

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan di bidang teknologi sektor keuangan berjalan dengan sangat pesat. Awal mula perkembangannya dimulai dari era komputerisasi pada tahun 1960-an, dilanjutkan pada era teknologi informasi yang dimulai pada awal tahun 1970 atau disebut masa revolusi. Era manajemen perubahan yang berfokus pada sistem informasi pada tahun 1980-an hingga era yang sekarang yaitu disebut dengan era globalisasi informasi, perkembangannya membawa transformasi dalam berbagai pola aktivitasnya. Berkembangnya teknologi informasi telah memunculkan banyak infrastruktur baru yang memberikan kemudahan pada penggunaannya dan bersifat global. Salah satu jaringan global yang sangat pesat perkembangannya adalah jaringan internet.

Jaringan internet telah membuat revolusi baru dalam dunia komputer dan dunia komunikasi yang tidak pernah diduga sebelumnya, saat ini hampir semua bidang kehidupan manusia bisa dihubungkan dengan internet.

Gambar 1.1 : Pengguna Internet di Indonesia pada 2020



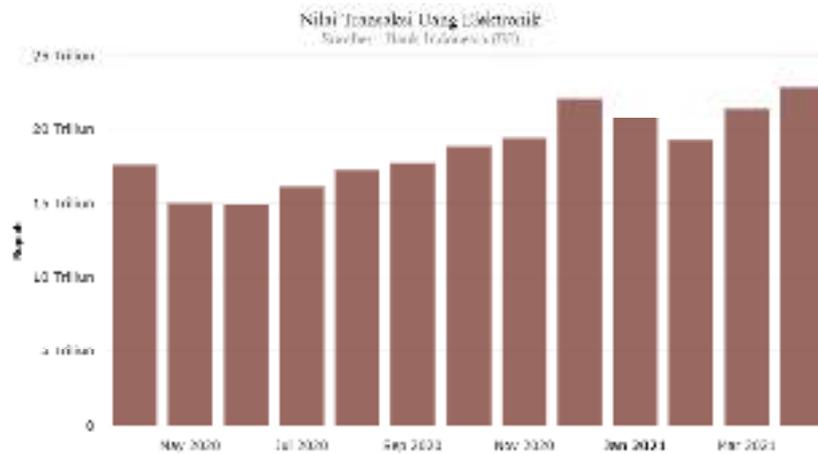
Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2020

Berdasarkan Gambar 1.1 diketahui bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 196,7 juta orang atau 73,7% dari total populasi Indonesia 266,9 juta. Angka tersebut mengalami kenaikan sebesar 8,9% dari periode tahun 2019. Menurut APJII kenaikan penggunaan internet pada tahun 2020 ini diakibatkan, karena dampak masa pandemi Covid-19 yang mengharuskan adanya pembelajaran online dan bekerja dari rumah atau work from home (WFH).

Salah satu teknologi yang berkembang pesat pada saat ini adalah teknologi keuangan, yang menjadi lebih efisien dan modern, sistem pembayaran saat ini tidak hanya secara tunai yaitu menggunakan uang kartal (logam dan kertas) namun saat ini telah muncul inovasi uang non tunai atau yang dikenal dengan *e-money* atau uang elektronik. Pada tanggal 14 Agustus 2014 di Jakarta, Bank Indonesia telah mencanangkan “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)”. GNNT sendiri sebenarnya memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap transaksi pembayaran berbasis elektronik. Gerakan ini dapat dikatakan cukup berhasil, dibuktikan dari adanya peningkatan transaksi uang elektronik dari tahun-ketahun.

Berikut ini Gambar grafik 1.2 yang dikeluarkan Bank Indonesia (BI) terkait dengan transaksi uang elektronik.

Gambar 1.2 : Nilai Transaksi Uang Elektronik



Sumber : Bank Indonesia (BI) Agustus 2021

Dari gambar grafik di atas diketahui, Bank Indonesia (BI) mencatat, nilai transaksi dengan uang elektronik mencapai Rp 22,8 triliun pada April 2021, naik 30,2% dibandingkan bulan yang sama pada tahun lalu 2020, Nilai tersebut sekaligus menjadi yang tertinggi dalam satu tahun terakhir. Uang elektronik semakin banyak digunakan masyarakat sejak pandemi Covid-19. Semakin tingginya volume transaksi uang elektronik, semakin banyak pula uang elektronik yang beredar.

Bidang keuangan Fintech atau *financial Teknologi* mengeluarkan inovasi dalam system pembayaran yang dikenal dengan istilah *e-money* atau uang elektronik yang saat ini terdiri dari dua jenis yaitu, uang elektronik yang berjenis *Chip based* dan juga uang elektronik yang berbasis *Server based*. Dalam penggunaannya, uang elektronik tetap membutuhkan uang kartal, pengguna uang elektronik harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan kemudian pada media elektronik.

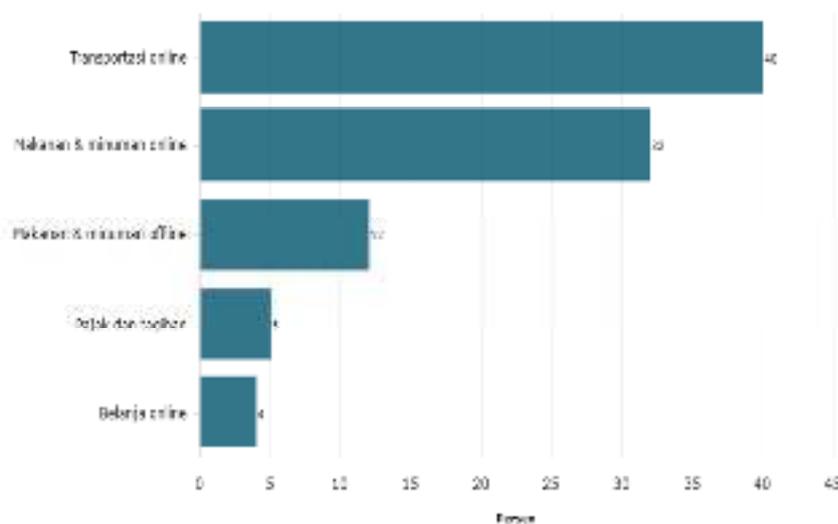
Uang elektronik yang berbasis *chip based*, atau berbasis kartu yang biasa dikenal dan lebih umum digunakan. seperti untuk transaksi digerbang tol, pembayaran tiket transportasi publik dan lain-lain, contohnya adalah Bank Mandiri e-money, BNI TapCash, BRI Brizzi dan Bank BCA Flazz.

Jenis kedua adalah uang elektronik berbasis aplikasi atau *server based* yang penggunaannya melalui *gadget* atau handphone berbasis iOS atau Android, pada saat ini juga, telah banyak dikeluarkan beberapa bank konvensional seperti BRImo, BCA mobile, Livin by Mandiri dan lain-lain, tetapi beberapa perusahaan startup juga mengeluarkan inovasi pembayaran dengan istilah dompet digital. Dompet digital dapat digunakan seperti halnya uang elektronik berbasis aplikasi atau *server based* lainnya, dompet digital memiliki banyak penawaran didalamnya. Seperti adanya *cashback* atau diskon untuk pembayaran pulsa, listrik, asuransi, cicilan, atau membeli voucher dengan harga miring.

Seperti yang kita ketahui dompet digital menjadi populer belakangan ini dikarenakan banyaknya *cashback* atau diskon pembayaran yang ditawarkannya, ada 5 dompet digital yang populer di Indonesia yaitu, OVO, Gopay, Shopeepay, Dana, dan LinkAja. Kelima dompet digital ini memiliki ikatan kepada platform tertentu, contohnya seperti OVO dengan Grab, GoPay dengan Tokopedia dan Gojek, Dana dengan Bukalapak dan Shopeepay dengan Shopee. Sementara LinkAja dengan berbagai layanan milik BUMN. Penelitian yang dilakukan oleh Bagla dan Sancheti (2018) menemukan bahwa salah satu alasan seseorang menggunakan dompet digital adalah *cashback dan reward* .

Penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran telah menjadi bagian dari aktivitas transaksi sehari-hari seperti untuk pembayaran transportasi online, pembayaran transaksi melalui QR code ditoko online maupun ditoko offline, pembayaran tagihan, dan lain-lain.

Gambar 1.3 Pengeluaran Terbesar Pengguna Dompet Digital di Indonesia 2021



Sumber : Ipsos Indonesia 2021

Pada Gambar 1.3 di atas, dapat kita lihat bahwa penggunaan dompet digital paling banyak adalah untuk pembayaran jasa transportasi online, yakni sebesar 40% angka itu kemudian disusul oleh pembayaran pesan-antar makanan dan minuman secara online dengan 32%. Sementara itu pembelian makanan dan minuman di gerai offline dan pembayaran belanja online dengan dompet digital masih rendah, Masing-masing hanya 12% dan 4% Namun aplikasi ini juga telah digunakan untuk membayar pajak dan tagihan lainnya.

Adanya penerimaan perilaku dalam menggunakan suatu teknologi dapat dipengaruhi oleh sikap dari pengguna. Selain sikap, persepsi dari pengguna juga akan sangat mempengaruhi seseorang dalam penggunaan teknologi. Penggunaan teknologi baru saat ini juga didasarkan pada teori TAM (*technology acceptance model*) tentang penggunaan teknologi, dalam TAM dijelaskan bahwa pengguna cenderung memilih menggunakan suatu teknologi tergantung dari bagaimana teknologi itu mampu memperbaiki dan meningkatkan kinerja mereka. Meskipun dalam penggunaan teknologi banyak manfaat yang diperoleh, namun tetap ada kesulitan dalam menggunakan teknologi, hal tersebut dapat mempengaruhi seseorang dalam penggunaan teknologi (Davis, 1989).

Persepsi yang dimaksudkan dalam penggunaan teknologi adalah persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang dirasakan konsumen. Dengan demikian, dapat dikatakan jika semakin populernya dompet digital di Indonesia. dikarenakan kemudahan dalam menggunakan dompet digital dan banyaknya manfaat yang diberikan oleh dompet digital. Namun sayangnya, kemudahan dan manfaat tersebut tidak bisa didapatkan ketika jaringan internet dan *server* dompet digital bermasalah. Jika hal tersebut terjadi, dompet digital menjadi sulit untuk melakukan fungsinya baik untuk pembayaran maupun proses *top-up*. Hal lainnya yang dapat mempengaruhi manfaat dan kemudahan penggunaan dompet digital adalah fitur dan layanan yang diberikan. Semakin banyak fitur, semakin banyak kemudahan yang dirasakan oleh pengguna. Begitu juga dengan layanan, seperti layanan pengaduan masalah.

Di sisi lain, salah satu faktor pendorong penggunaan dompet digital adalah faktor keamanan dari pada uang konvensional tersebut, Dalam penggunaannya dompet digital seringkali menghadapi berbagai kendala. Salah satu kendala yang sering dihadapi adalah masalah keamanan (*security*). Menurut data yang dihimpun dari acara *IPSOS Marketing Summit 2020: Indonesia The Next Cashless Society* menyebutkan sebanyak 47% konsumen memiliki lebih dari tiga jenis dompet digital (Ipsos, 2020). Adanya kepemilikan lebih dari satu jenis dompet digital membuat pengguna kurang memperhatikan masing-masing dari dompet digital tersebut. Hal yang perlu diperhatikan oleh pengguna adalah uang yang tersimpan dalam dompet digital, transaksi yang dilakukan melalui dompet digital, dan keamanan data diri. Beberapa dompet digital menggunakan data diri (Kartu Tanda Penduduk/KTP) untuk melakukan registrasi . Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Dompet Digital Pada Masyarakat Kota Binjai”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap niat Bertransaksi dengan menggunakan Dompot digital ?
2. Apakah Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap niat Bertransaksi dengan menggunakan Dompot digital ?
3. Apakah Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap niat Bertransaksi dengan menggunakan Dompot digital ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Agar dapat mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat Bertransaksi dengan menggunakan Dompot digital.
2. Agar dapat mengetahui pengaruh persepsi Keamanan terhadap niat Bertransaksi dengan menggunakan Dompot digital.
3. Agar dapat mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap niat Bertransaksi dengan menggunakan Dompot digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana pengaplikasian ilmu yang di dapat di meja perkuliahan dan untuk menambah bahan referensi penulis serta mengembangkan sifat kritis terhadap fenomena-fenomena yang sedang terjadi dimasa ini.

2. Bagi Perusahaan

Memberi masukan dan sumbangan bagi perusahaan dalam hal pemikiran dan hasil penelitian. Dari hasil penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan dompet digital

3. Bagi Program Studi

Sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Serta dapat menambah literature kepustakaan mengenai Dompet digital.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

3.1 Landasan Teoritis

Financial Teknologi

Menurut Raharjo (2017:1) *Fintech* adalah singkatan dari *Financial technology* yang menggabungkan system keuangan dengan teknologi hingga menjadi sebuah inovasi yang memudahkan system keuangan. Sementara menurut Rubini (2018:5) “*Financial technology or fintech, industry, refers to the group of companies that are introducing innovation into financial services through the use of modern technologies*” atau “*Financial technology (fintech)* atau teknologi keuangan merupakan industri yang merujuk pada kumpulan perusahaan yang mengenalkan inovasi dalam sektor keuangan dengan menggunakan teknologi modern”. Selanjutnya menurut World Bank dalam (Nizar, 2017:4) *Fintech* adalah “industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi agar system keuangan dan system layanan keuangan lebih efisien”

Sebuah lembaga riset NDRC (The National Digital Research Center) dalam (Maulida 2019) menyebutkan bahwa *Fintech* adalah sebuah istilah untuk inovasi dalam jasa keuangan atau finansial, dimana teknologi adalah kuncinya. Sedangkan menurut *Financial Stability Board* dalam (Nizar, 2017:4) mendefinisikan *Fintech* sebagai suatu bentuk inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat menghasilkan model-model bisnis, aplikasi, proses atau produk-produk dengan efek material yang terkait dengan penyediaan jasa layanan keuangan.

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fintech adalah sebuah inovasi layanan yang menyediakan produk-produk keuangan dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi yang sedang berkembang sebagai alat pengoperasiannya.

Financial Technology (Fintech) memiliki ragam layanan dan produk yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat. Klasifikasi Fintech berdasarkan Bank Indonesia, terbagi menjadi 4 jenis (Maulida, 2019), yakni:

1. *Peer-to-Peer (P2P) Lending* dan *Crowdfunding* P2P *lending* dan *crowdfunding*, Fintech satu ini seperti *marketplace* finansial. *Platform* ini mampu mempertemukan pihak yang memerlukan dana dengan pihak yang dapat memberi dana sebagai modal ataupun investasi. *Peer-to-peer lending* atau P2P *lending* dapat pula diartikan sebagai layanan peminjaman dana pada masyarakat. Dana tersebut dapat berasal dari masyarakat itu sendiri maupun dari perusahaan yang membangun platform tersebut.
2. Manajemen Risiko Investasi
Fintech jenis ini dapat digunakan untuk melakukan pantauan pada kondisi keuangan dan juga melakukan perencanaan keuangan dengan lebih mudah dan praktis. Jenis manajemen risiko investasi yang satu ini biasanya hadir dan bisa diakses dengan menggunakan *smartphone*.
3. *Payment, Clearing, dan Settlement* Fintech jenis ini ada beberapa *startup* finansial yang memberikan penyediaan berupa *payment gateway* atau dompet digital Fintech *payment gateway* menghubungkan bisnis *e-commerce* dengan berbagai bank sehingga penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi kedua produk tersebut masih masuk dalam kategori Fintech ini.
4. *Market Aggregator*
Hadirya Fintech ini mengacu pada portal yang mengumpulkan berbagai jenis informasi terkait sektor keuangan untuk disajikan kepada penggunanya. Biasanya Fintech jenis ini mempunyai cakupan informasi terkait keuangan, tips, kartu kredit, dan investasi keuangan lainnya. Hadirnya Fintech jenis ini, diharapkan dapat menyerap banyak informasi sebelum melakukan pengambilan keputusan terkait keuangan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan dalam finansialku (2019), *Fintech* memiliki kelebihan dan kekurangan, kelebihanannya antara lain :

1. Melayani masyarakat Indonesia yang belum dapat dilayani oleh industri keuangan tradisional dikarenakan ketatnya peraturan perbankan dan adanya keterbatasan industri perbankan tradisional dalam melayani masyarakat di daerah tertentu.
2. Menjadi alternatif pendanaan selain jasa industri keuangan tradisional dimana masyarakat memerlukan alternatif pembiayaan yang lebih demokratis dan transparan.

Sedangkan kekurangan dari *Fintech* adalah sebagai berikut:

1. Wajib terkoneksi dengan Internet
2. *Fintech* memiliki dana yang terbatas tidak seperti bank
3. Masih termasuk kategori rawan terhadap penipuan

Dompot Digital

Dompot digital atau *e-wallet* adalah aplikasi atau layanan elektronik yang berfungsi untuk transaksi antar pengguna agar lebih mudah diakses oleh masyarakat. Transaksi yang bisa dilakukan oleh dompot digital seperti mengirim uang ke teman atau orang sekitar, membayar barang dan jasa dengan membatasi jumlah uang yang terdapat pada aplikasi. (Nurya dan Tri, 2020).

Ada 5 dompot digital yang populer di Indonesia dan sudah diawasi oleh Bank Indonesia. yaitu :

1. Gopay

Gopay merupakan dompot digital yang dapat diakses melalui aplikasi transportasi online Gojek. Gopay merupakan merek dari PT Dompot Karya Anak Bangsa. Awal mula Gopay dimulai ketika tahun 2016. Sebelumnya Gopay disebut dengan GO-JEK Credit. Fungsi Gopay di awal kehadirannya terbatas yaitu hanya dapat digunakan untuk membayar layanan-layanan yang ada dalam aplikasi Gojek. Selanjutnya pada tahun 2018 GoPay secara resmi menjadi uang elektronik dengan bermacam-macam fungsi.

Fitur dan Layanan Gopay meliputi, Bayar dan Tarik, ketika pengguna mengunduh aplikasi Gojek, seluruh pembayaran untuk layanan di dalamnya mulai dari GoRide, GoCar, GoFood, GoShop, GoSend, GoMart, dan lainnya dapat

dilakukan dengan GoPay. Selain layanan yang ada di dalam aplikasi Gojek, GoPay juga dapat digunakan untuk pembayaran rekan usaha *online* maupun *offline*. Pembayaran dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu dengan menggunakan nomor telepon, rekening bank, dan menggunakan *QR Code*.

Tagihan (*GoBills*) fitur ini digunakan untuk mempermudah pengguna membayar tagihan yang dimiliki oleh pengguna tersebut. Banyak jenis tagihan yang dapat dibayarkan melalui fitur ini, mulai dari tagihan layanan publik seperti bayar listrik, BPJS, PBB, tagihan provider, tagihan kredit, tagihan layanan *video streaming* dan lain-lain. *PayLater, PayLater* merupakan fitur GoPay yang ditujukan sebagai fasilitas pinjaman dari pemberi pinjaman dalam hal ini sebagai penyalenggara pinjaman P2P. Pinjaman terbatas pada pembayaran dalam aplikasi di dalam GoPay meliputi GoRide, GoFood, GoSend, GoBills, dan GoPulsa. (Gopay, 2020).

2. OVO

OVO merupakan merek dompet digital dari PT Visionet Internasional. Selain dapat diakses melalui aplikasi OVO, pengguna OVO juga dapat menautkan OVO dengan aplikasi transportasi *online* Grab. Fitur dan Layanan OVO adalah tidak jauh berbeda dari Gopay. OVO dapat digunakan untuk melakukan pembayaran transportasi *online* Grab dan semua fitur yang ada di dalam Grab, seperti Grabike, Grabcar, Grabexpress, Grabfood, Grabmart, dll. Selain itu, OVO juga dapat digunakan untuk pembayaran layanan publik seperti PLN, BPJS Kesehatan, Telkom, dan PDAM. Pembelian pulsa dan paket data. OVO bekerjasama dengan berbagai *merchant online* dan *offline* dan karena hal ini,

pengguna OVO dapat melakukan pembayaran pada *merchant* tersebut menggunakan OVO, dan bisa dilakukan pembayaran dengan *QR Code*.

Saldo dalam OVO disebut dengan OVO Cash. OVO juga memiliki program loyalty yaitu OVO Point dimana pengguna dapat mengumpulkan OVO Point yang diperoleh ketika bertransaksi dan dapat menggunakannya untuk pembelian barang dengan syarat dan ketentuan tertentu yang berlaku. (OVO, 2020)

3. DANA

DANA merupakan aplikasi dompet digital dari PT Espay Debit Indonesia. DANA merupakan akronim dari Dompet Digital di Indonesia. Pertama kali diperkenalkan pada 21 Maret 2018. DANA bekerjasama dengan *e-commerce* BukaLapak serta aplikasi pemesanan tiket bioskop TIX. Fitur dan layanan DANA adalah tidak jauh berbeda dari GoPay dan OVO, Dana dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran pada toko dan *e-commerce* yang sudah bekerja sama dengan DANA, pembelian pulsa, Pembayaran PLN, BPJS Kesehatan, Telkom, dan PDAM, dan berbagai macam cicilan. sementara itu didalam DANA kita juga bias menabung emas yang nantinya bias dapat kita tukarkan menjadi emas batangan. Didalam DANA juga dikenal dengan *Mission*, *Mission* merupakan fitur dimana pengguna DANA diberikan tantangan oleh DANA dan akan mendapatkan *reward* ketika dapat menyelesaikan tantangan tersebut. *Reward* dapat berupa kupon atau potongan harga lainnya. dan Promo, Fitur ini berisi tawaran-tawaran promosi penjualan yang diberikan oleh DANA. Promo dapat berupa kupon, potongan harga, pengembalian dan lainnya.

Sama seperti GoPay dan OVO Pengguna DANA juga harus *upgrade* akun DANA menjadi DANA Premium dengan cara mengunggah identitas diri.. DANA menyediakan fitur *card binding* dimana pengguna dapat menyimpan kartu debit dan kartu kredit dalam bentuk aplikasi. DANA juga menawarkan *voucher* dan promo lainnya untuk pengguna (DANA, 2020).

4. ShopeePay

ShopeePay adalah layanan fasilitas dompet digital yang awalnya difungsikan untuk sarana pembayaran pada online pada aplikasi belanja shopee. ShopeePay diperkenalkan di Indonesia pada tanggal 8 Agustus 2018 oleh PT AirPay Indonesia. Saat ini fungsi dan fitur shopeepay yang paling terkenal adalah SPayLater sama seperti GoPay yang telah memiliki fitur ini yaitu sebagai fasilitas pinjaman dari pemberi pinjaman dalam hal ini sebagai penyalenggara pinjaman P2P. didalam SPayLater kita dapat meminjam uang dengan minimal yang telah ditentukan, uang dapat dicairkan atau bahkan dapat melakukan pembayaran belanjaan online melalui Shopee. Selain itu ShopeePay juga dapat menjadi uang elektronik saat kita hendak melakukan transaksi keuangan apapun didalam aplikasi Shopee. Kegunaan ShopeePay tidak jauh berbeda dari beberapa dompet digital yang telah dijelaskan diatas (ShopeePay 2020)

5. LinkAja

LinkAja merupakan layanan uang elektronik yang sebelumnya bernama Telkomsel Cash atau TCASH. LinkAja dibentuk oleh Telkomsel dan Himbara (Himpunan Bank Milik Negara). LinkAja mulai beroperasi pada Februari 2019 setelah sebelumnya pada Januari 2019 Telkomsel dan Himbara mendirikan PT Fintek Karya Nusantara (Finarya). LinkAja dapat melakukan pembelian pulsa Telkomsel, pembayaran tiket kereta api dan pembayaran pada beberapa sektor usaha yang dikembangkan BUMN, LinkAja menyediakan 2 tipe akun yang dapat dipilih oleh pengguna yaitu tipe *Basic Service* dan *Full Service*. Perbedaan terletak pada batas saldo minimum dan layanan kirim uang dan tarik saldo. Untuk mendapatkan akun *Full Service* pengguna diharuskan mengunggah foto dan identitas diri. Dengan menggunakan LinkAja pengguna dapat melakukan isi saldo melalui bank yang bekerjasama dengan LinkAja, ATM, toko retail, dan Grapari. LinkAja juga dapat digunakan untuk membayar pada *merchant* LinkAja dengan menggunakan QR Code. (LinkAja, 2020)

Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007:115) “Persepsi kemudahan pengguna didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakan”.

Arti Persepsi kemudahan penggunaan sesungguhnya ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna.

Kemudahan mempunyai makna tanpa adanya kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Dengan demikian, persepsi

kemudahan penggunaan ini merujuk pada kepercayaan individu bahwa setiap sistem ini membantu dan tidak memerlukan upaya serta biaya yang besar dalam penggunaannya.

Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa terjadinya niat menggunakan dikarenakan adanya persepsi kemudahan yang akan mempengaruhi sikap, niat dan penggunaan sesungguhnya.

Jika dikaitkan dengan penggunaan dompet digital, maka persepsi kemudahan yang dimaksud berkaitan dengan keyakinan individu atas kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan dompet digital.

Penelitian ini menggunakan indikator dari Davis (1989), dalam jogiyanto (2007:152) untuk mengukur persepsi kemudahan

- a. *Easy to Learn* (mudah dipelajari penggunaannya).
- b. *Controllable* (sistem mudah dijalankan).
- c. *Clear and Understandable* (sistem jelas dan mudah dimengerti).
- d. *Flexible* (fleksibel).
- e. *Easy to Become Skillful* (mudah untuk menjadi terampil menggunakan).
- f. *Easy to Use* (mudah digunakan).

Persepsi Keamanan

Menurut Kartika (2018:21) Persepsi keamanan merupakan persepsi yang dapat menunjukkan tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap keamanan teknologi tersebut. Persepsi keamanan diartikan sebagai kepercayaan konsumen bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat oleh pihak lain kecuali dirinya sendiri, karena informasi mereka sudah disimpan dan tidak dapat dimanipulasi oleh pihak lain. Sehingga mereka dapat memiliki kepercayaan untuk menggunakan teknologi yang sudah terjamin tingkat keamanannya.

Menurut G.J. Simons dalam Rahardjo (2005: 2) Menyebutkan keamanan informasi adalah “bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik”.

Faktor keamanan juga dijadikan pertimbangan pengguna sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan suatu aplikasi dompet digital. Tujuan

dari sistem keamanan dalam aplikasi dompet digital adalah untuk mencegah, mengatasi serta melindungi sistem informasi dari risiko terjadinya tindakan yang merugikan dan illegal.

Menurut Raharjo (2005:5) indikator dari Persepsi Keamanan yaitu::

- 1) Tingkat kepercayaan keamanan
- 2) Kerahasiaan perusahaan
- 3) Tingkat keamanan

Niat Menggunakan Dompet Digital

Menurut Jogiyanto (2017:29) niat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu, Niat tidak selalu statis dapat berubah dengan berjalannya waktu.

Pada penelitian ini teori Davis (1989) *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang paling tepat digunakan,. TAM merupakan teori yang digunakan untuk menjelaskan mengenai pengaruh penggunaan teknologi terhadap niat menggunakan. melihat dampak penerimaan penggunaan teknologi, yang menunjukkan bahwa kinerja seseorang dari perilaku tertentu di tentukan oleh perilaku niat atau keinginannya untuk melakukan perilaku tersebut,dan perilaku niat secara bersama-sama di tentukan oleh sikap orang tersebut. Didalam TAM,persepsi kemudahan dan persepsi keamanan merupakan salah satu pembentuk dari niat menggunakan kembali.

Menurut Arts dalam Anggreini (2015 : 46) Niat penggunaan (*intention to use*) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Banyak pemasar yang mengalami kesulitan ketika meneliti pengadopsian inovasi, karena seringkali konsumen yang memiliki niat berperilaku tidak selalu mengefektifkan niat berperilaku mereka ke dalam perilaku penggunaan.

Dapat disimpulkan niat penggunaan yaitu kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan suatu produk, tingkat pengguna teknologi pada seseorang dapat di prediksi dari sikap perhatian terhadap teknologi tersebut. Misalnya rasa keinginan untuk menambah hardware tambahan, motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Menurut Juhri dan Dewi (2017) Indikator dari Niat yaitu sebagai berikut:

- a. Kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk
- b. Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
- c. Niat yang menggambarkan perilaku seseorang yang mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif.

3.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

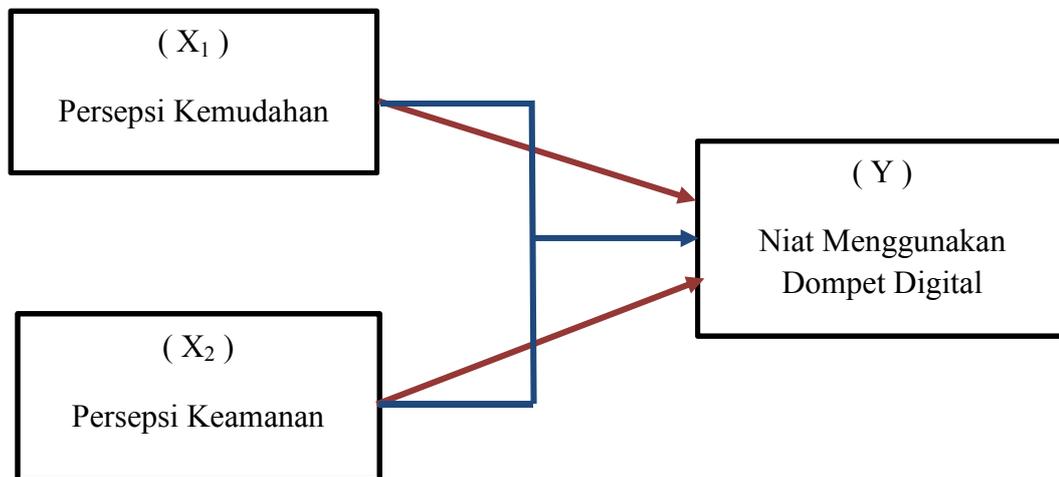
No	Penulis (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Femmy Effendy (2020)	Pengaruh <i>Perceived of Benefit</i> Terhadap Niat untuk menggunakan Layanan Dompot Digital di Kalangan Milenial	Penelitian Kuantitatif , dengan teknik sampling <i>non probality</i> . Dengan Analisis data Regresi Linear Berganda	<i>Perceived of Benefit</i> berpengaruh signifikansi terhadap <i>Intention to use</i> dompot digital dan <i>Behaviour use</i> . Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor manfaat dalam menggunakan dompot digital pada kaum milenial tetap mengalami pertimbangan keputusan.
2	Latifah Robaniyah , Heny Kurnianingsih (2021)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO	Penelitian Kuantitatif , dengan teknik sampling <i>non probality</i> . Dengan Analisis data Regresi Linear	Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan secara positif dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap

			Berganda	minat menggunakan aplikasi OVO . Hal ini berarti minat menggunakan OVO akan semakin meningkat apabila persepsi manfaat, kemudahan dan keamanan mengalami peningkatan.
3	Adinda Niken Saraswati (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap minat Menggunakan <i>E-money</i> di Kalangan Generasi Milenial	Penelitian Kuantitatif , dengan teknik sampling <i>non probability</i> . Dengan Analisis data Regresi Linear Berganda	Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan berpengaruh secara Signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> dikalangan Milenial

3.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual atau kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Menurut Uma Sekaran dalam (Werang, 2015:47) ”menyatakan kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penelitian”. Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel-variabel yang telah dijadikan sebagai landasan dari teori penelitian. Variabel X_1 dari penelitian ini adalah Persepsi Kemudahan, Variabel X_2 dari penelitian ini adalah Persepsi Keamanan dan Variabel Y dari penelitian ini yaitu Niat menggunakan Dompert digital. Penulis menggambarkan kerangka konseptual atau kerangka pikir dari penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



3.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan dengan didukung teori yang relevan, maka hipotesis atau jawaban sementara dapat dirumuskan sebagai berikut :

Hipotesis 1 :

H₀₁ : Variabel Persepsi Kemudahan (X₁) Tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Menggunakan Dompet digital (Y)

H_{a1} : Variabel Persepsi Kemudahan (X₁) Berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Menggunakan Dompet digital (Y)

Hipotesis 2 :

H₀₂ : Variabel Persepsi Keamanan (X₂) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Menggunakan Dompet digital (Y)

H_{a2} : Variabel Persepsi Keamanan (X₂) berpengaruh secara Signifikan terhadap Niat Menggunakan Dompet digital (Y)

Hipotesis 3 :

H₀₃ : Variabel Persepsi Kemudahan (X_1) dan Variabel Persepsi Keamanan (X_2) tidak berpengaruh secara simultan terhadap Niat Menggunakan Dompot digital (Y)

H_{a3} : Variabel Persepsi Kemudahan (X_1) dan Variabel Persepsi Keamanan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Niat Menggunakan Dompot digital (Y)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian asosiasif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan satu variabel dengan variabel yang lain dengan menggunakan pedekata kuantitatif. Pendekatan kuantatif adalah pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, analisis data, dan kesimpulan data sampai dengan penulisanannya menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik. Penelitian ini dilakukan unruk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Pesepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Dompot digital pada Masyarakat Kota Binjai

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kota Binjai, Sumatera Utara, penelitian ini di mulai pada tanggal 5 mei hingga 29 mei 2022.

Tabel 3.1

Jadwal Penelitian & Penulisan Skripsi

No	Kegiatan	Waktu Kegiatan (2022)																													
		Jan		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan	■	■																												
	Judul	■	■																												
2	Acc Judul			■																											
	Persetujuan			■	■																										
3	Pembimbing			■	■																										
	Bahan			■	■	■																									
4	Literatur			■	■	■																									
	Penyusunan			■	■	■	■																								
5	Proposal			■	■	■	■																								
	Bimbingan							■	■	■	■	■	■																		
6	Proposal							■	■	■	■	■	■																		
	Seminar							■	■	■	■	■	■																		
7	Proposal							■	■	■	■	■	■																		
	Revisi													■	■																
8	Proposal													■	■																
	Pengumpulan																														
9	Data (Penelitian)																														
	Pengolahan dan																														
10	Analisis Data																														
	Bimbingan																														
11	Skripsi																														
	Periksa Buku																														
12	Pengandaan &																														
	Tanda Tangan																														
13	Ujian Meja Hijau																														

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2019:80), populasi menggambarkan keseluruhan dari sempel sebagai objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Binjai, Sumatera Utara.

Sampel Penelitian

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel” (Sugiyono, 2019:81). Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian diperlukan teknik sampling atau teknik pengambilan sampel. Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *Snowball sampling* sebagai cara pengumpulan data. *Snowball sampling* adalah teknik sampling yang penentuan sampel mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat Bola salju yang menggelinding yang lama-lama akan membesar (Sugiyono,2019:85). Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu pengguna dompet digital yang memenuhi kriteria tertentu. Kriteria yang dijadikan sampel adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Kota Binjai yang menggunakan salah satu dari lima dompet digital yang paling banyak digunakan di Indonesia (Gopay, OVO, DANA, Shopeepay, dan LinkAja)
2. Masyarakat Kota Binjai yang berumur Minimal 17 tahun.

3.4 Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data maka diperlukan instrumen pengumpulan data yang merupakan alat bantu bagi peneliti agar kegiatan pengumpulan data menjadi sistematis dan mudah. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner melalui google form kepada sampel penelitian.

Kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan jawaban dari para responden. Kuesioner merupakan satu mekanisme pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan jelas apa yang di isyaratkan dan bagaimana mengukur variabel yang diteliti (Basilius Redan Werang, 2015:114). Kuisisioner berisi sejumlah pernyataan yang harus dijawab atau direspon oleh responden. Dalam penelitian kuisisioner diberikan pada responden berupa angket atau kuisisioner melalui *Google Form* kepada sampel penelitian. Pada setiap pertanyaan yang ada dalam kuisisioner diberi bobot dengan menggunakan Skala Likert, dalam penelitian ini menggunakan 5 jenjang skala yang digunakan, sebagai berikut :

Tabel 3.2

Skala Likert dan Bobot Nilai jawaban Responden

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah spesifikasi kegiatan penelitian dalam mengukur atau memanipulasi suatu variable, definisi operasional memberikan batasan atau arti suatu variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut.

Tabel 3.3
Definisi Operasional

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Persepsi Kemudahan (X1)	Menurut Jogiyanto (2007:115) Persepsi kemudahan pengguna didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakan.	a) <i>Easy to Learn</i> (mudah dipelajari penggunaannya). b) <i>Controllabe</i> (sistem mudah dijalankan). c) <i>Clear and Understandable</i> (sistem jelas dan mudah dimengerti). d) <i>Flexible</i> (fleksibel). e) <i>Easy to Become Skillful</i> (mudah untuk menjadi terampil menggunakan). f) <i>Easy to Use</i> (mudah digunakan).	Likert
2	Persepsi Keamanan (X2)	Menurut Rahardjo (2005: 2) Menyebutkan keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (<i>cheating</i>) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.	a)Tingkat kepercayaan keamanan b)Kerahasiaan perusahaan c)Tingkat keamanan	Liert

3	Niat	Menurut Taylor (2015) niat menggunakan diartikan sebagai keinginan individu untuk menggunakan kembali sesuatu yang sama apabila suatu waktu memerlukan kembali.	a) Kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk b)Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain c)Niat yang menggambarkan perilaku seseorang yang mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif.	Liket
---	------	---	---	-------

Sumber : Diolah Oleh Penulis Tahun 2022

3.6 Analisis Data

Uji instrument

Uji instrument merupakan suatu uji atau alat ukur untuk mengukur sesuatu dengan hasil yang konsisten, Untuk memastikan apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang konsisten dan dapat di percaya, maka digunakan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas

Dalam uji validitas suatu instrumen dinyatakan valid apabila koefisien korelasi dihitung lebih besar dibanding koefisien korelasi r tabel pada taraf signifikansi 5%. Uji validasi kuesioner penelitian ini menggunakan bantuan *software* statistik untuk memperoleh hasil yang terarah. Pengujian validasi dilakukan dengan program SPSS version 22.0 *for windows*. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai *p value* / nilai signifikan kurang dari 0.05 (5%) maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai *p value* atau signifikansi sama dengan atau lebih dari 0,05 (5%) dinilai tidak valid.

Kriteria pengujian validasi menurut Husein Umar adalah sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r table 0,05 maka pertanyaan tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r table 0.05 maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas pengukuran dalam penelitian ini menggunakan metode *cronbach's alpha*. Koefisien *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,60 maka disebut reliabel. Hal ini menunjukkan keandalan instrumen. Selain itu *cronbach's alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut tidak reliabel

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik adalah prasyarat analisis regresi berganda yang harus dipenuhi agar penaksiran parameter dan koefisien regresi tidak bias. Pengujian asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan, Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-smirnov* dan pendekatan grafik plot. *Kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan tingkat

signifikan 5% (0,05) maka jika nilainya signifikan 5% artinya *variabel residual* berdistribusi normal dan uji normalitas dengan pendekatan grafik.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variante Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

1. $VIF < 5$ maka tidak terdapat multikolinieritas
2. $Tolerance > 0,1$ maka tidak terdapat multikolinieritas

Uji Heterokedestisitas

Uji Heterokedestisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varian yang sama diantara anggota grup tersebut. Artinya, jika varian variabel independen adalah konstan (sama) untuk nilai tertentu variabel independen disebut homoskedastisitas. Sedangkan, heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji gleyser dengan pengambilan keputusan jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika probabilitas signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% (0.05) dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heteroskedastisitas.

Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan) terhadap variabel terikat (Minat Penggunaan) akan digunakan metode analisis regresi berganda. Agar hasil yang diperoleh lebih terarah, maka penulis menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical packages For Social Studies*) versi 22.0.

Model regresi berganda yang digunakan adalah :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Niat Menggunakan Dompot Digital
 X_1 = Persepsi Kemudahan
 X_2 = Persepsi Keamanan
a = Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
 β_1 = Koefisien regresi variabel Persepsi Kemudahan
 β_2 = Koefisien regresi variabel Persepsi Keamanan
e = error

Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Uji secara Parsial (Uji-t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat atau dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t parsial dalam analisis regresi adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel

- a. Jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai t hitung $<$ nilai t tabel, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Berdasarkan nilai signifikansi hasil *output* pada *software statistic*
 - a. Jika nilai sig. $<$ 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai sig. $>$ 0,05 maka Variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima pada $\alpha = 5\%$
2. Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak pada $\alpha = 5\%$

Keputusan

Uji secara Simultan (Uji -F)

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak dan keseluruhan, untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Dilakukan untuk mengetahui pengaruh tersebut secara signifikan. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan :

1. Berdasarkan nilai f hitung dan f tabel
 - a. Jika nilai F hitung $>$ nilai F tabel, maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terkait.
 - b. Jika nilai F hitung $<$ nilai F tabel, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terkait.

2. Berdasarkan nilai signifikansi hasil output pada *Software statistic*
 - a. Jika nilai sig. $< 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika nilai sig. $> 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. H_0 diterima jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$
2. H_a diterima jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5 \%$

Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien *Goodness of fit* (R^2) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien Determinan (R^2) ini berkisar antara nol sampai dengan satu $\leq (0(R^2)\leq 1)$. Dimana semakin tinggi R^2 (mendekati 1) maka variabelvariabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel terkait, dan apabila $R^2 = 0$ manunjukkan variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

