

**PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*,
PERCEIVED EASE OF USE, *SECURITY AND
PRIVACY*, DAN *INFORMATION QUALITY*
TERHADAP *INTENTION TO USE* KARTU
SEMARANG HEBAT TAPCASH**

(Studi Kasus di BRT Trans Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

YUNIARKO ALI TAUFAN

NIM. 12010113130226

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yuniarko Ali Taufan

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130226

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS*,
PERCEIVED EASE OF USE, *SECURITY AND
PRIVACY*, DAN *INFORMATION QUALITY*
TERHADAP *INTENTION TO USE* KARTU
SEMARANG HEBAT TAPCASH**

Dosen Pembimbing : Rizal Hari Magnadi, SE, MM.

Semarang, 14 Desember 2017

Dosen Pembimbing,

(Rizal Hari Magnadi, SE, MM)
NIP . 19840430 200912 1006

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Yuniarko Ali Taufan
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130226
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi : ***PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, SECURITY AND PRIVACY, DAN INFORMATION QUALITY TERHADAP INTENTION TO USE KARTU SEMARANG HEBAT TAPCASH***

(Studi kasus di BRT Trans Semarang)

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal :

Tim Penguji:

1. Rizal Hari Magnadi, SE, MM. (.....)
2. Dra. Hj. Yoestini, M.Si. (.....)
3. Imrotul Khasanah, SE, MM. (.....)

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Yuniarko Ali Taufan menyatakan bahwa skripsi dengan judul : “Pengaruh *Perceived usefulness, Perceived ease of use, Security and Privacy, dan Information Quality* terhadap *Intention to Use* Kartu Semarang Hebat TapCash”. adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis lainnya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 14 Desember 2017

Yang membuat pernyataan,

Yuniarko Ali Taufan

NIM.12010113130226

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barangsiapa yang bertakwa kepada Allah, maka Allah akan menunjukan kepadanya jalan keluar dari kesusahan, dan diberikanNya rezeki dari jalan yang tidak di sangka-sangka, dan barangsiapa yang bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan keperluannya.”

(Q.S. AT-Tholaaq : 2-3)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *security and privacy*, dan *information quality* terhadap *intention to use* Kartu Semarang Hebat TapCash. Studi kasus di BRT Trans Semarang.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan tingkat signifikansi 5%, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. *security and privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. *information quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*.

Kata kunci : *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Security and Privacy*, *Information Quality*, *Intention to use*. *Technology Acceptance Model*, *Consumer Behavior*.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy, information quality to intention to use. Case study in BRT Trans Semarang.

The number of sample used in this research were 100 respondents. Sample were chosen using purposive sampling technique. The analytical method used in this research is Multiple Linear Regression Analysis where previously tested the validity and reliability, then performed classical assumption that includes Normality Test, Multicollinearity Test, and Heterokedastisitas Test with level of significance 5%.

The result of this research found that perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy, and information quality positively significance influenced to intention to use.

Keyword : Perceived Usefulness, Perceived ease of use, Security and Privacy, Information Quality, Intention to Use, Technology Acceptance Model, Consumer Behavior.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived usefulness, Perceived ease of use, Security and Privacy, dan Information Quality* terhadap *Intention to Use* Kartu Semarang Hebat TapCash (Studi kasus di BRT Trans Semarang)” yang disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Selama melakukan penelitian serta penulisan skripsi ini penulis telah mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak baik dalam memberikan bimbingan, bantuan, dukungan, serta doanya sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Rizal Hari Magnadi, SE, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Drs. Prasetiono, M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan bantuan selama kegiatan perkuliahan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan.
6. Orang tua penulis yaitu Sunarka dan Tri Yuni Astuti dan nenek Puji Astuti yang selalu ada untuk penulis serta adik yang dibanggakan adik Femega Syifa Yuniarko.
7. Saudara Bimo sebagai ketua angkatan manajemen 2013 yang telah banyak berjasa buat angkatan.

8. Sahabat sahabatku, Aldo, John, Agil, Roby, Reyhan, Taufik, Selma dan yang telah menjadi keluarga kedua selama masa perkuliahan ini.
9. Organisasi Research dan Business Undip sebagai organisasi yang banyak memberikan pembelajaran baik kehidupan maupun bidang akademis.
10. Seluruh teman-teman kepanitiaan LKMMD FEB 2016 yang telah memberikan pengalaman serta kebahagiaan selama kepanitiaan LKMMD FEB 2016.
11. Tim KKN Desa Ujungwatu, Agil, Dini, Surya, Reyhan, Bangun, Qabil, Andin, Bana, Tiwi, Anin, Anggita dan Ridwan yang telah memberikan semangat, doa dan bantuannya selama ini.
12. Seluruh teman-teman Manajemen 2013 yang telah memberikan bantuan selama kuliah di jurusan kita tercinta.
13. Semua pihak lain yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih untuk segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan karena adanya keterbatasan penulis. Namun penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca.

Semarang, 14 Desember 2017

Penulis,

Yuniarko Ali Taufan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Uang Elektronik (<i>e-money</i>)	13
2.2 Perilaku Konsumen	15
2.2.1 Tiga Prespektif Riset Perilaku Pemasaran	15
2.2.2 Perilaku Konsumen dan Manajemen Pemasaran	16

2.2.3 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	18
2.3 Technology Acceptance Model	20
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	22
2.4.1 Konstruk Penelitian	23
2.5 Penelitian Terdahulu	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Definisi Operasional Variabel dan Variabel Penelitian	29
3.1.1 Variabel Penelitian	29
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	30
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.3.1 Data Primer	36
3.3.2 Data Sekunder	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.4.1 Kuosioner (Angket)	36
3.5 Metode Analisis Data	37
3.5.1 Ananlisis Data Kuantitatif	37
3.5.1.1 Uji Validitas	37
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	38
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.5.3.1 Uji Multikolonieritas	39
3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	40
3.5.3.3 Uji Normalitas	40
3.5.4 Analisis Regresi Liniear Berganda	41
3.5.5 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	42
3.5.6 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	43
3.5.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Responden	46
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46

4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	47
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.2 Analisis Data.....	49
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
4.2.1.1 Nilai Indeks Responden Atas Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	50
4.2.1.2 Nilai Indeks Responden Atas Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	51
4.2.1.3 Nilai Indeks Responden Atas Variabel <i>Security And Privacy</i>	52
4.2.1.4 Nilai Indeks Responden Atas Variabel <i>Information Quality</i>	52
4.2.1.5 Nilai Indeks Atas Variabel <i>Intention to Use</i>	53
4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	54
4.2.2.1 Uji Validitas.....	54
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	56
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	57
4.2.3.1 Uji Normalitas	57
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas	58
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.2.5 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	61
4.2.6 Uji Hipotesis.....	62
4.2.7 Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.3 Interpretasi Hasil	64
4.3.1 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	64
4.3.2 Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	66
4.3.3 Pengaruh <i>Security and Privacy</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	68
4.3.4 Pengaruh <i>Information Quality</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	70
BAB 5 PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	75
5.2.1 Saran Bagi Manajerial	75
5.2.2. Saran Penelitian Mendatang.....	78
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	78

DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN A Kuosioner	80
LAMPIRAN B Daftar Jawaban Responden	86
LAMPIRAN C Hasil Uji Statistik SPSS	92

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data pengguna Tapcash KSH di BRT Trans Semarang	3
Tabel 1.2 Jumlah Penumpang dan Nilai Transaksi BRT Trans Semarang.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	45
Tabel 4.2 Usia Responden	46
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	47
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden	47
Tabel 4.5 Penilaian Terhadap Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	49
Tabel 4.6 Penilaian Terhadap Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	50
Tabel 4.7 Penilaian Terhadap Variabel <i>Security And Privacy</i>	51
Tabel 4.8 Penilaian Terhadap Variabel <i>Information Quality</i>	52
Tabel 4.9 Penilaian Atas Variabel <i>Intention to Use</i>	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.13 Koefisien Persamaan Regresi Linear	59
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Secara Keseluruhan.....	16
Gambar 2.2 Model Regresi Berganda.....	22
Gambar 3.1 Model Regresi Berganda.....	41
Gambar 4.1 Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	56
Gambar 4.2 Histogram Distribusi Data	56
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin cepatnya perkembangan Teknologi Informasi mengakibatkan mengubah perilaku masyarakat Indonesia sekarang hampir di setiap sektor. Kemajuan ini salah satunya adalah menggeser sistem pembayaran yang ada yang awalnya melakukan pembayaran tunai menjadi pembayaran non tunai yang dimana dianggap lebih efisien, praktis, dan ekonomis. Dan pengertian sistem pembayaran sendiri adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi (Bank Indonesia, 2011).

Sistem pembayaran yang berkembang pada sekarang ini adalah sistem pembayaran elektronik dimana sistem pembayaran tidak dilakukan secara tunai melainkan menggunakan non tunai. Dan pada dasarnya, perkembangan sistem pembayaran non tunai ini mengarah pada budaya *cashless society* yang juga berkaitan dengan program Bank Indonesia yaitu “Gerakan Nasional Non Tunai” yang dimana tertuang dalam siaran pers No. 16/ 58 /DKom oleh Bank Indonesia (2014).

Dibandingkan negara-negara ASEAN, penggunaan transaksi pembayaran berbasis elektronik yang dilakukan masyarakat Indonesia relatif masih rendah, sementara dengan kondisi geografi dan jumlah populasi yang cukup besar, masih terdapat potensi yang cukup besar untuk perluasan akses layanan sistem

pembayaran di Indonesia. Untuk itu, Bank Indonesia bersama perbankan sebagai pemain utama dalam penyediaan layanan sistem pembayaran kepada masyarakat perlu memiliki visi yang sama dan komitmen yang kuat untuk mendorong penggunaan transaksi non tunai oleh masyarakat dalam mewujudkan LCS (Bank Indonesia, 2014).

PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk atau BNI bekerjasama dengan Pemerintah Kota Semarang dan Bank Jateng dalam pembuatan Kartu Semarang Hebat TapCash. Kartu ini diperuntukkan bagi warga Kota Semarang untuk memudahkan berbagai transaksi keuangan karena dalam satu kartu tersebut telah tertanam beragam fungsi, yaitu mulai dari sebagai tabungan hingga kartu identitas. Peluncuran kartu “Semarang Hebat dilaksanakan di Semarang, Jumat (17 Februari 2017) oleh Walikota Semarang Hendrar Prihadi, Direktur Hubungan Kelembagaan & Transaksional Perbankan BNI Adi Sulistyowati, dan Direktur Utama Bank Jateng Supriyatno (TribunNews.com, 2017).

Menurut Sulistyowati (2017) Model kartu seperti Semarang Hebat ini baru pertama diluncurkan di Indonesia. Ini merupakan kerja sama tahap awal, berupa Kartu Semarang Hebat *Co Branding Prepaid* Tapcash Bank Jateng dengan issuing BNI. Untuk kedepannya kerja sama dapat juga dilakukan perluasan dan sinergi channel bersama BNI - Bank Jateng untuk transaksi nasabah di ATM dan EDC, serta program collection layanan publik melalui channel bersama. Kerja sama kartu Semarang Hebat ini juga sebagai bentuk dukungan aktif terhadap program Pemerintah dalam membentuk *Cashless Society* di Kota Semarang.

Kartu ini juga dapat digunakan sebagai alat transaksi pada sarana pemasaran online atau *e-Commerce Semarang Creative Gallery* menggunakan BNI debit online. Kartu tersebut juga dapat digunakan untuk sarana pembayaran Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dan pajak lainnya, Pembayaran Sewa Rumah Susun, sebagai uang elektronik (Tapcash) untuk pembayaran Bus Trans Semarang, pembayaran tol, parkir maupun pembayaran lainnya di merchant-merchant. Kartu tersebut juga dapat dikembangkan sebagai Kartu Identitas, Kartu Absensi, hingga kartu perpustakaan (bni.co.id, 2017).

Kartu Semarang Hebat TapCash pada saat ini penggunaannya belum terlalu banyak. Khususnya pada penggunaan sebagai alat pembayaran di BRT Trans Semarang, hal tersebut dapat dilihat dari data tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data pengguna Tapcash KSH di BRT Trans Semarang

Bulan	Koridor	Jumlah Pengguna		Jumlah Nominal Transaksi
		Umum	Pelajar	
Februari	I - IV	115	102	Rp. 504.500
Maret	I - IV	485	379	Rp. 2.076.500
April	I - VI	3,552	2,217	Rp. 14.649.000
Mei	I - VI	5,007	4,325	Rp. 21.849.500
Juni	I – VI	1,472	718	Rp. 5.870.000
Juli	I – VI	1,270	395	Rp. 4.840.000
Agustus	I – VI	1,058	465	Rp. 4.168.000
September	I - VI	1,272	433	Rp. 3.837.164

Sumber : Badan Layanan Umum Trans Semarang, 2017

Tabel pengguna TapCash Kartu Semarang Hebat untuk pembayaran BRT Trans Semarang jumlah pengguna kartu tersebut mengalami kenaikan yang lumayan tinggi pada bulan April. Dan juga diikuti kenaikan yang tinggi pada bulan Mei dimana mencetak nominal transaksi mencapai Rp.21.849.500. Namun dibulan selanjutnya yaitu dibulan Juni mengalami penurunan nominal transaksi dan hanya tercatat transaksi sebesar Rp. 5.870.000. Dan transaksi terus mengalami penurunan dibulan berikutnya yaitu dibulan Juli sebesar Rp. 4.840.000, dibulan Agustus sebesar Rp. 4.168.00, dan bulan September sebesar Rp. 3.837.164. Dari data tersebut maka perlu diketahui bagaimana tanggapan masyarakat Kota Semarang khususnya pengguna BRT Trans Semarang tentang diluncurkannya Kartu Semarang Hebat Tap Cash ini karena nominal transaksi sempat mengalami kenaikan yang signifikan pada masa awal peluncuran namun terus mengalami penurunan setelah bulan Mei. Dan hal tersebut juga untuk mengetahui bagaimana pendapat masyarakat Karen akhir – akhir ini pemerintah sedang gencar mengkampanyekan untuk menggunakan melalui non – tunai.

Tabel 1.2
Jumlah Penumpang dan Nilai Transaksi BRT Trans Semarang

Tahun	Bulan	Penumpang			Jumlah Transaksi
		Umum	Pelajar	Total	
2017	Febuari	442.661	174.768	617.429	Rp.1.724.081.500
2017	Maret	508.433	190.488	698.921	Rp.1.980.503.500
2017	April	559.329	162.989	722.318	Rp.2.120.640.500
2017	Mei	603.827	170.958	779.785	Rp.2.284.352.500
2017	Juni	540.651	104.854	645.505	Rp.1.997.132.500

2017	Juli	618.61	155.387	773.997	Rp.2.320.522.000
2017	Agustus	545.954	283.66	829.614	Rp.2.194.499.000
2017	September	539.161	275.955	815.116	Rp.2.160.156.584

Sumber : Badan Layanan Umum Trans Semarang, 2017

Tabel jumlah penumpang dan jumlah nilai transaksi dari BRT Trans Semarang menandakan bahwa jumlah pengguna BRT Trans Semarang terbilang naik turun setiap bulannya. Dengan jumlah penumpang terbanyak pada bulan Agustus dengan 829.164 penumpang dan mencatat nilai transaksi sebesar Rp.2.194.499.000. Dan jumlah penumpang paling sedikit pada bulan Februari yaitu 617.429 penumpang dan nilai transaksi tercatat sebanyak Rp.1.724.081.500. Dari data tersebut bahwa terlihat sebenarnya penurunan penggunaan Kartu Semarang Hebat TapCash tidak diikuti dengan penurunan jumlah penumpang dan jumlah transaksi yang ada. Walaupun jumlah penumpang terbilang fluktuatif namun tidak mengalami penurunan yang signifikan. Dan Kartu Semarang Hebat TapCash masih jauh dari jumlah penumpang BRT Trans Semarang sendiri. Dimana pengguna Kartu Semarang Hebat TapCash di bulan Mei sebagai pencatatan transaksi terbanyak menggunakan Kartu Semarang Hebat Tap Cash baru mencapai 9.332 penumpang dengan nilai nominal Rp. 21.849.500 yang berarti masih sekitar 1,19 % dari jumlah total penumpang BRT Trans Semarang dan 0,95% dari jumlah nilai transaksi. Hal tersebut menunjukkan penggunaan Kartu Semarang Hebat masih jauh dari harapan. Yang mana program Kartu Semarang Hebat ini sebenarnya adalah sebagai upaya bentuk dukungan pemerintah Kota Semarang untuk menjadikan kota Semarang menjadi *smart city* dan mendukung pencanangan Bank Indonesia atas

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) atau yang lebih populer sekarang adalah budaya *Less Cash Society* (LCS).

Kartu Semarang Hebat TapCash merupakan sebuah produk baru dari pemerintah yang bekerja sama dengan BNI dan Bank Jateng. Oleh sebab itu perilaku dari masyarakat mempengaruhi apakah Kartu Semarang Hebat TapCash diterima dengan baik atau tidak keberadaannya. Hal itu berkaitan dengan perilaku konsumen dalam ilmu pemasaran. Sedangkan Perilaku Konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang dilakukan individu saat mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau berhenti menggunakan barang dan jasa (Loudon et al 1993). Dari sini peluncuran produk baru Kartu Semarang Hebat bergantung dari tanggapan masyarakat Kota Semarang. Dalam hal ini masyarakat akan melakukan sebuah pengambilan keputusan. Yaitu melakukan keputusan pembelian dalam hal ini apakah akan membuat Kartu Semarang Hebat TapCash untuk digunakan atau pun tidak. Sedangkan keputusan pembelian adalah sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative sebelum pembelian, pembelian, konsumsi, dan evaluasi alternative sesudah pembelian (Engel et al 1995). Dan Engel et al (1995) juga mengatakan bahwa proses pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan.

Kartu Semarang Hebat TapCash merupakan sebuah produk *e-money* yang bisa dibidang sebuah produk yang berbasis teknologi informasi. Dan menurut Bodnar dan Hapwood (dikutip oleh Lucyanda, 2007) pengembangan teknologi informasi memerlukan perencanaan dan implementasi yang hati – hati untuk

menghindari adanya penolakan terhadap sistem yang dikembangkan, dan ini sangat berhubungan dengan perubahan perilaku secara individual dalam melaksanakannya.

Penelitian ini sendiri adalah penelitian tentang sebuah penerimaan teknologi informasi baru maka salah satu teori yang sering digunakan adalah *Technology Acceptance Model* yang pertama kali dikembangkan oleh Davis et al (1989). *Technology Acceptance Model* (TAM) dianggap sebagai teori yang paling berpengaruh dan umum digunakan untuk menggambarkan penerimaan suatu individu atas sistem informasi (Lee et al 2003). TAM sendiri memiliki 2 elemen penting yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* (Davis, 1989). Namun dalam penelitian ini terdapat sedikit modifikasi model dimana mengacu pada penelitian penelitian sebelumnya oleh Pikkarainen (2004), Sigar (2016), Desmayanti (2012), Lucyanda (2007). Dimana dalam penelitian ini menghilangkan variabel *Intervening Attitude to Use* dan menurut Davis (1989) *Attitude to Use* merupakan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Sedangkan pada penelitian ini tidak akan melihat bagaimana sikap dari pengguna BRT Trans Semarang terhadap adanya peluncuran Kartu Semarang Hebat TapCash dikarenakan kartu ini sebagai produk sangat kecil sekali kemungkinannya untuk ditarik kembali. Karena pada dasarnya kartu ini adalah kartu pendukung program pemerintah Semarang sebagai *smart city* dan pendukung kampanye Bank Indonesia tentang *Less Cash Society* (LCS). Di satu sisi penelitian ini juga menambahkan variabel Independen *Security and Privacy* dan variabel *Information Quality*. Dimana untuk melihat apakah masyarakat memandang

penting sebuah teknologi yang diterapkan dapat melindungi keamanan dan privasi pengguna. Serta melihat seberapa dampak informasi yang telah dilakukan pemerintah kepada masyarakat kota Semarang.

Penelitian ini pada dasarnya di latar belakang peluncuran Kartu Semarang Hebat TapCash oleh Pemerintah Kota Semarang pada Februari 2017 lalu. Dimana bisa dibayangkan masih baru serta terjadi sebuah fenomena penggunaan Kartu Semarang Hebat TapCash pada awal peluncuran namun mengalami penurunan yang cukup banyak. Maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana penerimaan masyarakat terhadap Kartu Semarang Hebat TapCash khususnya terhadap pengguna BRT Trans Semarang. Karena pada dasarnya model kartu seperti Kartu Semarang Hebat TapCash terbilang baru di Semarang. Dan model sampling yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* dengan memberikan pertanyaan filter pada kuisioner.

Dari data diatas dan penjelasan – penjelasan, maka peneliti tertarik meneliti tentang : “ **PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, SECURITY AND PRIVACY, DAN INFORMATION QUALITY* TERHADAP *INTENTION TO USE KARTU SEMARANG HEBAT TAPCASH*” (Study Kasus Penggunaan dalam BRT Trans Semarang).**

1.2 Rumusan Masalah

Kartu Semarang Hebat TapCash merupakan salah satu kartu yang baru – baru ini diluncurkan oleh pemerintah Kota Semarang. Kartu Semarang Hebat TapCash adalah sebuah kartu yang berfungsi sebagai *e-money* dimana dapat

digunakan untuk melakukan pembayaran e-toll, pembelian merchant kerja sama, dan pembayaran di BRT Trans Semarang.

Peluncuran Kartu ini adalah sebagai wujud pemerintah Kota Semarang dalam mewujudkan Semarang sebagai *smartcity* dan dalam upaya untuk mendukung kampanye Bank Indonesia dalam mewujudkan budaya *Less Cash Society* (LCS). Sedangkan menurut data penggunaan Kartu Semarang Hebat TapCash sebagai alat pembayaran di BRT Trans Semarang menunjukkan bahwa penggunaan masih jauh dari jumlah nominal transaksi menggunakan pembayaran *cash*. Oleh sebab itu perlu diketahui seberapa besar penerimaan masyarakat terhadap kartu ini dan bagaimana tanggapan masyarakat terhadap upaya yang telah dilakukan sekarang.

Pertanyaan dalam penelitian ini yang dapat dikembangkan adalah “ Apakah faktor – faktor yang mempengaruhi masyarakat Kota Semarang dalam keputusan untuk menggunakan Kartu Semarang Hebat TapCash sebagai kartu e-money yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di BRT Trans Semarang?” Selanjutnya untuk menjawab pertanyaan penelitian, maka diajukan pertanyaan – pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kartu Semarang Hebat Tapcash memiliki kegunaan dalam pembayaran di BRT Trans Semarang?
2. Apakah Kartu Semarang Hebat TapCash dianggap dapat memudahkan dalam bertransaksi khususnya pembayaran BRT Trans Semarang?
3. Apakah penggunaan Kartu Semarang hebat TapCash mudah dalam penggunaannya?

4. Apakah dengan adanya kartu Semarang Hebat masyarakat menjadi lebih berminat dalam menggunakan jasa transportasi BRT Trans Semarang?
5. Seberapa besar pengetahuan informasi tentang manfaat Kartu Semarang Hebat TapCash yang diterima oleh masyarakat?
6. Seberapa besar kepercayaan masyarakat yang telah menggunakan Kartu Semarang Hebat sebagai alat pembayaran BRT Trans Semarang dalam hal keamanan dan privasi?
7. Seberapa besar tingkat penerimaan pengguna BRT Trans Semarang terhadap Kartu Semarang Hebat TapCash?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kartu Semarang Hebat memiliki kegunaan apa tidak untuk digunakan sebagai alat pembayaran di BRT Trans Semarang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar kemudahan pembayaran BRT Trans Semarang yang dirasakan masyarakat dengan Kartu Semarang Hebat TapCash.
3. Untuk mengidentifikasi Kartu Semarang Hebat TapCash dalam memudahkan pembayaran di BRT Trans Semarang.
4. Untuk mengetahui seberapa besar gairah masyarakat kota Semarang dalam menggunakan *e- money* untuk mendukung '*Less Cash Society*'.
5. Untuk mengetahui seberapa besar manfaat kartu Semarang Hebat TapCash dalam proses transaksi pembayaran BRT Trans Semarang.

6. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat penerimaan/minat penggunaan masyarakat terhadap Kartu Semarang Hebat TapCash khususnya pengguna BRT Trans Semarang menggunakan teori *Technology Acceptance Model*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak pengetahuan tentang pemasaran khususnya terhadap faktor – faktor penerimaan hal –hal baru baik itu produk atau penggunaan teknologi dalam dunia bisnis yang dimana dibahas dalam *Technology Acceptance Model* dan kedepannya penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberi manfaat untuk beberapa pihak yaitu Pemerintah Kota Semarang khususnya Dishub sebagai pengelola, bagi dunia akademi, dan bagi pengguna BRT Trans Semarang

1. Bagi Pemerintah sebagai Pengelola BRT Trans Semarang : Penelitian ini bisa menjadi sebagai bahan informasi minat penggunaan dan penerimaan tentang Kartu Semarang Hebat TapCash dimata pengguna BRT Trans Semarang sejak kartu ini diluncurkan Bulan Febuari lalu.
2. Bagi dunia Akademi : Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah tambahan sumber refrensi dunia pemasaran khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini akan berisi tentang telaah pustaka yang menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai bahan dasar penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesis, populasi, sampel data, dan sumber data, metodologi pengumpulan data, definisi operasional variable, pengukuran dan instrument penelitian, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menggambarkan objek penelitian secara umum, gambaran populasi dan responden, analisis data, dan pembahasan dari analisis data yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan – kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.