

PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI PELAYANAN ELEKTRONIK PAYMENT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BRIZZI CARD

(STUDI KASUS PADA TENAN DI PT. HYARTA DANADIPA RAYA UNTUK PEMBAYARAN SEWA, LISTRIK, AIR MALL DINOYO CITY DAN PASAR TERPADU DINOYO)

Muhammad Zainul Mustofa, Sri Nuringwahyu, Dadang Krisdianto

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang

Jl. MT Haryono 193 Dinoyo, Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email: zainmustofa04@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada PT. Hyarta Danadipa Raya yang menggunakan sistem pembayaran pada sewa, listrik dan air untuk tenanya menggunakan kartu Brizzi. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh dan seberapa besar pengaruh tiga variabel penelitian dalam keputusan penggunaan kartu Brizzi untuk pembayaran sewa, listrik dan air di PT. Hyarta Danadipa Raya. Penelitian ini menggunakan pendekatan model Technology Acceptance Model (TAM). Jenis penelitian ini kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan peilaian responden atau kuesioner dan dokumentasi. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 207 responden yang diolah menggunakan aplikasi SPSS 25.0 For Windows.

Kata kunci: TAM, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Keputusan Penggunaan, Kartu Brizzi.

ABSTRACT

The research was conducted at PT. Hyarta Danadipa Raya which uses a rental, electricity and water payment system for it's energy using the Brizzi card. This research uses the Technology Acceptance Model (TAM). the type of the research is quantitative with data collection methods using respondent assessment or questionnaires and documentation. The number of sample of this study were 207 respondentwho where processed using the SPSS 25.0 for Windows application.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Usage Decisions, Brizzi Card.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam lingkungan ekonomi dan dunia bisnis tidak bisa dipungkiri fakta di atas merupakan sedikit dari gambaran mengenai peran penting teknologi di dunia perbisnisan hal itu membuat banyak dari perusahaan besar di dunia berinovasi, berlomba-lomba dan berkeinginan untuk mengubah menjadi penggerak dan pencetus dari dunia bisnis *e-business*, *e-commerce* dan usaha teknologi dunia global. Perkembangan serta kemajuan yang dialami oleh teknologi informasi di era disrupsi banyak mempengaruhi segala kegiatan serta perilaku masyarakat mulai dari perilaku kegiatan sehari – hari yang dilakukan

hingga kegiatan bersosialisasi masyarakat. Kemudahan yang dimiliki teknologi bisa digunakan sebagai kemudahan kita dalam melakukan transaksi keuangan sebagai alat yang dikeluarkan dari proses disrupsi terhadap alat tukar barang secara konvensional itu yakni dengan hadirnya uang digital (*e-money*) yang akhir – akhir ini di Indonesia menunjukkan peningkatan minat serta penggunaan uang digital (*e-money*) yang dinilai cukup besar, sehingga dikatakan peningkatan itu akan terus berkembang seiring dengan perkembangan dan pertambahan tahun.

Industri perbankan salah satu dari banyak industri yang selalu lebih dulu mengikuti bentuk

perubahan teknologi informasi dan komunikasi karena untuk menunjukkan sebuah nilai atau karakteristik dari industri yang bergerak di jasa keuangan akan banyak dihadapkan pertanyaan seputar apakah yang akan ditawarkan oleh bank tersebut untuk mendapat perhatian dan kepercayaan nasabah. Menawarkan berbagai kemudahan, keuntungan serta manfaat merupakan bentuk yang harus di buat sebagai tawaran yang sudah ditetapkan untuk jasa yang dipercaya oleh nasabah. Karena hal ini lah kita bisa melihat banyak keluaran produk yang ditawarkan oleh industri perbankan yang mengambil ide uang elektronik di Indonesia sendiri sudah berlaku di tahun 2009 hingga saat ini sangat populer dikalangan masyarakat Indonesia. Uang elektronik sendiri adalah bentuk uang yang di gadang – gadang menyelesaikan tiga masalah pokok dari uang konvensional atau uang logam dan kertas saat ini, sehingga transisi antara penggunaan *e-money* dan minat transaksi konvensional begitu cepat walaupun di Indonesia sendiri belum bisa maksimal dalam penggunaan *e-money* sebab perkembangan teknologi dan infrastruktur yang tidak memadai. Selain itu bank juga sudah mengubah segala bentuk kegiatan di industri menjadi serba digital dengan banyak mengeluarkan produk digital pula setiap bank yang bersaing dan berkembang di Indonesia seperti contohnya BRI saat ini memiliki bentuk produk yang mengikuti perkembangan teknologi antara lain ATM, Brizzi Card, BRIMO, Ceria Cashout, BRIBRAIN, Buka Rekening Online, BRIAPI, dan Pasar.id. sederetan bentuk dari mengikuti perkembangan era teknologi industri keuangan juga tidak meninggalkan kegiatan konvensional seperti biasanya yakni melakukan transaksi perbankan langsung di kantor.

Perkembangan teknologi perbankan di Indonesia memicu langkah maju teknologi keuangan sehingga bermunculan banyak produk seperti yang di keluarkan oleh bank BRI yakni produk Brizzi dimana kartu ini memiliki fungsi kartu sebagai pengganti uang selain itu pemanfaatan uang elektronik juga banyak digunakan oleh perusahaan – perusahaan untuk mempermudah manajemen keuangan mereka. *Brizzi Card* merupakan salah satu bentuk *solving* manajemen serta terobosan strategi yang dibuat oleh perusahaan PT. Hyarta Danadipa Raya sebagai pengganti dan praktisasi penggunaan uang serta efisiensi pengolahan keuangan perusahaan dan tenan sendiri, pelayanan keuangan pada *Brizzi Card* itu dapat juga digunakan bukan hanya untuk pembayaran sewa saja pada PT. Hyarta Danadipa Raya tetapi bisa digunakan untuk transaksi keuangan lainnya seperti pembayaran tol, pembayaran belanja,

PDAM dan transaksi lainnya. Selain itu pemilik dari *Brizzi Card* bukan hanya seseorang yang memiliki Rekening di Bank pemilik produk saja melainkan pengguna *Brizzi Card* juga bisa dari kalangan orang yang tidak terdaftar sebagai pemilik rekening di bank. Teknologi informasi yang berbentuk pengganti uang menjadi fungsi yang lebih simpel ini di sebut dengan produk teknologi yang bisa memberikan manfaat lebih serta kemudahan bagi penggunanya, hal ini sejalan dengan pernyataan pada penelitian yang di lakukan oleh Wibowo dan Rosmauli (2015). Kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh *e-money* khususnya *Brizzi Card* adalah dengan adanya fakta masyarakat tidak perlu lagi membawa uang tunai untuk melakukan transaksi dengan jumlah uang yang banyak serta pengolahan keuangan seseorang akan selalu tercatat setiap transaksinya membuat tingkat kepercayaan terhadap orang meningkat, hal tersebut pula yang memberikan rasa aman dan nyaman saat ingin melakukan transaksi. Hal ini merupakan kelebihan serta perbedaan yang ada saat menggunakan uang dan *e-money* yakni *brizzi* saat pembayaran kewajiban para tenan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utami Dan Kusunawati (2017) menjelaskan tingkat tingginya keamanan serta kenyamanan bertransaksi membuat kepercayaan penggunaan *Brizzi* meningkat oleh mahasiswa, seperti teori yang di kemukakan oleh Fred Davis yang memberikan gambaran keberhasilan produk teknologi dapat di ukur dari seberapa manfaatkah untuk kelangsungan manusia dan kemudahan apa saja yang dimiliki oleh teknologi tersebut untuk bentuk kegiatan sehari – hari atau kehidupan perusahaan.

Ketepatan sebuah teknologi untuk bisa diterima masyarakat luas sebuah produk apapun itu membutuhkan sebuah inovasi dan kreatifitas untuk memperkenalkan produknya kepada konsumennya, tidak terkecuali barang atau produk teknologi dan uang yang memiliki fungsi sama namun baru dalam kehidupan dimasyarakat. Mengacu dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh latief (2020) mengenai pengaruh kemudahan, promosi, dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan uang digital. Dimana disini akan menjadi acuan penelitian dengan hasil pada jurnal yang diterbitkan sebagai berikut; kemudahan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan keyakinan pengguna uang elektronik (0,633), promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan namun tidak berpengaruh signifikan, kebermanfaatan berpengaruh signifikan (0,850), serta ketiga variabel itu berpengaruh simultan pada penggunaan *e-money*. Ini menunjukkan adanya

pengaruh kuat ketiga variabel yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik atau *e-money* sehingga peningkatan penggunaannya jauh pesat dari tahun ketahun. Sedangkan dalam penelitian lain dari Joan (2019) pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. Posisi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan gopay positif dan signifikan $t\text{-statistik} > t\text{-tabel} (2,208)$, begitu pula dengan dengan persepsi kemudahan dengan hasil $t\text{-statistik} > t\text{-tabel} (2,208)$, memiliki hubungan signifikan tetapi tidak memiliki nilai positif atau berhubungan secara positif.

Model penelitian ini menggunakan TAM (*Technology Acceptance model*) dimana menurut penulis model ini sangat cocok untuk dijadikan model atau paku penelitian karena sudah dapat banyak apresiasi dari jurnal terdahulu, bahwasanya teori dari TAM (*Technology Acceptance model*) memiliki kekuatan dalam memecahkan masalah yang sedang diteliti oleh penulis sendiri. Selain itu model ini sangat mengikat pada sikap interes dan relevansinya terhadap sikap personal setiap pengguna sehingga diyakini dengan model ini kita bisa menelisik jauh dari alam dari konsumen Serta alasan selanjutnya dari penggunaan TAM (*Technology Acceptance model*) yakni kemudahan penggunaannya dibuktikan dari peneliti terdahulu dengan berbagai pertimbangan yang tertulis dan tersirat ini penelitian akan menggunakan model TAM (*Technology Acceptance model*) sebagai teori model pertama dan menggunakan model teori bauran komunikasi pemasaran yakni *Promotion* sebagai variabel x lainnya.

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah tertulis menunjukan bahwasanya penelitian ingin membuktikan dan memahami banyak mengenai cara kerja teori TAM (*Technology Acceptance model*) serta promosi yang menjadi sebab keputusan seseorang memilih menggunakan Brizzi Card karena itu teretuslah ide penelitian dengan judul “**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI PELAYANAN ELEKTRONIK PAYMENT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BRIZZI CARD**(Studi Kasus Pada Tenan Di PT. Hyarta Danadipa Raya Untuk Pembayaran Sewa, Listrik, Air Mall Dinoyo City Dan Pasar Terpadu Dinoyo)“. Fenomena ini muncul dengan sendirinya yang mengakibatkan terfikirnya sebuah judul

penelitian menjadi menarik untuk peneliti sendiri.

TINJAUAN PUSTAKA

Uang

Sistem barter merupakan sistem yang ada sebelum adanya alat penukar yang setimpal pada zaman itu, dimana barter merupakan sistem pertukaran antar barang yang dimiliki untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan baik itu menukarnya dengan barang atau jasa seseorang namun dengan berjalanya waktu manusia merasa sistem tersebut terlalu menyusahkan dan banyak memiliki kendala baik secara teknis maupun secara perhitungan tepat sehingga teretuslah sebuah produk yang disepakati oleh lingkungan yang ada untuk menyimpan nilai dalam logam dan kertas yang kini lebih dikenal dengan sebutan uang.

Menurut kamus umum Bahasa Indonesia uang adalah alat penukar atau standar pengukur nilai yang dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dicetak dengan bentuk atau gambar tertentu. (Purwadarminta, 2006:1323)

Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan bahwasanya uang merupakan benda atau sesuatu yang dapat diterima sebagai alat tukar ataupun alat pembayaran oleh seluruh masyarakat di sebuah daerah maupun negara dan diterima secara umum sebagai alat pembayaran baik untuk pembayaran utang maupun digunakan sebagai pembayaran pembelian barang atau jasa serta diakui oleh dunia sebagai mata uang negara tersebut. Uang merupakan bagian integral dari kehidupan manusia dalam menjalankan kesehariannya. Bahkan ada yang mengatakan bahwasanya uang merupakan bagian dari perekonomian terpenting yakni darahnya perekonomian. Karena di dalam era moderen saat ini, pengukuran perekonomian melalui kelancaran peredaran lalu lintas barang serta jasa, dengan kegiatan tersebut akan sangat membutuhkan uang untuk memperlancar pencapaian tujuan.

Uang Elektronik

Uang elektronik menurut peraturan Bank Indonesia No. 18/17/2016 tentang Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur – unsur sebagai berikut :

- 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- 2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*.

- 3) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- 4) Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dikemukakan dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

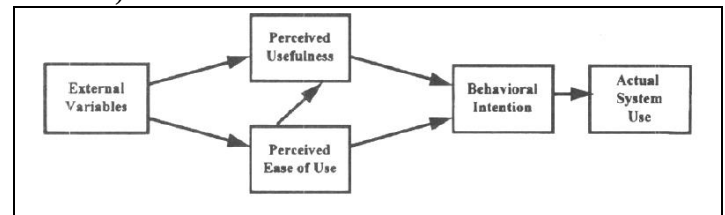
Secara sederhana uang elektronik didefinisikan dengan alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam bentuk media elektronik tertentu seperti yang sudah tertera pada undang-undang yakni bentuk kartu atau *server*. Penggunaan uang elektronik harus melalui proses yang dimana secara singkat kita harus menyetorkan uang terlebih dahulu melalui bank setempat atau sesuai dengan produk yang dipegang atau mengisinya dengan bantuan *server* yakni dengan mentransfer jumlah uang di rekening. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata tersebut berasal dari dua suku kata yang berbeda yakni elektronik yang berarti hal atau benda yang menggunakan alat-alat yang dibentuk maupun bekerja atas dasar elektroika. Sementara pengertian uang sendiri dari segi Bahasa KBBI (*kamus besar Bahasa Indonesia*) yakni alat tukar atau standar pengukuran nilai (kesatuan hitungan) yang sah, dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dicetak dalam bentuk dan gambar tertentu.

Technology Acceptance Mode (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang dibangun sebagai bentuk penganalisisan untuk memahami faktor-faktor yang bisa mempengaruhi diterimanya sebuah teknologi pada suatu kegiatan. TAM sendiri diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis di tahun 1986 yang mana TAM ini menjadi sebuah penelitiannya yang berawal dari teori yang berkembang dari model *The Theory Of Reasoned Action (TRA)* yang mana teori ini juga berasal dari perkembangan teori Fishben dan ajzen 1975, (jogiyanto, 2008:111) dengan persepsi seseorang yang tergambar dari sesuatu hal menggambarkan mengapa dan bagaimana sikap dan perilaku seseorang dengan hal tersebut. TAM salah satu model yang akan menggambarkan bagaimana kegiatan TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna teknologi yang ada terhadap kegiatan yang membutuhkan teknologinya. TAM juga menjelaskan hubungan antara sebab akibat persepsi manfaat suatu sistem informasi maupun kemudahan pengguna dan

prilaku, tujuan/keperluan dan penggunaan suatu teknologi atau sistem tersebut.

Technology Acceptance Model (TAM) menambahkan dua atribut lagi dari asal teori TRA, yaitu persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived ease of use*). Persepsi kebermanfaatan merupakan bagaimana tingkatan sejauh manakah konsumen atau pengguna yang memiliki keyakinan dengan menggunakan sistem atau teknologi tersebut menambah kemanfaatan yang artinya presentas kerja, sedangkan untuk kemudahan yakni bagaimana sisten atau teknologi memudahkan pekerjaannya (jogiyanto 2008:112).



Gambar 1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Sumber: Davis *et al.*, (1989)

Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Pengukuran konstruk (Indikator) persepsi kegunaan (*usefulness*) menurut Davis (1998) dan dalam buku jogiyanto (2007:146) terdiri dari:

1. Bekerja lebih cepat
2. Kinerja pekerjaan
3. Menambah produktivitas
4. Meningkatkan efektivitas
5. Membuat pekerjaan lebih mudah Berguna

H0₁: Persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya

Ha₁ : Persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Davis (1989) dan Chau (1996) dalam buku jogiyanto (2007:146) memberikan beberapa indikator *perceived ease of use* dalam teknologi informasi meliputi:

1. Mudah dipelajari
2. Terkendali
3. Mudah sehingga mahir
4. Mudah digunakan
5. Mudah dikendalikan

H0₂ : Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya

Ha₂ : Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya

Promosi

Promosi merupakan salah satu hal yang penting dalam keberhasilan suatu produk di pasaran serta merupakan ujung tombak dari setiap perusahaan yang ingin meningkatkan volume penjualannya, karena setiap produk yang diciptakan sebgus apapun kualitasnya dan sebanyak-banyaknya barang yang dibuat tidak akan banyak pembelinya jika barang tersebut tidak diketahui oleh konsumen apalagi sampai menimbulkan loyalitas kepada produk perusahaan sehingga promosi sangat berperan penting untuk produk yang ada.

Pada hakikatnya Tjiptono (2008:216) mengartikan promosi sebagai bentuk komunikasi pemasaran yang dimana komunikasi pemasaran yakni aktivitas pemasaran yang menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Dalam sebuah buku megungkapkan pengertian promosi sebagai aktivitas promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan seseorang untuk mencoba, membeli atau tertarik pada produk dan jasa.

H0₃ : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya

Ha₃ : Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya

Keputusan Penggunaan

Proses pengambilan keputusan untuk membeli produk barang dan jasa yang ada dan di sediakan oleh perusahaan merupakan sedikit dari konsep penyelesaian konflik dari keputusan. Konsep umum dalam pengambilan keputusan membeli suatu produk yakni dengan melihat tujuan konsumen yang ingin meraih atau depenuhi oleh mereka yang ingin melakukan pembelian sehingga pembeli bisa mengambil keputusan apa yang perlu dan dibutuhkan nya.

Secara umum, menurut Kotler dan keller (2012:121-133) menyatakan tahapan dalam pengambilan keputusan ada lima dan itu pun diperkuat oleh pendapat Roger, Miniard, Engel, yang diantaranya meliputi:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternative

4. Keputusan penggunaan

5. Prilaku pasca penggunaan.

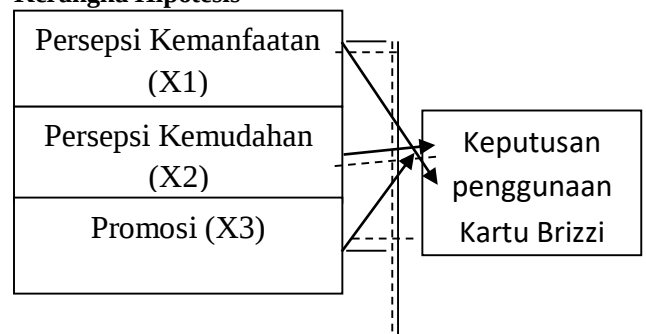
H0₄: Persepsi kemudahan, persepsi kemudahan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya

Ha₄ : Persepsi kemudahan, persepsi kemudahan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya

Teori Hubungan Antar Variabel

Penelitian ini mengkaji antar beberapa variabel dan yang dibuat oleh ada variabel independen (tidak terikat) serta variabel dependen (terikat). Dimana penelitian ini mengkaji hubungan antar banyak kevariabel bebas (X) dengan atau variabel terikat (Y), dengan penelitian ini maka bisa dilihat apakah adanya hubungan antar variabel yakni hubungan antara persepsi antara kebermanfaatan dengan keputusan seseorang dalam menggunakan *e-money* yang dalam penelitian inii adalah Brizzi, hubungan yang terkait antara persepsi kemudahan dengan keputusan seseorang untuk menggunakan Brizzi, atau pun hubungan promosi yang di buat oleh pihak penerbit dalam hal ini yakni BRI menjadi sebab keputusan seseorang dan banyak tenan suka menggunakan dan mengambil keputusan untuk menggunakan kartu Brizzi, dan bahkan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan promosi menjadi vaiabel atau hal yang menjadi sebab menggunakan Brizzi.

Kerangka Hipotesis



Gambar 2 Kerangka Hipotesis

Keterangan :

→ : Simultan

-----: Parsial

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang Menurut Sugiyono (2017:11), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berdasarkan pada filsafat

positivisme, digunakan untuk menelitian pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistic, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Waktu Penelitian

Penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Pelayanan Elektronik Payment Terhadap Keputusan Penggunaan Brizzi Card (Studi Kasus Pada Tenan Di PT. Hyarta Danadipa Raya Untuk Pembayaran Sewa, Listrik, Air Mall Dinoyo City Dan Pasar Terpadu Dinoyo)” dilaksanakan pada 26 Oktober 2020.

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Manurut Sugiyono (2017:39) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, yang kemudian dibuat kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel – variabel yang terdapat pada penelitian ini yang terdiri dari tiga X atau variabel independen yakni variabel X1 persepsi kemudahan, X2 yakni variabel persepsi manfaat, dan X3 variabel promosi dengan variabel dependen atau Y nya keputusan penggunaan Brizzi.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam peneliti ini adalah tenan PT. Hyarta Danadipa Raya pengguna *Brizzi Card* untuk pembayaran air, listrik, dan retribusi sewa yang berjumlah 428 tenan yang artinya populasi penelitian ini berjumlah 428.

Penelitian ini menggunakan metode *Probability Sample* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih jadi sampel (Sugiyono:82)

Sampel yang di pakai yakni 207 dengan pertimbangan mempersiapkan atauantisipasi data outlier.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini berasal dari data primer yakni angket atau kuesioner dan juga sekunder data perusahaan. Sedangkan untuk jenis pertanyaan peneliti membuat kuesioner tertutup yang mana respondent hanya bisa menjawab pertanyaan-

pertanyaan dengan jawaban yang sudah di sediakan.

Instrument Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Kuesioner ini akan disebarakan dengancara memberikan koesioner langsung pada respondenya, penelitian ini menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017), suatu kuesioner dikatakan menjadi sah atau valid jika pertanyaan dalam kuesioner ataupun pernyataan didalamnya mencangkup hal yang akan diukur oleh kuesioner yang ada. Apabila nilai koefisien korelasi (r) antar item pertanyaan dengan skor total item mempunyai taraf signifikan diatas atau sama dengan 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka item pertanyaan yang digunakan dalam instrument penelitian tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:55) reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengikiran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Untuk menguji realiabilitas ini menggunakan rumus *AlphaCronboach* yang mana instrumen dikatakan handal jika memiliki koefisien keandalan atau alpha crombach sebesar 0,6 atau lebih.

Teknik Analisis Data

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah variabel pengganggu atau residu memiliki keterkaitan atau distribusi normal. Halnya seperti yag diketahui bahwasanya uji t dan F mengansumsikan bahwasanya nilai variabel residumengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini gagal atau melanggar maka untuk jumlah adata sampel kecil uji statistiknya tidak valid. Ada dua acara meneliti atau mendeteksi apakah residu dalam penelitian yang diteliti berdistribusinormal atau tidak ada du acara yakni dengan menganalisis grafik dan uji statisti

Analisis regresi linier berganda

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan pengaruh dua variabel atau lebih dari variabel dependen (variabel bebas) terhadap satu variabel independen (vriabel terikat).

Penelitian ini menggunakan teknis analisis linier berganda dengan menggunakan program computer aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) variabel dependen adalah keputusan penggunaan uang elektronik sedangkan variabel independen mempunyai variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan promosi.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (T)

Dasar pengambilan keputusannya adalah (Ghozali, 2016:93)

1. Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} .

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikan 95% ($\alpha = 5\%$), nilai df (degree of freedom) $n-k-1$

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi

Apabila angka dari probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Membuat hipotesis dengan kasus pengujian F-test:
 - a. $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
 - b. $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
2. Menentukan F_{hitung} dan F_{tabel} dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).
 - a. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima,
 - b. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak,

PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Validitas

Jumlah populasi dalam hal ini sebanyak 400 an dan sampel yang ada yakni 207 yang di ambil dari 0,05 jumlah populasi.

Tabel 1 Uji Validitas

variabel	indikator	Nilai Hitung	Nilai Kriteria	Keterangan

Persepsi kemanfaatan (X1)	X1.1	0.29 2	0.1 38	Valid
	X1.2	0.23 5	0.1 38	Valid
	X1.3	0.38 9	0.1 38	Valid
	X1.4	0.42 9	0.1 38	Valid
	X1.5	0.42 6	0.1 38	Valid
	X1.6	0.38 2	0.1 38	Valid
	X1.7	0.27 9	0.1 38	Valid
	X1.8	0.29 1	0.1 38	Valid
	X1.9	0.20 2	0.1 38	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0.37 1	0.1 38	Valid
	X2.2	0.31 5	0.1 38	Valid
	X2.3	0.30 9	0.1 38	Valid
	X2.4	0.29 1	0.1 38	Valid
	X2.5	0.22 3	0.1 38	Valid
	X2.6	0.34 4	0.1 38	Valid
	X2.7	0.37 1	0.1 38	Valid
	X2.8	0.38 1	0.1 38	Valid
	X2.9	0.13 9	0.1 38	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0.23 6	0.1 38	Valid
	X3.2	0.20 0	0.1 38	Valid
	X3.3	0.27 3	0.1 38	Valid
	X3.4	0.26 7	0.1 38	Valid
	X3.5	0.32 8	0.1 38	Valid
	X3.6	0.22 2	0.1 38	Valid
	X3.7	0.33 1	0.1 38	Valid
	X3.8	0.26 1	0.1 38	Valid
	Y1	0.23 6	0.1 38	Valid
	Y2	0.20 0	0.1 38	Valid

Keputusan penggunaan (Y)	Y3	0.27 3	0.1 38	Valid
	Y4	0.26 7	0.1 38	Valid
	Y5	0.32 8	0.1 38	Valid
	Y6	0.20 3	0.1 38	Valid
	Y7	0.33 1	0.1 38	Valid
	Y8	0.26 1	0.1 38	Valid
	Y9	0.30 1	0.1 38	Valid
	Y10	0.21 4	0.1 38	Valid

Uji Normalitas

Uji tersebut mendapatkan hasil sebagai berikut dengan menggunakan SPSS 25.0:

Tabel 4. Uji Normalitas

Total			
N			
Normal Parameters ^{a,b} Mean			
Std. deviation			
Most Extreme Differences			
Absolute			
Positive			
Negative			
Test Statistic			
Asymp. Sig. (2-tailed)			

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemanfaatan Kartu Brizzi

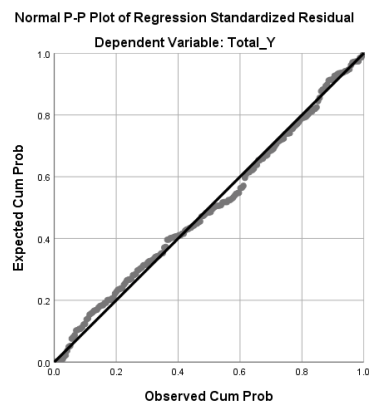
Pernyataan	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan	0,875	36	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah di SPSS 25.0, 2020

Tabel 3 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Kartu Brizzi

Pernyataan	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,871	36	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah di SPSS 25.0, 2020



Gambar 3 data diolah dengan SPSS 25.0, 2020

Dari gambar tersebut bisa dikatakan bahwasanya gambar yang ditampilkan memiliki residual yang normal dimana kita bisa melihat secara bersamaan bagaimana titik sudah mengikuti garis diagonal dan mengikuti arah garis yang ada sehingga data yang digunakan layak dan pantas untuk menilai variabel independen yakni persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan promosi terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di PT. Hayra Danadipa Raya untuk membayar sewa, listrik dan air tenan. Untuk memastikan hal itu juga peneliti menggunakan uji normalitas dengan Uji Kolmogorov – Smirvon dengan hasil sebagai berikut:

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. error	Beta	t	
(Constant)	5.417	2.858	-	1.895	.060
X1	.321	.073	.279	4.411	.000
X2	.425	.085	.331	5.029	.000
X3	.245	.067	.213	3.654	.000

Sumber: Data diolah 2020

- Konstanta (a) sebesar 5.417; menunjukkan bahwasanya variabel persepsi kemanfaatan(X1), persepsi kemudahan(X2) dan promosi (X3) dikatakan atau di ansumsikan nilai 0 (nol) maka besaran keputusan penggunaan kartu Brizzi atau Y sebesar 5.417.
- Koefisien regresi persepsi kebermanfaatan/ kemanfaatan (B1) = 0,321 yang menunjukan bahwasanya persepsi kemanfaatan memiliki hubungan positif yang mempengaruhi keputusan penggunaan kartu Brizzi, setiap penambahan atau setiap konsumen merasakan manfaat yang baik dalam penggunaan kartu Brizzi walau hanya 1% nya maka akan semakin meningkatkan keputusan untuk menggunakan kartu Brizzi atau variabel Y naik sebesar 0.321%.
- Koefisien regresi persepsi kemudahan (B2) = 0.425 yang menunjukan bahwasanya persepsi kemudahan memiliki hubungan positif yang mempengaruhi keputusan penggunaan kartu Brizzi, setiap penambahan atau setiap konsumen merasakan kemudahan yang baik dalam penggunaan kartu Brizzi walau hanya 1% nya maka akan semakin meningkatkan keputusan untuk menggunakan kartu Brizzi atau Y naik sebesar 0.425%.
- Koefisien regresi promosi (B33) = 0.245 yang menunjukan bahwasanya promosi memiliki hubungan positif yang mempengaruhi keputusan penggunaan kartu Brizzi, setiap penambahan atau setiap konsumen merasakan promosi yang

diberikan cukup membantu pengguna dalam penggunaan kartu Brizzi walau hanya 1% nya maka akan semakin meningkatkan keputusan untuk menggunakan kartu Brizzi atau Y naik sebesar 0.245%.

Uji t (Uji Secara Parsial)

Tabel 6 Uji t (Uji Secara Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	4.411	1,754	Berpengaruh Signifikan
Persepsi Kemudahan (X2)	5.029	1,754	Berpengaruh Signifikan
Promosi (X3)	3.654	1,754	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Data diolah dari desember, 2020

Tabel 7 Uji t (Uji Secara Parsial)

Variabel	B (koefisien)	Beta	T hitung	T tabel	Sig t	Alpha	Keterangan
X1	.321	.279	4.411	1,754	.000	0.05	H _a diterima
X2	.425	.331	5.029	1,754	.000	0.05	H _a diterima
X3	.245	.213	3.654	1,754	.000	0.05	H _a diterima

Sumber : Data diolah desember, 2020

Hasil uji parsial (uji t) pada hasil tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Uji t pada faktor variabel persepsi kemanfaatan (X1)

Uji t terhadap variabel persepsi kemanfaatan untuk keputusan penggunaan kartu Brizzi (X1) didapat t_{hitung} sebesar 4.411 dengan nilai signifikansi t 0.000, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4.411 > 1.754$ bahkan bisa juga dibaca signifikan t lebih kecil dari $(\alpha) 0.05$ ($0.000 < 0.05$) maka disimpulkan bahwasanya persepsi kemanfaatan (X1) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi untuk pembayaran sewa, listrik dan air bagi tenan pasar dan mall PT. Hyarta Danadipa Raya (Y).

- b. Uji t pada faktor variabel persepsi kemudahan (X2)

Uji t terhadap variabel persepsi kemudahan untuk keputusan penggunaan kartu Brizzi (X2) didapat t_{hitung} sebesar 5.029 dengan nilai signifikansi t 0.000, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5.029 > 1.754$ bahkan bisa juga dibaca signifikan t lebih kecil dari (α) 0.05 ($0.000 < 0.05$) maka disimpulkan bahwasanya persepsi kemudahan (X2) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi untuk pembayaran sewa, listrik dan air bagi tenan pasar dan mall PT. Hyarta Danadipa Raya (Y).

- c. Uji t pada faktor variabel promosi (X3)

Uji t terhadap variabel promosi untuk keputusan penggunaan kartu Brizzi (X2) didapat t_{hitung} sebesar 3.654 dengan nilai signifikansi t 0.000, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.654 > 1.754$ bahkan bisa juga dibaca signifikan t lebih kecil dari (α) 0.05 ($0.000 < 0.05$) maka disimpulkan bahwasanya promosi (X3) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi untuk pembayaran sewa, listrik dan air bagi tenan pasar dan mall PT. Hyarta Danadipa Raya (Y).

Uji F (Simultan F)

Table 8 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model	Sum of square	Df	Mean square	F	Sig
1. Regression	1331.015	3	443.672	49.481	.000 ^b
Residual	1820.967	0	8.967		
Total	202	3			
	3151.217	2			
		0			
		6			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber : data diolah, 2020

PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengaruh Variabel Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Brizzi.

Berdasarkan pengujian data pada uji t (parsial) yang sudah dilakukan dan tercantum pada bagian atas yakni pembahasan pengujian parsial. Menunjukkan bahwasanya persepsi kebermanfaatan berpengaruh sangat signifikan secara parsial dengan keputusan penggunaan kartu Brizzi untuk pembayaran sewa, listrik, dan air. Hal itu terbukti dengan pengujian t yang

menunjukkan angka taraf signifikansinya $0.000 < 0.05$ dan juga karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4.411 > 1.754$ yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi.

Berdasarkan distribusi nilai dari responden menunjukkan bahwasannya data yang sudah di olah ke SPSS 25 diketahui nilai rata – rata item pernyataan yang menunjukkan variabel persepsi kemanfaatan dalam keputusan penggunaan kartu Brizzi. Hal ini sesuai dengan teori Menurut Davis (dalam jurnal Joan, 2019:30) Persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) mendefinisikan sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem atau teknologi (sistem pembayaran melalui E-money) dapat meningkatkan kinerja dari pengguna ataupun perusahaan.

Dalam hipotesis ini belum banyak penelitian penelitian yang meneliti variabel persepsi kemanfaatan yang mempengaruhi konsumen atau seseorang untuk memutuskan penggunaan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran sewa, listrik dan air di tenan. Penelitian ini juga memiliki banyak refrensi dari penelitian lain terkait tema penelitian yang sama. Dari hasil penelitian yang ada menunjukkan dan diketahui bahwasanya variabel atau faktor persepsi kemanfaatan dapat mempengaruhi penggunaan kartu Brizzi yang artinya persepsi kemanfaatan mempengaruhi positif dengan memberikan dampak keputusan penggunaan kartu Brizzi.

Pengaruh Variabel Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Brizzi

Berdasarkan pengujian data pada uji t (parsial) yang sudah dilakukan dan tercantum pada bagian atas yakni pembahasan pengujian parsial. Menunjukkan bahwasanya persepsi kemudahan berpengaruh sangat signifikan secara parsial dengan keputusan penggunaan kartu Brizzi untuk pembayaran sewa, listrik, dan air. Hal itu terbukti dengan pengujian t yang menunjukkan angka taraf signifikansinya karena (α) 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5.029 > 1.754$ yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi.

Berdasarkan distribusi nilai dari responden menunjukkan bahwasannya data yang sudah di olah ke SPSS 25 diketahui nilai rata – rata item pernyataan yang menunjukkan variabel

persepsi kemudahan dalam keputusan penggunaan kartu Brizzi. Hal ini sesuai dengan teori Menurut Davis (Jogianto 2008:113) Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) didefinisikan sebagai bentukan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha dalam penggunaan sistem ataupun teknologi yang disini tertuju pada kartu Brizzi yang digunakan untuk pembayaran sewa, listrik dan air di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya.

Dalam hipotesis ini belum banyak peneliti - penelitian yang meneliti variabel persepsi kemudahan yang mempengaruhi konsumen atau seseorang untuk memutuskan penggunaan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran sewa, listrik dan air di tenan. Penelitian ini juga memiliki banyak referensi dari penelitian lain terkait tema penelitian yang sama. Dari hasil penelitian yang ada menunjukkan dan diketahui bahwasanya variabel atau faktor persepsi kemudahan dapat mempengaruhi penggunaan kartu Brizzi yang artinya persepsi kemudahan mempengaruhi positif dengan memberikan dampak keputusan penggunaan kartu Brizzi.

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Brizzi

Berdasarkan pengujian data pada uji t (parsial) yang sudah dilakukan dan tercantum pada bagian atas yakni pembahasan pengujian parsial. Menunjukkan bahwasanya promosi berpengaruh sangat signifikan secara parsial dengan keputusan penggunaan kartu Brizzi untuk pembayaran sewa, listrik, dan air. Hal itu terbukti dengan pengujian t yang menunjukkan angka taraf signifikansinya yakni (α) 0.05 ($0.000 < 0.05$) karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.654 > 1.754$ lebih kecil dari yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, yang berarti variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi.

Berdasarkan distribusi nilai dari responden menunjukkan bahwasannya data yang sudah di olah ke SPSS 25 diketahui nilai rata – rata item pernyataan yang menunjukkan variabel promosi dalam keputusan penggunaan kartu Brizzi. Seperti yang sudah tercantum pada teori yang di katakana oleh Tjiptono yang tercantum pada buku teori pemasaran seperti yang sudah di cantum pada tulisan dibawah ini.

Dalam hipotesis ini belum banyak peneliti - penelitian yang meneliti variabel promosi yang mempengaruhi konsumen atau seseorang untuk memutuskan penggunaan kartu Brizzi sebagai alat pembayaran sewa, listrik dan air di tenan. Penelitian ini juga memiliki banyak referensi dari penelitian lain terkait tema

penelitian yang sama. Dari hasil penelitian yang ada menunjukkan dan diketahui bahwasanya variabel atau faktor promosi dapat mempengaruhi penggunaan kartu Brizzi yang artinya promosi mempengaruhi positif dengan memberikan dampak keputusan penggunaan kartu Brizzi.

Pengaruh Variabel Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Brizzi

Berdasarkan pengujian data pada uji f (simultan) yang sudah dilakukan dan tercantum pada bagian atas yakni pembahasan pengujian simultan. Menunjukkan bahwasanya variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan promosi terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi berpengaruh sangat signifikan secara parsial dengan keputusan penggunaan kartu Brizzi untuk pembayaran sewa, listrik, dan air. Hal itu terbukti dengan pengujian f yang menunjukkan angka taraf signifikansinya yakni Nilai $F_{tabel} = 2.65$ dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$ maka adanya pengaruh yang signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima Berdasarkan hasil output yang di dapat dari pengolahan data menggunakan SPSS menunjukkan bahwasanya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49.481 > 2.65$) sehingga bisa dikatakan ketiga variabel secara bersamaan untuk keputusan penggunaan kartu Brizzi.

Hal tersebut dengan teori menurut Kotler (2017:2) revolusi digital telah mempengaruhi perilaku konsumen dari cara mereka mencari, membayar, menggunakan, hingga membuang barang-barang yang dibeli. Dari pernyataan yang dicantumkan oleh kotler tersebut bisa menggambarkan menguatkan pernyataan bahwasanya tiga variabel tersebut mempengaruhi secara simultan dengan keputusan penggunaan kartu Brizzi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, dan promosi terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya. Maka dapat ditarik kesimpulan, penelitian dengan judul “ **PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI PELAYANAN ELEKTRONIK PAYMENT TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BRIZZI CARD** (Studi Kasus

Pada Tenan Di PT. Hyarta Danadipa Raya Untuk Pembayaran Sewa, Listrik, Air Mall Dinoyo City Dan Pasar Terpadu Dinoyo) “. Teknik pengumpulan dalam penelitian dengan menggunakan dokumentasi dan kuesioner (angket) kepada penggunaan kartu Brizzi di PT. Hyarta Danadipa Raya dengan 207 responden. Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu:

- 1) Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial menunjukan bahwa variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap system pembayaran uang digital. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan t yang menunjukan angka taraf signifikansinya $0.000 < 0.05$ dan juga karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4.411 > 1.754$ yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi. Sehingga dapat diketahui sebagian besar responden atau konsumen menggunakan kartu Brizzi karena pengaruh dari persepsi konsumen terhadap kemanfaatan. Selain itu secara garis besar responden menyatakan setuju terhadap aribut persepsi kemanfaat mempengaruhi penggunaan kartu Brizzi sebesar 4.05% dimana dari frekuensi itu pernyataan yang paling disepakati yakni X1.1 dan X1.2 dengan nilai 4.13% pernyataan responden setuju.
- 2) Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial menunjukan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap system pembayaran uang digital. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan t yang menunjukan angka taraf signifikansinya (α) 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5.029 > 1.754$ yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi. Sehingga dapat diketahui sebagian besar responden atau konsumen menggunakan kartu Brizzi karena pengaruh dari persepsi konsumen terhadap kemudahan. Selain itu secara garis besar responden menyatakan setuju terhadap aribut persepsi kemudahan mempengaruhi penggunaan kartu Brizzi sebesar 4.10% dimana dari frekuensi itu pernyataan yang paling disepakati yakni X2.9 dengan nilai 4.30% pernyataan responden setuju.
- 3) Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial menunjukan bahwa variabel

promosi berpengaruh secara signifikan terhadap system pembayaran uang digital. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan t yang menunjukan angka taraf signifikansinya (α) 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5.029 > 1.754$ yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi. Sehingga dapat diketahui sebagian besar responden atau konsumen menggunakan kartu Brizzi karena pengaruh dari promosi Brizzi konsumen terhadap keputusan penggunaan. Selain itu secara garis besar responden menyatakan kurang setuju secara bulat atau ragu - ragu terhadap aribut persepsi kemanfaat mempengaruhi penggunaan kartu Brizzi sebesar 3.72% dimana dari frekuensi itu pernyataan yang paling disepakati yakni X3.3 dengan nilai 3.99% pernyataan responden kurang setuju atau ragu - ragu.

- 4) Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara simultan menunjukan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan promosi terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi berpengaruh secara signifikan terhadap system pembayaran uang digital. Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikan yakni Nilai $F_{tabel} = 2.65$ dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$ maka adanya pengaruh yang signifikan atau H_o ditolak dan H_a diterima Berdasarkan hasil output yang di dapat dari pengolahan data menggunakan SPSS menunjukan bahwasanya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49.481 > 2.65$) sehingga bisa dikatakan ketiga variabel secara bersamaan untuk keputusan penggunaan kartu Brizzi. Sehingga dapat diketahui sebagian besar responden atau konsumen menggunakan kartu Brizzi karena pengaruh dari persepsi kemanfaatan, persepsi kumudahan dan promosi yang secara bersamaan konsumen terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi untuk pembayaran sewa, listrik dan air di tenan PT. Hyarta Danadipa Raya yakni di Pasar Terpadu Dinoyo Dan Mall Dinoyo City.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah disimpulkan juga diatas, maka dapat diusulkan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Hyarta Danadipa Raya (kartu Brizzi untuk pembayaran sewa. Listrik dan air) dan penerbit katru Brizzi

- a. Variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan promosi didapat hasil bahwasanya ketiga variabel itu sangat signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu Brizzi oleh tenan untuk itu mungkin disarankan untuk perusahaan harus lebih memperhatikan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan promosi sebagai daya Tarik untuk produk kartu berizzi oleh penerbit dan mempertahankan sistem bagi manajemen perusahaan.
- b. Rata – rata Angka rata – rata yang ditunjukan oleh respon dari kuesioner yang suda di olah menunjukan bahwasanya secara garis besar persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan memiliki kesimpulan setuju berpengaruh hanya saja dalam pernyataan penekanan terhadap nilai lain dari manfaat Brizzi tidak tersampaikan oleh pengguna selain itu persepsi kemudahan juga menunjukan angka responden yang masih kurang peraktis untuk di gunakan sehingga perlunya penambahan nilai terhadap dua pernyataan, untuk membuat sisten dan produk kartu Brizzi lebih baik lagi. Selain itu rata – rata promosi juga terlihat belum banyak di setuju oleh responden terkait kebijakan promosi membuat responden merasa tidak adanya pengaruh penggunaan uang tunai dan kartu Brizzi kedepanya sehingga perlu adanya kerjasama yang kuat terkait dengan penerbit dan manajemen perusahaan untuk bisa mengadakan berbagai promosi atau bentuk lain dari strategi pemasaran produk untuk menarik minat penggunaan produk.
2. Dalam penelitian ini, penelitian menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang peneliti miliki karena banyakna batasan – batasan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti. Diharapkan untuk penelitian yang berikutnya atau penelitian selanjutnya dapat menggali lebih banyak informasi terkait studi kasus yang diteliti, selain itu mungkin disarankan untuk penelitian selanjutnya lebih di mengerti responden dan bagaimana cara eksekusi responden untuk dijadikan sebagai alat penelitian kita nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Faramita, D. dan Mohammad A.M. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus Pada Bank BCA, BRI dan Bank Syariah Mandiri). *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan*
- Sistem Intelijen (KOMMIT 2012).* Vol.7. Hlm. 139-147.
- Fatmawati. Endang (2015), Technology Accepment System (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi perpustakaan, *Jurnal Iqra'*, Vol.9, No. 1 hlm. 1-13
- Genandy, ilham, dien. (2018). Pengaruh kemudahan, kebermanfaatan dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan e-money di masyarakat. SKRIPSI. Februari 2018. Jakarta.
- Ghozali, imam. Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016
https://www.bi.go.id/id/rupiah/tanyaja_wab/documents/FAQCiri2easlianUang.pdf
- Joan, Leoni. Sitinjak, Tony. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layana pembayaran digital Go-Pay. Jurnal Manajemen. Vol. 8. hlm31-35
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) <https://kbbi.web.id/>. Purwadarminta.W.J.S. eR-kamus Google. Telah di baca. 28 Oktober 2020 pukul. 12:47 WIB.
- Kotler, Philip dan K.L. Keller. 2012. *Marketing Management. 14 Edition. New Jersey: Pretice Hall.*
- Latief, Fitriani. 2020. Pengaruh kemudahan, promosi dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan uang digital. *Jurnal Akuntansi manajemen*, 1 April.
- Peraturan bank Indonesia nomor 11/12/PBI tahun 2009 tentang uang elektronik (Electronic Money)
- Siregar, Syofian. (2012). Meode Penelitian uantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Penerbit Andi.Yogyakarta. 2008.
- Utami, Sulisty Seti dan Berlianingsih Kusumawati, Juli 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money(Studi Pada

- Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). Jurnal Balance. 14(2)
- Venkates, V., Morris, M.G., Davis, B.B., Davis, F.D. 2003, user acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 27(3), 425-478.
- Wibowo, Setyo Ferry dan Dede Rosmauli. 2015. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Moneycard*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI).6.(1)