4	5	38
46	4	5	5	5	5	5	5	5	39
47	4	5	5	4	5	5	5	5	38
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	5	5	5	5	5	4	39
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	5	4	5	5	5	4	5	5	38
52	4	5	4	5	5	5	5	5	38
53	5	5	4	4	4	5	4	5	36
54	4	5	5	5	5	5	5	5	39
55	5	5	5	4	5	4	4	5	37
56	4	4	4	4	4	5	5	2	32
57	4	4	5	4	4	4	4	3	32
58	4	4	4	3	3	4	5	4	31
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	5	5	5	4	4	4	4	4	35
61	5	4	4	5	4	4	5	5	36
62	4	4	4	4	4	5	5	4	34
63	3	4	4	4	4	4	5	4	32
64	5	5	4	4	5	5	4	5	37
65	4	4	4	4	4	4	5	5	34
66	5	4	4	4	4	4	5	4	34
67	4	4	5	4	4	5	5	4	35
68	4	4	5	5	5	4	5	4	36
69	2	2	4	4	4	4	4	5	29

70	4	4	4	4	4	4	3	4	31
71	4	5	4	4	4	2	4	4	31
72	4	4	4	4	4	4	4	3	31
73	4	4	4	2	4	4	4	4	30
74	4	4	4	3	4	4	4	5	32
75	5	5	4	5	4	4	4	3	34
76	5	4	4	4	5	4	4	5	35
77	5	5	5	4	4	5	4	5	37
78	5	5	5	4	5	5	5	4	38
79	5	5	5	4	4	4	4	5	36
Jumlah	348	352	350	340	344	343	350	343	2770

TABULASI KUESIONER**KEPUTUSAN MENGGUNAKAN GOPAY (Y)**

NO RESP	NOMOR PERTANYAAN						JUMLAH
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	5	4	5	5	5	28
4	4	4	5	4	5	5	27
5	5	5	5	4	5	4	28
6	5	5	5	5	5	4	29
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	4	5	5	5	4	27
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	4	5	4	4	4	26
12	4	5	5	5	5	5	29
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	3	4	4	4	23
15	4	3	4	4	4	4	23
16	5	4	5	5	5	4	28
17	5	4	4	4	4	5	26
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	4	4	5	28
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	4	4	5	5	5	27
26	4	4	5	5	5	5	28
27	4	4	4	4	4	5	25
28	5	4	1	5	3	5	23
29	4	4	3	4	3	4	22
30	5	4	4	4	5	3	25
31	5	4	4	4	3	4	24
32	5	5	5	4	4	4	27

33	4	4	4	5	3	5	25
34	4	4	3	4	3	4	22
35	3	3	2	5	3	4	20
36	5	5	4	5	4	5	28
37	5	4	4	4	4	5	26
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	5	4	25
40	5	3	4	4	5	5	26
41	4	5	4	4	4	4	25
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	5	4	4	28
44	5	5	4	5	5	4	28
45	4	5	5	5	5	5	29
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	4	5	5	5	27
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	5	4	4	4	25
53	5	4	5	4	4	4	26
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	4	5	5	5	5	29
56	5	4	2	4	4	4	23
57	4	4	3	4	4	5	24
58	4	4	4	4	4	3	23
59	4	4	4	4	4	5	25
60	4	4	4	5	4	2	23
61	4	5	5	2	5	5	26
62	4	4	4	4	5	4	25
63	4	5	4	4	4	4	25
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	4	5	5	5	4	28
66	4	5	4	5	4	5	27
67	4	4	4	4	4	5	25
68	4	5	4	5	4	3	25
69	4	4	5	5	4	2	24
70	4	5	4	5	4	4	26

71	3	4	4	4	4	2	21
72	3	3	3	5	3	5	22
73	4	4	4	4	4	5	25
74	4	4	5	4	4	4	25
75	4	4	3	3	3	4	21
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	4	5	5	4	28
79	5	5	5	5	5	5	30
Jumlah	354	350	343	358	349	351	2105

No. Resp	Tahun Angkatan	Jurusan	Jenis Kelamin	Dari Mana Mengenal Gopay	Apakah Merasa Terbantu dengan Adanya Gopay	Sudah Berapa Lama Menggunakan Gopay	Seberapa Sering Menggunakan Gopay	JUMLAH
1	1	1	2	4	1	1	1	11
2	1	1	2	3	1	1	1	10
3	1	1	2	4	1	1	2	12
4	1	1	2	4	1	1	2	12
5	1	1	2	3	1	2	2	12
6	1	1	1	4	1	2	3	13
7	1	1	2	4	1	1	2	12
8	1	1	1	4	1	2	1	11
9	1	1	1	3	1	1	2	10
10	1	1	2	3	1	1	2	11
11	1	1	1	3	1	1	3	11
12	1	1	2	3	1	1	2	11
13	1	1	1	3	1	1	1	9
14	1	1	2	4	1	1	3	13
15	1	1	1	3	1	2	1	10
16	1	1	1	4	1	2	3	13
17	1	1	2	4	1	1	2	12

KETERANGAN:

Tahun Angkatan

1 = 2020

2 = 2021

3 = 2022

Jurusan

1 = ESY

2 = PSY

3 = AKS

Jenis Kelamin

1 = Laki - Laki

2 = Perempuan

Dari Mana Mengenal Gopay

1 = Keluarga

18	2	1	1	2	1	1	3	11
19	2	1	1	3	1	3	1	12
20	2	1	2	4	1	1	2	13
21	2	1	2	4	1	2	2	14
22	2	1	1	3	1	1	2	11
23	2	1	2	4	1	1	1	12
24	2	1	1	4	1	3	3	15
25	2	1	2	4	1	4	4	18
26	2	1	1	4	1	4	4	17
27	2	1	1	4	1	3	3	15
28	2	1	2	3	1	1	2	12
29	2	1	1	2	1	1	1	9
30	2	1	2	3	1	2	4	15
31	3	1	1	3	1	2	4	15
32	3	1	1	2	1	2	4	14
33	3	1	2	2	1	3	2	14
34	3	1	2	3	1	1	1	12
35	3	1	1	4	1	1	1	12
36	3	1	2	3	1	1	3	14
37	3	1	2	2	1	2	3	14
38	3	1	1	4	1	2	4	16
39	3	1	2	3	1	2	2	14
40	3	1	1	4	1	3	2	15
41	3	1	1	4	1	3	1	14
42	1	2	2	4	1	1	2	13

2 = Televisi

3 = Teman

4 = Lainnya

Apakah Merasa Terbantu dengan Adanya Gopay

1 = Iya

2 = Tidak

Sudah Berapa Lama Menggunakan Gopay

1 = < 1 Tahun

2 = 1 Tahun - 3 tahun

3 = > 3 Tahun

Sudah Berapa Lama Menggunakan Gopay

1 = Setiap Hari

2 = Setiap Minggu

3 = Setiap Bulan

4 = Lainnya

43	1	2	1	3	1	1	2	11
44	1	2	1	3	1	2	3	13
45	1	2	2	4	1	1	2	13
46	1	2	1	3	1	1	2	11
47	1	2	2	1	1	1	1	9
48	1	2	2	3	1	2	2	13
49	1	2	2	4	1	1	2	13
50	1	2	2	3	1	1	4	14
51	1	2	2	3	1	2	2	13
52	1	2	2	4	1	1	2	13
53	1	2	2	3	1	2	1	12
54	1	2	2	4	1	2	1	13
55	1	2	2	4	1	1	2	13
56	2	2	1	3	1	1	1	11
57	2	2	2	2	1	3	1	13
58	2	2	1	3	1	1	2	12
59	2	2	1	3	1	2	2	13
60	2	2	1	2	1	1	2	11
61	2	2	2	2	1	1	3	13
62	2	2	1	3	1	3	2	14
63	2	2	2	4	1	4	1	16
64	2	2	1	3	1	4	2	15
65	2	2	1	2	1	3	2	13
66	2	2	1	4	1	1	3	14
67	2	2	2	3	1	1	2	13

68	3	2	2	3	1	1	4	16
69	3	2	2	3	1	1	4	16
70	3	2	1	4	1	1	4	16
71	3	2	1	3	1	2	2	14
72	3	2	2	1	1	1	1	11
73	3	2	1	3	1	1	1	12
74	3	2	2	4	1	2	3	17
75	3	2	2	3	1	1	3	15
76	3	3	2	4	1	1	1	15
77	3	3	2	3	1	1	2	15
78	3	3	2	4	1	1	1	15
79	3	3	1	4	1	1	3	16
Jumlah	150	121	123	257	79	129	172	1031

UJI FREKUENSI X1

x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	6	7,6	7,6	8,9
	Setuju	30	38,0	38,0	46,8
	Sangat Setuju	42	53,2	53,2	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	7	8,9	8,9	10,1
	Setuju	42	53,2	53,2	63,3
	Sangat Setuju	29	36,7	36,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2,5	2,5	2,5
	Kurang Setuju	9	11,4	11,4	13,9
	Setuju	37	46,8	46,8	60,8
	Sangat Setuju	31	39,2	39,2	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	3	3,8	3,8	5,1
	Setuju	51	64,6	64,6	69,6
	Sangat Setuju	24	30,4	30,4	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	5	6,3	6,3	7,6
	Setuju	44	55,7	55,7	63,3
	Sangat Setuju	29	36,7	36,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	2	2,5	2,5	3,8
	Setuju	50	63,3	63,3	67,1
	Sangat Setuju	26	32,9	32,9	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	5	6,3	6,3	7,6
	Setuju	42	53,2	53,2	60,8
	Sangat Setuju	31	39,2	39,2	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

UJI FREKUENSI X2

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	1	1,3	1,3	2,5
	Setuju	42	53,2	53,2	55,7
	Sangat Setuju	35	44,3	44,3	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	1	1,3	1,3	2,5
	Setuju	38	48,1	48,1	50,6
	Sangat Setuju	39	49,4	49,4	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	3,8	3,8	3,8
	Setuju	39	49,4	49,4	53,2
	Sangat Setuju	37	46,8	46,8	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	5	6,3	6,3	7,6
	Setuju	42	53,2	53,2	60,8
	Sangat Setuju	31	39,2	39,2	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	5,1	5,1	5,1
	Setuju	43	54,4	54,4	59,5
	Sangat Setuju	32	40,5	40,5	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	2	2,5	2,5	3,8
	Setuju	45	57,0	57,0	60,8
	Sangat Setuju	31	39,2	39,2	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	2,5	2,5	2,5
	Setuju	41	51,9	51,9	54,4
	Sangat Setuju	36	45,6	45,6	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

x2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju	2	2,5	2,5	3,8
	Kurang Setuju	6	7,6	7,6	11,4
	Setuju	30	38,0	38,0	49,4
	Sangat Setuju	40	50,6	50,6	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

UJI FREKUENSI Y

y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	3,8	3,8	3,8
	Setuju	35	44,3	44,3	48,1
	Sangat Setuju	41	51,9	51,9	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	5,1	5,1	5,1
	Setuju	37	46,8	46,8	51,9
	Sangat Setuju	38	48,1	48,1	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Tidak Setuju	2	2,5	2,5	3,8
	Kurang Setuju	6	7,6	7,6	11,4
	Setuju	30	38,0	38,0	49,4
	Sangat Setuju	40	50,6	50,6	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
	Kurang Setuju	1	1,3	1,3	2,5
	Setuju	32	40,5	40,5	43,0
	Sangat Setuju	45	57,0	57,0	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	8	10,1	10,1	10,1
	Setuju	30	38,0	38,0	48,1
	Sangat Setuju	41	51,9	51,9	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3,8	3,8	3,8
	Kurang Setuju	3	3,8	3,8	7,6
	Setuju	29	36,7	36,7	44,3
	Sangat Setuju	44	55,7	55,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

UJI FREKUNESI DATA UMU RESPONDEN

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2020	31	39,2	39,2	39,2
	2021	25	31,6	31,6	70,9
	2022	23	29,1	29,1	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Jurusan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ESY	41	51,9	51,9	51,9
	PSY	34	43,0	43,0	94,9
	AKS	4	5,1	5,1	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	35	44,3	44,3	44,3
	Perempuan	44	55,7	55,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Dari_Mana_Mengenal_Gopay

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Keluarga	2	2,5	2,5	2,5
	Televisi	9	11,4	11,4	13,9
	Teman	35	44,3	44,3	58,2
	Lainnya	33	41,8	41,8	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Apakah_Merasa_Terbantu_dengan_Adanya_Gopay

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	79	100,0	100,0	100,0

Sudah_Berapa_Lama_Menggunakan_Gopay

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	46	58,2	58,2	58,2
	1 Tahun - 3 tahun	20	25,3	25,3	83,5
	> 3 Tahun	13	16,5	16,5	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

Seberapa_Sering_Menggunakan_Gopay

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setiap Hari	21	26,6	26,6	26,6
	Minggu Sekali	33	41,8	41,8	68,4
	Sebulan Seklai	15	19,0	19,0	87,3
	Lainnya	10	12,7	12,7	100,0
	Total	79	100,0	100,0	

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	25,5823	6,785	,663	,756
x1.2	25,7595	7,723	,398	,805
x1.3	25,7848	6,504	,676	,753
x1.4	25,7722	7,435	,592	,772
x1.5	25,7342	7,326	,555	,777
x1.6	25,7342	8,249	,324	,814
x1.7	25,7089	7,235	,574	,774

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,774	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	30,6582	7,843	,450	,753
x2.2	30,6076	7,575	,534	,740
x2.3	30,6329	7,492	,595	,731
x2.4	30,7595	7,082	,631	,721
x2.5	30,7089	7,465	,594	,731
x2.6	30,7215	7,768	,467	,751
x2.7	30,6329	8,569	,252	,782
x2.8	30,7215	7,383	,355	,782

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1.1	22,1646	5,883	,578	,739
y1.2	22,2152	5,684	,633	,726
y1.3	22,3038	4,958	,588	,735
y1.4	22,1139	6,282	,397	,777
y1.5	22,2278	5,229	,697	,704
y1.6	22,2025	5,984	,350	,795

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Correlations

			ABSOLUTE	total_x1	total_x2
Spearman's rho	ABSOLUTE	Correlation Coefficient	1,000	-,126	-,091
		Sig. (2-tailed)	.	,267	,425
		N	79	79	79
	total_x1	Correlation Coefficient	-,126	1,000	,671**
		Sig. (2-tailed)	,267	.	,000
		N	79	79	79
	total_x2	Correlation Coefficient	-,091	,671**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,425	,000	.
		N	79	79	79

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

UJI MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	total_x1	,517	1,934
	total_x2	,517	1,934

a. Dependent Variable: total_y

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,96102857
Most Extreme Differences	Absolute	,119
	Positive	,076
	Negative	-,169
Test Statistic		,169
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

UJI REGRESI BERGANDA, UJI T, UJI F DAN UJI R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,713 ^a	,508	,495	1,98666

a. Predictors: (Constant), total_x2, total_x1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310,117	2	155,058	39,287	,000 ^b
	Residual	299,959	76	3,947		
	Total	610,076	78			

a. Dependent Variable: total_y

b. Predictors: (Constant), total_x2, total_x1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,191	2,609		1,606	,112
	total_x1	,004	,101	,004	,038	,970
	total_x2	,644	,101	,716	6,400	,000

a. Dependent Variable: total_y



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.uindatokarama.ac.id email: humas@uindatokarama.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : *004* /Un.24 / F.IV / PP.00.9 / 02 / 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, menerangkan bahwa :

Nama : Fahira Rizkiana
Tempat, Tgl Lahir : Luwuk, 09 Februari 2003
NIM : 20.5.15.0050
Semester : VII (Tujuh)
Alamat : BTN Anda 2 Balise

Bahwa yang bersangkutan telah mengadakan Penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Judul : “ *Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Inovasi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gopay*”

Demikian Surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palu *12* Februari 2024



Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I
NIP. 19650612 199203 1 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor **231** /Un.24/F.V/PP.00.9/01/2024
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palu, 2 Januari 2024

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu
di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Fahira Rizkiana
NIM : 20.5.15.0050
TTL : Luwuk, 09 Februari 2003
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : BTN Anda 2 Baliase

Untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **"PENGARUH TINGKAT KEPERCAYAAN DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI GOPAY"**

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan Penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam.

Dekan,



Dr. Sagir Mohammad Amin, M.Pd.I

NIP. 19650612 199203 1 004

Kolmogorov Tabel

By: Anwar Hidayat

<http://www.statistikian.com>

N	Probabilitas				
	0,01	0,02	0,05	0,1	0,2
5	0,44700	0,50900	0,56300	0,62700	0,66900
10	0,32300	0,36900	0,40900	0,45700	0,48600
15	0,26600	0,30400	0,33800	0,37700	0,40400
20	0,23200	0,26500	0,29400	0,32900	0,35200
25	0,20800	0,23800	0,26400	0,29500	0,31700
30	0,19000	0,21800	0,24200	0,27000	0,29000
35	0,17700	0,20200	0,24400	0,25100	0,26900
40	0,16500	0,18900	0,21000	0,23500	0,25200
45	0,15600	0,17900	0,19800	0,22200	0,23800
50	0,14800	0,17000	0,18800	0,21100	0,22600
51	0,22825	0,21284	0,19044	0,17083	0,14983
52	0,22604	0,21079	0,18860	0,16918	0,14838
53	0,22390	0,20879	0,18681	0,16758	0,14698
54	0,22181	0,20685	0,18507	0,16602	0,14561
55	0,21979	0,20496	0,18338	0,16450	0,14428
56	0,21782	0,20312	0,18174	0,16303	0,14298
57	0,21590	0,20133	0,18014	0,16159	0,14172
58	0,21403	0,19959	0,17858	0,16019	0,14050
59	0,21221	0,19789	0,17706	0,15883	0,13930
60	0,21043	0,19623	0,17558	0,15750	0,13814
61	0,20870	0,19462	0,17413	0,15620	0,13700
62	0,20701	0,19304	0,17272	0,15494	0,13589
63	0,20536	0,19150	0,17134	0,15371	0,13481
64	0,20375	0,19000	0,17000	0,15250	0,13375
65	0,20218	0,18853	0,16869	0,15132	0,13272
66	0,20064	0,18710	0,16740	0,15017	0,13171
67	0,19914	0,18570	0,16615	0,14905	0,13072
68	0,19767	0,18433	0,16492	0,14795	0,12976
69	0,19623	0,18299	0,16372	0,14687	0,12881
70	0,19482	0,18167	0,16255	0,14582	0,12789
71	0,19345	0,18039	0,16140	0,14479	0,12699
72	0,19210	0,17913	0,16028	0,14378	0,12610
73	0,19078	0,17790	0,15918	0,14279	0,12523
74	0,18948	0,17670	0,15810	0,14182	0,12438
75	0,18822	0,17551	0,15704	0,14087	0,12355
76	0,18697	0,17436	0,15600	0,13994	0,12274
77	0,18576	0,17322	0,15499	0,13903	0,12194
78	0,18456	0,17211	0,15399	0,13814	0,12115
79	0,18339	0,17101	0,15301	0,13726	0,12038
80	0,18224	0,16994	0,15205	0,13640	0,11963
81	0,18111	0,16889	0,15111	0,13556	0,11889
82	0,18000	0,16786	0,15019	0,13473	0,11816
83	0,17892	0,16684	0,14928	0,13391	0,11745
84	0,17785	0,16585	0,14839	0,13311	0,11675
85	0,17680	0,16487	0,14751	0,13233	0,11606
86	0,17577	0,16391	0,14665	0,13156	0,11538
87	0,17475	0,16296	0,14581	0,13080	0,11472
88	0,17376	0,16203	0,14498	0,13005	0,11406

N (Jumlah Sample)	200
Probabilitas	0,05
KS Pendekatan	1,360
KS Tabel	0,09617
KS Hitung	0,09300
Distribusi Normal	Normal

89	0,17278	0,16112	0,14416	0,12932	0,11342
90	0,17182	0,16022	0,14336	0,12860	0,11279
91	0,17087	0,15934	0,14257	0,12789	0,11217
92	0,16994	0,15847	0,14179	0,12719	0,11156
93	0,16902	0,15762	0,14103	0,12651	0,11095
94	0,16812	0,15678	0,14027	0,12583	0,11036
95	0,16723	0,15595	0,13953	0,12517	0,10978
96	0,16636	0,15513	0,13880	0,12452	0,10921
97	0,16550	0,15433	0,13809	0,12387	0,10864
98	0,16465	0,15354	0,13738	0,12324	0,10809
99	0,16382	0,15277	0,13669	0,12261	0,10754
100	0,16300	0,15200	0,13600	0,12200	0,10700
101	0,16219	0,15125	0,13533	0,12139	0,10647
102	0,16139	0,15050	0,13466	0,12080	0,10595
103	0,16061	0,14977	0,13400	0,12021	0,10543
104	0,15983	0,14905	0,13336	0,11963	0,10492
105	0,15907	0,14834	0,13272	0,11906	0,10442
106	0,15832	0,14764	0,13209	0,11850	0,10393
107	0,15758	0,14694	0,13148	0,11794	0,10344
108	0,15685	0,14626	0,13087	0,11739	0,10296
109	0,15613	0,14559	0,13026	0,11685	0,10249
110	0,15541	0,14493	0,12967	0,11632	0,10202
111	0,15471	0,14427	0,12909	0,11580	0,10156
112	0,15402	0,14363	0,12851	0,11528	0,10111
113	0,15334	0,14299	0,12794	0,11477	0,10066
114	0,15266	0,14236	0,12738	0,11426	0,10021
115	0,15200	0,14174	0,12682	0,11377	0,09978
116	0,15134	0,14113	0,12627	0,11327	0,09935
117	0,15069	0,14052	0,12573	0,11279	0,09892
118	0,15005	0,13993	0,12520	0,11231	0,09850
119	0,14942	0,13934	0,12467	0,11184	0,09809
120	0,14880	0,13876	0,12415	0,11137	0,09768
121	0,14818	0,13818	0,12364	0,11091	0,09727
122	0,14757	0,13761	0,12313	0,11045	0,09687
123	0,14697	0,13705	0,12263	0,11000	0,09648
124	0,14638	0,13650	0,12213	0,10956	0,09609
125	0,14579	0,13595	0,12164	0,10912	0,09570
126	0,14521	0,13541	0,12116	0,10869	0,09532
127	0,14464	0,13488	0,12068	0,10826	0,09495
128	0,14407	0,13435	0,12021	0,10783	0,09458
129	0,14351	0,13383	0,11974	0,10742	0,09421
130	0,14296	0,13331	0,11928	0,10700	0,09385
131	0,14241	0,13280	0,11882	0,10659	0,09349
132	0,14187	0,13230	0,11837	0,10619	0,09313
133	0,14134	0,13180	0,11793	0,10579	0,09278
134	0,14081	0,13131	0,11749	0,10539	0,09243
135	0,14029	0,13082	0,11705	0,10500	0,09209
136	0,13977	0,13034	0,11662	0,10461	0,09175
137	0,13926	0,12986	0,11619	0,10423	0,09142
138	0,13875	0,12939	0,11577	0,10385	0,09108
139	0,13825	0,12892	0,11535	0,10348	0,09076
140	0,13776	0,12846	0,11494	0,10311	0,09043
141	0,13727	0,12801	0,11453	0,10274	0,09011
142	0,13679	0,12756	0,11413	0,10238	0,08979
143	0,13631	0,12711	0,11373	0,10202	0,08948
144	0,13583	0,12667	0,11333	0,10167	0,08917
145	0,13536	0,12623	0,11294	0,10132	0,08886

146	0,13490	0,12580	0,11255	0,10097	0,08855
147	0,13444	0,12537	0,11217	0,10062	0,08825
148	0,13399	0,12494	0,11179	0,10028	0,08795
149	0,13353	0,12452	0,11142	0,09995	0,08766
150	0,13309	0,12411	0,11104	0,09961	0,08737
151	0,13265	0,12370	0,11068	0,09928	0,08708
152	0,13221	0,12329	0,11031	0,09896	0,08679
153	0,13178	0,12288	0,10995	0,09863	0,08650
154	0,13135	0,12249	0,10959	0,09831	0,08622
155	0,13092	0,12209	0,10924	0,09799	0,08594
156	0,13050	0,12170	0,10889	0,09768	0,08567
157	0,13009	0,12131	0,10854	0,09737	0,08540
158	0,12968	0,12092	0,10820	0,09706	0,08512
159	0,12927	0,12054	0,10786	0,09675	0,08486
160	0,12886	0,12017	0,10752	0,09645	0,08459
161	0,12846	0,11979	0,10718	0,09615	0,08433
162	0,12806	0,11942	0,10685	0,09585	0,08407
163	0,12767	0,11906	0,10652	0,09556	0,08381
164	0,12728	0,11869	0,10620	0,09527	0,08355
165	0,12690	0,11833	0,10588	0,09498	0,08330
166	0,12651	0,11797	0,10556	0,09469	0,08305
167	0,12613	0,11762	0,10524	0,09441	0,08280
168	0,12576	0,11727	0,10493	0,09413	0,08255
169	0,12538	0,11692	0,10462	0,09385	0,08231
170	0,12502	0,11658	0,10431	0,09357	0,08207
171	0,12465	0,11624	0,10400	0,09330	0,08182
172	0,12429	0,11590	0,10370	0,09302	0,08159
173	0,12393	0,11556	0,10340	0,09275	0,08135
174	0,12357	0,11523	0,10310	0,09249	0,08112
175	0,12322	0,11490	0,10281	0,09222	0,08088
176	0,12287	0,11457	0,10251	0,09196	0,08065
177	0,12252	0,11425	0,10222	0,09170	0,08043
178	0,12217	0,11393	0,10194	0,09144	0,08020
179	0,12183	0,11361	0,10165	0,09119	0,07998
180	0,12149	0,11329	0,10137	0,09093	0,07975
181	0,12116	0,11298	0,10109	0,09068	0,07953
182	0,12082	0,11267	0,10081	0,09043	0,07931
183	0,12049	0,11236	0,10053	0,09018	0,07910
184	0,12017	0,11206	0,10026	0,08994	0,07888
185	0,11984	0,11175	0,09999	0,08970	0,07867
186	0,11952	0,11145	0,09972	0,08945	0,07846
187	0,11920	0,11115	0,09945	0,08922	0,07825
188	0,11888	0,11086	0,09919	0,08898	0,07804
189	0,11857	0,11056	0,09893	0,08874	0,07783
190	0,11825	0,11027	0,09866	0,08851	0,07763
191	0,11794	0,10998	0,09841	0,08828	0,07742
192	0,11764	0,10970	0,09815	0,08805	0,07722
193	0,11733	0,10941	0,09789	0,08782	0,07702
194	0,11703	0,10913	0,09764	0,08759	0,07682
195	0,11673	0,10885	0,09739	0,08737	0,07662
196	0,11643	0,10857	0,09714	0,08714	0,07643
197	0,11613	0,10830	0,09690	0,08692	0,07623
198	0,11584	0,10802	0,09665	0,08670	0,07604
199	0,11555	0,10775	0,09641	0,08648	0,07585
200	0,11526	0,10748	0,09617	0,08627	0,07566
201	0,11497	0,10721	0,09593	0,08605	0,07547
202	0,11469	0,10695	0,09569	0,08584	0,07528

203	0,11440	0,10668	0,09545	0,08563	0,07510
204	0,11412	0,10642	0,09522	0,08542	0,07491
205	0,11384	0,10616	0,09499	0,08521	0,07473
206	0,11357	0,10590	0,09476	0,08500	0,07455
207	0,11329	0,10565	0,09453	0,08480	0,07437
208	0,11302	0,10539	0,09430	0,08459	0,07419
209	0,11275	0,10514	0,09407	0,08439	0,07401
210	0,11248	0,10489	0,09385	0,08419	0,07384
211	0,11221	0,10464	0,09363	0,08399	0,07366
212	0,11195	0,10439	0,09341	0,08379	0,07349
213	0,11169	0,10415	0,09319	0,08359	0,07332
214	0,11142	0,10391	0,09297	0,08340	0,07314
215	0,11117	0,10366	0,09275	0,08320	0,07297
216	0,11091	0,10342	0,09254	0,08301	0,07280
217	0,11065	0,10318	0,09232	0,08282	0,07264
218	0,11040	0,10295	0,09211	0,08263	0,07247
219	0,11015	0,10271	0,09190	0,08244	0,07230
220	0,10989	0,10248	0,09169	0,08225	0,07214
221	0,10965	0,10225	0,09148	0,08207	0,07198
222	0,10940	0,10202	0,09128	0,08188	0,07181
223	0,10915	0,10179	0,09107	0,08170	0,07165
224	0,10891	0,10156	0,09087	0,08151	0,07149
225	0,10867	0,10133	0,09067	0,08133	0,07133
226	0,10843	0,10111	0,09047	0,08115	0,07118
227	0,10819	0,10089	0,09027	0,08097	0,07102
228	0,10795	0,10066	0,09007	0,08080	0,07086
229	0,10771	0,10044	0,08987	0,08062	0,07071
230	0,10748	0,10023	0,08968	0,08044	0,07055
231	0,10725	0,10001	0,08948	0,08027	0,07040
232	0,10701	0,09979	0,08929	0,08010	0,07025
233	0,10678	0,09958	0,08910	0,07992	0,07010
234	0,10656	0,09937	0,08891	0,07975	0,06995
235	0,10633	0,09915	0,08872	0,07958	0,06980
236	0,10610	0,09894	0,08853	0,07942	0,06965
237	0,10588	0,09873	0,08834	0,07925	0,06950
238	0,10566	0,09853	0,08816	0,07908	0,06936
239	0,10544	0,09832	0,08797	0,07892	0,06921
240	0,10522	0,09812	0,08779	0,07875	0,06907
241	0,10500	0,09791	0,08761	0,07859	0,06892
242	0,10478	0,09771	0,08742	0,07842	0,06878
243	0,10456	0,09751	0,08724	0,07826	0,06864
244	0,10435	0,09731	0,08707	0,07810	0,06850
245	0,10414	0,09711	0,08689	0,07794	0,06836
246	0,10393	0,09691	0,08671	0,07778	0,06822
247	0,10371	0,09672	0,08653	0,07763	0,06808
248	0,10351	0,09652	0,08636	0,07747	0,06795
249	0,10330	0,09633	0,08619	0,07731	0,06781
250	0,10309	0,09613	0,08601	0,07716	0,06767
251	0,10288	0,09594	0,08584	0,07701	0,06754
252	0,10268	0,09575	0,08567	0,07685	0,06740
253	0,10248	0,09556	0,08550	0,07670	0,06727
254	0,10228	0,09537	0,08533	0,07655	0,06714
255	0,10207	0,09519	0,08517	0,07640	0,06701
256	0,10188	0,09500	0,08500	0,07625	0,06688
257	0,10168	0,09481	0,08483	0,07610	0,06674
258	0,10148	0,09463	0,08467	0,07595	0,06662
259	0,10128	0,09445	0,08451	0,07581	0,06649

260	0,10109	0,09427	0,08434	0,07566	0,06636
261	0,10089	0,09409	0,08418	0,07552	0,06623
262	0,10070	0,09391	0,08402	0,07537	0,06610
263	0,10051	0,09373	0,08386	0,07523	0,06598
264	0,10032	0,09355	0,08370	0,07509	0,06585
265	0,10013	0,09337	0,08354	0,07494	0,06573
266	0,09994	0,09320	0,08339	0,07480	0,06561
267	0,09975	0,09302	0,08323	0,07466	0,06548
268	0,09957	0,09285	0,08308	0,07452	0,06536
269	0,09938	0,09268	0,08292	0,07438	0,06524
270	0,09920	0,09250	0,08277	0,07425	0,06512
271	0,09902	0,09233	0,08261	0,07411	0,06500
272	0,09883	0,09216	0,08246	0,07397	0,06488
273	0,09865	0,09199	0,08231	0,07384	0,06476
274	0,09847	0,09183	0,08216	0,07370	0,06464
275	0,09829	0,09166	0,08201	0,07357	0,06452
276	0,09811	0,09149	0,08186	0,07344	0,06441
277	0,09794	0,09133	0,08171	0,07330	0,06429
278	0,09776	0,09116	0,08157	0,07317	0,06417
279	0,09759	0,09100	0,08142	0,07304	0,06406
280	0,09741	0,09084	0,08128	0,07291	0,06394
281	0,09724	0,09068	0,08113	0,07278	0,06383
282	0,09707	0,09051	0,08099	0,07265	0,06372
283	0,09689	0,09035	0,08084	0,07252	0,06360
284	0,09672	0,09020	0,08070	0,07239	0,06349
285	0,09655	0,09004	0,08056	0,07227	0,06338
286	0,09638	0,08988	0,08042	0,07214	0,06327
287	0,09622	0,08972	0,08028	0,07201	0,06316
288	0,09605	0,08957	0,08014	0,07189	0,06305
289	0,09588	0,08941	0,08000	0,07176	0,06294
290	0,09572	0,08926	0,07986	0,07164	0,06283
291	0,09555	0,08910	0,07972	0,07152	0,06272
292	0,09539	0,08895	0,07959	0,07140	0,06262
293	0,09523	0,08880	0,07945	0,07127	0,06251
294	0,09506	0,08865	0,07932	0,07115	0,06240
295	0,09490	0,08850	0,07918	0,07103	0,06230
296	0,09474	0,08835	0,07905	0,07091	0,06219
297	0,09458	0,08820	0,07892	0,07079	0,06209
298	0,09442	0,08805	0,07878	0,07067	0,06198
299	0,09427	0,08790	0,07865	0,07055	0,06188
300	0,09411	0,08776	0,07852	0,07044	0,06178
400	0,08150	0,07600	0,06800	0,06100	0,05350
500	0,07290	0,06798	0,06082	0,05456	0,04785
600	0,06654	0,06205	0,05552	0,04981	0,04368
700	0,06161	0,05745	0,05140	0,04611	0,04044
800	0,05763	0,05374	0,04808	0,04313	0,03783
900	0,05433	0,05067	0,04533	0,04067	0,03567
1000	0,05155	0,04807	0,04301	0,03858	0,03384
2000	0,03645	0,03399	0,03041	0,02728	0,02393
3000	0,02976	0,02775	0,02483	0,02227	0,01954
4000	0,02577	0,02403	0,02150	0,01929	0,01692
5000	0,02305	0,02150	0,01923	0,01725	0,01513
6000	0,02104	0,01962	0,01756	0,01575	0,01381
7000	0,01948	0,01817	0,01626	0,01458	0,01279
8000	0,01822	0,01699	0,01521	0,01364	0,01196
9000	0,01718	0,01602	0,01434	0,01286	0,01128
10000	0,01630	0,01520	0,01360	0,01220	0,01070

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 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
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	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
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

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
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

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
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

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
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

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	2.80	2.57	2.41	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	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	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

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
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

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
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

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
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

$df = 1 - 200$

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

DOKUMENTASI









DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Fahira Rizkiana
Tempat Tanggal Lahir : Luwuk 09 Februari 2003
NIM : 20.5.15.0050
Alamat Rumah : BTN Anda 2 Baliase
Kecamatan Marawola
Kota Palu
No. WA : 0821-3635-0982
Facebook : -
Email : fahirariskiyana242@gmail.com
Nama Ayah : Moh. Lutfi
Nama Ibu : Sri Susilowati



B. Riwayat Pendidikan

1. SD, Tahun lulus : SDN 1 Tanjung Padang (2014)
2. SMP/MTs, Tahun lulus : SMPN 5 Palu (2017)
3. SMA/MA, Tahun lulus : SMK N 2 Palu (2020)

Palu, 29 April 2024 M
20 *Syawal* 1445 H

Penulis

Fahira Rizkiana
NIM. 20.5.15.0050