

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Pembayaran Seluler di Jabodetabek

Abdullah Hawari, Adriansyah, Brian, Destrina Grace Simanjuntak, Rinaldo Susanto

Program Magister Manajemen
Sekolah Bisnis dan Ekonomi, Universitas Prasetiya Mulya
JL. RA. Kartini (TB Simatupang), Cilandak Barat
Jakarta Selatan, Jakarta 12430, Indonesia

Corresponding author:
01512181043@student.prasetiyamulya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan (*intention to use*) pembayaran seluler di Jabodetabek. Metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisioner kuantitatif. Analisis data secara statistik yang dilakukan meliputi analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, ANOVA, serta regresi linier. Hasil penelitian mengindikasikan *trust of safe to use* dan *usefulness* secara langsung mempengaruhi *intention to use* dari pembayaran seluler di Jabodetabek. Sedangkan *ease to use*, *convenience of mobility*, *compatibility* dan *mobile payment knowledge* tidak secara langsung mempengaruhi *intention to use*. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pemangku kepentingan pembayaran seluler, terutama bagi manajemen untuk meningkatkan pangsa pasar dalam persaingan industri yang ketat dengan kompetitor.

Kata kunci:
pembayaran seluler, dompet digital, uang elektronik

ABSTRACT

This study aims to identify the factors that influence the intention to use mobile payment in Jabodetabek. The method of data collection is done using quantitative questionnaires. Statistical data analysis included descriptive analysis, validity and reliability tests, ANOVA, and linear regression. The results indicate that trust of safe to use and usefulness directly affect the intention to use mobile payment in Jabodetabek. Whereas ease to use, convenience of mobility, compatibility, and mobile payment knowledge do not directly affect intention to use. The results of this study are useful for mobile payment stakeholders, especially for management to increase market share within intense competition against industry rivals.

Keywords:
mobile payment, digital wallet, e-money

PENDAHULUAN

Seiring dengan jumlah penggunaan telepon seluler yang meroket secara global, demikian juga halnya dengan penggunaan aplikasi pembayaran seluler di seluruh dunia. Pada umumnya, pembayaran seluler dapat didefinisikan sebagai perangkat yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan perangkat mobile termasuk handset nirkabel, personal digital assistant (PDA), perangkat frekuensi radio (RF), dan perangkat berbasis komunikasi (Dewan & Chen 2005). Jumlah pengguna ponsel di seluruh dunia ditetapkan untuk melewati angka lima miliar pada akhir tahun 2019 (Statista 2019). Dengan bertambahnya jumlah pengguna perangkat mobile/ telepon seluler, inovasi teknologi juga dituntut untuk memudahkan pengguna dalam melakukan fungsi pergantian cara bertransaksi untuk menunjang aktivitas bisnis.

Peningkatan kebutuhan masyarakat dalam mobilitas pembayaran menjadi persyaratan untuk alat pembayaran baru yang memungkinkan transaksi menjadi lebih layak dan nyaman (Ondrus & Pigneur 2006). Metode pembayaran secara mobile memberikan manfaat kepada pengguna dalam hal bertransaksi, baik dalam jumlah sedang maupun besar. Penggunaan uang koin kini dirasakan sudah tidak nyaman untuk bertransaksi dengan nilai yang kecil. Oleh karena itu, pembayaran seluler juga diusulkan sebagai alat layanan baru untuk pembayaran mikro baik secara online maupun offline, guna menciptakan keuntungan bagi pengguna ketika membutuhkan transaksi dengan nilai yang cenderung tidak besar (Menke & de Lussanet 2006; Ondrus & Pigneur 2006). Perangkat seluler ini akan diposisikan sebagai tools yang bekerja menggantikan uang fisik atau

kartu kredit untuk transaksi jual-beli, baik micropayment maupun macropayment.

Penelitian menunjukkan bahwa 15 negara memiliki lebih dari 60% populasi global yang tidak memiliki rekening bank, di mana 607 juta orang memiliki telepon seluler, namun belum memiliki rekening bank. Hampir setengah dari populasi yang tidak memiliki rekening bank terkonsentrasi di tujuh negara, yaitu: Cina, India, Pakistan, Bangladesh, Meksiko, Indonesia, dan Nigeria. Penyedia layanan pembayaran seluler memanfaatkan persentase tinggi pengguna telepon seluler di negara-negara dengan inklusi keuangan yang rendah untuk membuka akses ke produk-produk keuangan dan solusi pembayaran yang tidak dapat diakses oleh orang-orang tersebut. Penyedia pembayaran seluler telah membuka jalan menuju inklusi keuangan, yang merupakan kunci untuk meningkatkan status ekonomi.

Pada tahun 2017, sepertiga dari pengguna internet di seluruh dunia telah menggunakan layanan pembayaran seluler, dengan tingkat penggunaan tertinggi yaitu di China dan India. Karena populasi China yang sangat besar, sehingga tidak mengejutkan jika pasar global didominasi oleh perusahaan teknologi China. WeChat Pay adalah pembayaran seluler platform terbesar di dunia dengan jumlah pengguna aktif harian lebih dari satu miliar. Selain itu pada awal tahun 2019, kompetitor WeChat Pay di China, Alipay, juga mengklaim pengguna aktifnya yang telah melampaui angka lebih dari satu miliar, diikuti pemain terkemuka lainnya seperti PayPal, Apple Pay, dan Samsung Pay (Statista 2019).

Indonesia adalah salah satu pasar paling berharga di sektor keuangan digital. Enam puluh enam persen dari 260 juta penduduk

Indonesia tidak memiliki rekening bank. Sementara itu, jumlah aplikasi keuangan digital di negara ini telah tumbuh enam kali lipat sejak 2010, sehingga totalnya menjadi 140. Dalam kategori itu, sudah ada 19 yang berasal dari penyedia e-money yang tidak memerlukan penggunaannya untuk membuka rekening bank. Pembayaran seluler di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat, ditandai dengan terus bertambahnya kenaikan pengguna dan pembayaran secara digital selama tahun 2017 dan 2018. Mengacu pada data Bank Indonesia (BI), nilai transaksi pembayaran secara digital atau uang elektronik menyentuh Rp 47,19 triliun sepanjang 2018. Angka tersebut meningkat sebesar empat kali lipat apabila dibandingkan dengan nilai transaksi pada tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp 12,37 triliun. Akan tetapi, Indonesia masih berada empat tahun di belakang India dan tiga tahun di belakang China dalam hal pangsa pembayaran digital.

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, menyebabkan banyaknya variasi pembayaran seluler yang muncul di Indonesia. Berikut ini merupakan pengelompokan pembayaran seluler berdasarkan sistemnya yang terbagi menjadi:

1. *Mobile Wallet* merupakan metode pembayaran yang paling populer untuk melakukan transaksi keuangan, seperti *top-up* saldo, transfer, cek saldo, membayar tagihan rumah tangga, dan aktivitas lainnya. Beberapa layanan e-wallet di Indonesia dalam bentuk mobile wallet atau aplikasi seperti OVO, GoPay, Sakuku, LinkAja, Dana, dan lain-lain.
2. *Point of Sale* (POS) merupakan sistem pembayaran yang berlaku di toko pembelian yang bertujuan mempermudah konsumen hanya

dengan melakukan tap telepon ke *card reader*.

3. Beberapa sistem POS di Indonesia seperti Soltius, HashMicro, MOKA, dan Olsera.
4. *Closed-loop Mobile Payment* merupakan suatu sistem di mana pengguna dapat menabung sejumlah uang ke account pengeluaran yang dihubungkan dengan perangkat pembayaran, seperti gift card yang dikeluarkan perusahaan tertentu. Pembayaran *Closed-loop Mobile Payment* mengizinkan konsumen untuk mengatur account personal secara *mobile* melalui telepon seluler untuk top-up, mengetahui saldo, dan melakukan pembayaran.
5. *Mobile Payment Application* merupakan pembayaran uang yang dilakukan untuk suatu produk/layanan melalui perangkat mobile seperti telepon seluler. Teknologi ini juga dapat digunakan untuk mengirim uang ke pengguna lainnya. Beberapa aplikasi pembayaran seluler seperti Apple Pay dan Samsung Pay. Beberapa aplikasi bank yang sudah ada di Indonesia seperti Mandiri Mobile, BCA Mobile, dan Go Mobile by CIMB Niaga.

Berdasarkan hasil riset dari 1.582 responden, fintech memimpin ruang pembayaran digital sebesar 20 persen melampaui bank, e-commerce dan perusahaan telekomunikasi. Sistem pembayaran *fintech* GOJEK dan OVO memimpin jika dibandingkan dengan pembayaran digital lainnya (Annur 2019).

OVO sebagai salah satu platform telah bertumbuh menjadi pembayaran seluler terbesar di Indonesia. Keberhasilan OVO tidak hanya sebagai alat pembayaran untuk toko online, tetapi juga digunakan pada toko offline. Dengan lebih dari 300.000

merchant yang telah bergabung, membuat OVO berhasil di dalam meningkatkan jumlah merchant dari tahun ke tahun, baik dari pengecer lokal, pedagang, maupun convenience store. Hal inilah yang merupakan kunci kesuksesan OVO saat ini. Lebih dari 110 juta orang yang tersebar di tiga ratus kota di Indonesia telah menggunakan pembayaran seluler OVO (Rachmatunnisa 2019).

Selain itu, OVO juga bermitra dengan Grab sebagai penyedia layanan kebutuhan sehari-hari bagi pelanggan termasuk layanan pesan-antar individu, pesan-antar makanan, pengiriman barang, dan pembayaran berbasis online sejak Desember 2017. Pada tahun berikutnya, OVO juga melakukan mitra dengan Tokopedia sebagai e-commerce platform terbesar di Indonesia. Kemitraan dengan Grab dan Tokopedia ini merupakan strategi OVO di dalam memperkuat posisinya sebagai pembayaran seluler terbesar di Indonesia dalam hal jumlah transaksi. Kemitraan Grab dan Tokopedia merupakan validasi dari strategi OVO untuk memungkinkan pembayaran dapat diaplikasikan di semua perusahaan-perusahaan di Indonesia, baik secara online maupun offline.

OVO mengumumkan sebanyak 1 miliar transaksi terjadi selama tahun 2018 atau meningkat 75 kali apabila dibandingkan pada tahun 2017. Sedangkan dari sisi penggunanya, OVO juga mengalami pertumbuhan sebesar empat ratus persen apabila dibandingkan pada periode yang sama. Jangkauan OVO telah mencapai dari Sabang sampai Merauke dengan 77 persen penggunanya berasal dari wilayah Jabodetabek.

Melesatnya industri pembayaran seluler di Indonesia menyimpan potensi yang tidak terbatas bagi para penyedia layanan untuk

terus berinovasi dalam memberikan manfaat yang lebih unggul kepada masyarakat. Studi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi niat masyarakat untuk menggunakan layanan pembayaran seluler pun menjadi sangat penting, karena potensinya untuk menjadi kunci kesuksesan dalam meraup pangsa pasar dan menjadi pemenang di tengah persaingan industri keuangan yang sengit. Meski demikian, sebagai salah satu penyedia pembayaran seluler terbesar di Indonesia, belum banyak penelitian yang dilakukan terhadap faktor-faktor yang berkontribusi terhadap niat masyarakat untuk menggunakan aplikasi OVO, terutama di area Jabodetabek yang menjadi titik konsentrasi para pengguna OVO di tanah air. Maka dari itu, peneliti kemudian hendak mencari tahu dan menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi intention to use/niat masyarakat untuk menggunakan pembayaran seluler di area Jabodetabek dengan menggunakan aplikasi OVO sebagai subjek penelitian.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesa

a. Mobile Convenience

Mobile convenience muncul didasari oleh rasa kemudahan dan kenyamanan dari penggunaan telepon seluler, baik dari segi portabilitasnya maupun aksesibilitasnya secara langsung (Sharma & Gutiérrez 2010). Teknologi pada telepon seluler telah menyediakan perangkat, infrastruktur, dan protokol yang dapat membantu pengguna untuk berkomunikasi dan bertukar data di mana saja dan kapan saja tanpa perantara (Schiwy et al., 2007). Layanan seluler saat ini sangat cocok dengan gaya hidup aktif, yang menyediakan jasa pembayaran untuk produk dan jasa dalam situasi apa pun. Jika dibandingkan dengan transaksi konvensional dalam bentuk uang fisik atau penggunaan kartu yang tidak nyaman

dibawa, penggunaan telepon genggam lebih memudahkan dan nyaman dilihat dari segi aksesibilitasnya. Kenyamanan pengguna di dalam mengakses dan melakukan transaksi kapan saja merupakan faktor utama yang ditonjolkan dari pembayaran seluler, sehingga hal ini menjadi faktor penting untuk selanjutnya dianalisa (Clarke 2001). Oleh karena itu pada penelitian ini, fokus pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada pengguna pembayaran seluler terkait dengan mobile convenience adalah kemudahan akses dalam segala situasi dan waktu, serta kegunaannya. Dua hipotesis yang diajukan yaitu:

H1: *Mobile convenience* berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan (*ease to use*) pembayaran seluler di Jabodetabek

H2: *Mobile convenience* berpengaruh positif terhadap kegunaan (*usefulness*) pembayaran seluler di Jabodetabek

b. Compatibility

Compatibility atau kompatibilitas dideskripsikan sebagai keselarasan dan efektifitas operasional dari sebuah layanan pembayaran seluler dengan teknologi yang ada saat ini (Mallat et al., 2006). Faktor tersebut perlu dianalisa karena adanya keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh setiap pembayaran seluler serta beberapa aplikasi yang memiliki kecocokan hanya dengan aplikasi tertentu saja. Beberapa transaksi konvensional yang dilakukan pengguna masih terasa berat untuk dipindahkan ke dalam layanan ponsel dikarenakan ketidakselarasan aplikasinya. Oleh karena itu, penelitian ini memasukkan faktor kompatibilitas sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keinginan pengguna dalam menggunakan pembayaran seluler. Selain itu, hal lainnya yang harus diperhatikan juga adalah seberapa besar

pengaruh pembayaran seluler di dalam transaksi harian seorang pelanggan. Hal ini dikarenakan jika kompatibilitasnya rendah, maka seseorang akan jarang menggunakan pembayaran seluler. Sebaliknya, bila seseorang menggunakan pembayaran seluler secara rutin maka hal tersebut dapat dihubungkan dengan kompatibilitasnya yang tinggi. Oleh karena itu, dalam hal ini kompatibilitas merupakan parameter yang dapat diukur dengan melihat faktor kemudahan dan kegunaan dari penggunaan suatu produk atau layanan yang diperoleh oleh pengguna. Dalam membuktikan kompatibilitas sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi kemudahan penggunaan dan kegunaan pembayaran seluler, terdapat dua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

H3: *Compatibility* berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan (*ease to use*) pembayaran seluler di Jabodetabek

H4: *Compatibility* berpengaruh positif terhadap kegunaan (*usefulness*) pembayaran seluler di Jabodetabek

c. Mobile Payment Knowledge

Banyaknya pengguna maupun calon pengguna yang familiar dengan fungsi dan cara kerja dari pembayaran seluler, tidak serta-merta mengindikasikan bahwa pengguna tersebut telah memahami isi dari layanan secara keseluruhan. Hal ini perlu dianalisa karena ketidakpahaman pada suatu produk dapat mengakibatkan pengguna merasa tidak puas ataupun nyaman dalam menggunakan layanan tersebut (Garcia-Murillo & Annabi 2002). Hal ini dapat mengakibatkan pengguna untuk meninggalkan pembayaran seluler.

Namun, pengguna yang memahami cara kerja pembayaran seluler secara

menyeluruh akan merasakan kenyamanan saat menggunakannya. Pengguna dapat mendorong pengembangan pembayaran seluler sebagai metode pembayaran karena dengan pemahaman layanan yang tinggi, penggunaannya akan dimaksimalkan. Oleh karena itu, pengetahuan tentang pembayaran seluler merupakan faktor penting yang memengaruhi kemudahan penggunaan, sehingga hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H5: Pengetahuan tentang pembayaran seluler (*mobile payment knowledge*) berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan (*ease to use*) pembayaran seluler di Jabodetabek

d. Trust of Safe to Use

Secara umum, menggunakan layanan baru seperti pembayaran seluler pada saat pertama, dapat menimbulkan perasaan khawatir tentang keamanan layanan yang digunakan. Pengguna memerlukan kepercayaan serta rasa aman ketika melakukan proses pembelian dan menunggu transaksi tanpa adanya rasa khawatir (Zhou 2011). Kepercayaan pengguna dalam keamanan penggunaan layanan (*trust of safe to use*) adalah elemen penting untuk keberhasilan layanan pembayaran seluler (Kim et al., 2010).

Keamanan informasi pelanggan tidak hanya untuk layanan pembayaran seluler, tetapi juga sangat penting untuk semua lini bisnis yang berkaitan dengan pengguna. Secara umum, keamanan pengguna e-commerce dan e-banking merupakan faktor penting, mengingat tingkat transaksi ekonomi dalam lingkungan virtual yang kini lebih tinggi dibandingkan konvensional. *Trust of safe to use* juga meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan layanan pembayaran seluler. Dalam hal ini pengguna akan

merasa aman ketika pembayaran seluler dapat memberikan kepercayaan kepada pengguna atas sistem informasi pembayaran mereka, seperti jaminan data informasi pengguna yang tidak diberikan kepada pihak yang tidak berkepentingan, serta proses transaksi yang dapat selesai dengan tepat, cepat, dan sesuai yang diharapkan. Dengan demikian, *trust of safe to use* secara signifikan mempengaruhi pelanggan dalam menggunakan layanan pembayaran seluler. Berdasarkan penjelasan ini, dua hipotesis disajikan dalam penelitian ini, yaitu:

H6: *Trust of safe to use* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan (*intention to use*) pembayaran seluler di Jabodetabek

H7: *Trust of safe to use* berpengaruh positif terhadap kegunaan (*usefulness*) pembayaran seluler di Jabodetabek

e. Ease to Use

Salah satu hal yang akan dipertanyakan pertama kali oleh calon pengguna pembayaran seluler adalah apakah layanan yang ditawarkan mudah digunakan atau tidak (Moore & Benbasat 1991). Ini adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan pembayaran seluler. Kemudahan untuk menggunakan (*easy to use*) didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan / produk baru terhadap kemudahan dan kesederhanaannya (Davis 1989). Secara teori, kemudahan penggunaan dapat dirasakan oleh pengguna ketika layanan baru mudah dipahami, dipelajari, atau digunakan (Rogers 1962). Karena alasan ini, kemudahan penggunaan dianggap sebagai salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi baru. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan juga diusulkan sebagai anteseden dari manfaat

yang dirasakan. Kenyamanan pengguna dalam menggunakan layanan pembayaran seluler akan bersinergi dengan kegiatan sehari-hari mereka yang terintegrasi melalui aplikasi. Dengan demikian, dua hipotesis diajukan sebagai berikut:

H8: *Ease to use* berpengaruh positif terhadap kegunaan (*usefulness*) pembayaran seluler di Jabodetabek

H9: *Ease to use* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan (*intention to use*) layanan pembayaran seluler di Jabodetabek

f. Usefulness

Selain *ease to use*, pengguna juga akan memperhatikan kegunaan (*usefulness*) dari suatu produk/layanan baru. Hal ini merupakan faktor penting bagi pengguna ketika beradaptasi terhadap perubahan. Dengan demikian, *usefulness* merupakan salah satu faktor penentu dari niat seseorang untuk menggunakan produk/layanan baru sebagai layanan pembayaran seluler (Venkatesh & Davis 2000). *Usefulness* juga dapat didefinisikan sebagai perilaku pengguna terhadap suatu potensi produk/layanan baru ketika produk/layanan tersebut dapat memberikan banyak manfaat dan membantu meningkatkan kinerja pekerjaan mereka (Mathwick et al., 2002). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Adams et al., (1992) bahwa perilaku pengguna akan ditentukan dari *perceive benefit* yang dirasakan oleh mereka. Melalui *usefulness*, maka kesediaan pengguna untuk memakainya dapat diukur ketika mereka beradaptasi dengan produk/layanan baru tersebut. (Tan & Teo 2000). Menurut Gong dan Xu (2004), *usefulness* dianggap ketika pengguna percaya bahwa harapan mereka akan terpenuhi saat teknologi baru diterapkan. Awamieh dan Fernandes (2005)

pun menambahkan *usefulness* dapat dirasakan oleh pengguna ketika suatu produk/layanan baru dapat menawarkan lebih banyak keuntungan dibandingkan layanan konvensional. Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini pun bertujuan untuk melihat pengaruh *usefulness* terhadap *intention to use* dari pembayaran seluler. H10: *Usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use* layanan pembayaran seluler di Jabodetabek

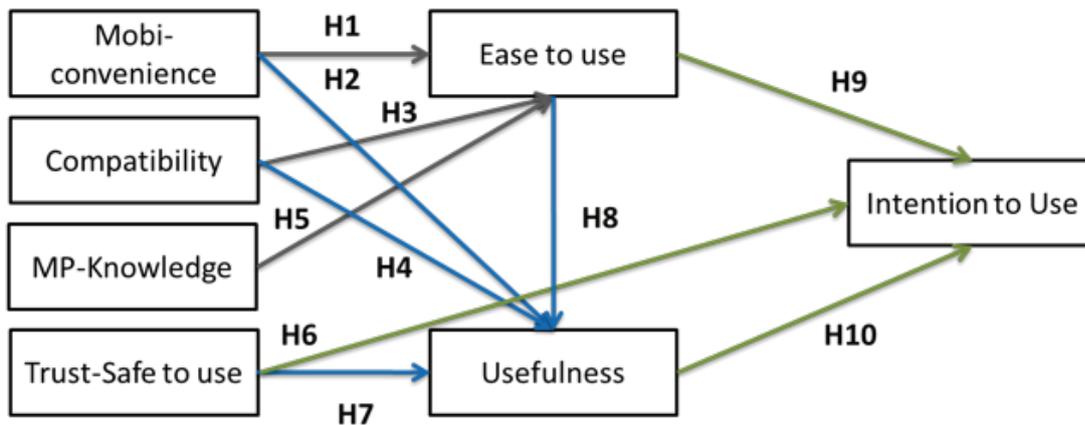
g. Intention to Use

Intention atau niat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan dalam diri seseorang untuk tertarik dan menyukai suatu objek. Selain itu, niat juga merupakan kekuatan yang dapat mendorong seseorang untuk lebih memperhatikan sesuatu, orang lain, dan aktivitas tertentu. Menurut Dyer (2010) niat dapat didefinisikan sebagai keinginan kuat untuk mencapai apa yang diinginkan oleh seseorang dan tidak membiarkan hal lain mengganggu pencapaian tujuan tersebut. Sederhananya, niat memiliki arti kecenderungan dan hasrat tinggi serta ketertarikan besar pada sesuatu (Muhibbin 2011).

Niat berasal dari beberapa faktor, yaitu mudahnya digunakan, keamanan dari penggunaan dan seberapa efektif aplikasi tersebut dapat membantu kegiatan sehari-hari. Faktor-faktor tersebut juga didukung oleh beberapa hal yang telah dibahas diatas. Guna mempermudah dalam memberikan penggambaran dari model penelitian, maka digambarkan diagram struktur dan hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis penelitian pada gambar 1.

Metodologi Penelitian Sampel dan Data Penelitian

Setelah peneliti melakukan kajian literatur, peneliti kemudian memilih tujuh faktor yang



Gambar 1. Diagram model penelitian dengan hipotesis

diketahui mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan layanan pembayaran seluler. Data penelitian dikumpulkan secara kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 29 pernyataan yang merepresentasikan ketujuh variabel yang digunakan. Pengumpulan data sampel dilakukan dengan mengisi kuesioner secara online (pada Google Form) yang disebarluaskan melalui email dan message platform selama kurun waktu dua bulan yaitu dari periode Juli hingga Agustus 2019. Responden meliputi keluarga, kerabat, dan rekan kerja yang berada di wilayah Jabodetabek. Pengukuran kuantitatif dilakukan dengan menggunakan lima point skala Likert (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju) untuk mengukur respon dari responden terhadap seluruh item kuesioner. Total sampel yang diperoleh adalah sebanyak 230 kuesioner, dengan 201 kuesioner yang memenuhi kriteria responden.

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software IBM Statistical Packages for Social Sciences (SPSS) versi 25. Metode analisis data statistik pada penelitian ini juga meliputi analisis deskriptif, analisis validitas,

analisis reliabilitas, ANOVA, dan regresi linier.

Kuesioner

Kuesioner pada penelitian ini menggunakan lima poin skala Likert untuk mengumpulkan setiap elemen variabel pada model penelitian, yaitu *convenience of mobility* (kenyamanan mobilitas), *compatibility* (kompatibilitas), *mobile-payment knowledge* (pengetahuan pembayaran seluler), *trust of safe to use* (kepercayaan terhadap keamanan penggunaan), *ease to use* (kemudahan penggunaan), *usefulness* (kegunaan), dan *intention to use* (niat untuk menggunakan). Berikut ini merupakan pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini:

1. **Mobile convenience.** Mengukur kenyamanan mobilitas dari layanan pembayaran menggunakan pembayaran seluler (Liu & Tai 2016; Kim et al., 2010). Kenyamanan mobilitas yang digunakan pada penelitian ini, diambil dari dua elemen yaitu kenyamanan di dalam menggunakan pembayaran seluler dan mobilitas layanan telepon seluler. Kenyamanan meliputi kecepatan, aksesibilitas, dan ketersediaan yang

berupa fleksibilitas waktu dan jarak yang dapat disediakan layanan telepon seluler kepada customer, yang merupakan ide inti dari mobilitas. Mobilitas dari layanan telepon seluler memungkinkan *customer* untuk berkomunikasi dan bertukar data di mana pun dan kapan pun tanpa perantara. Pernyataan-pernyataan di bawah ini digunakan untuk mengukur *mobile convenience*:

- 1) Saya yakin pembayaran seluler dapat digunakan kapan saja.
 - 2) Saya yakin pembayaran seluler dapat digunakan di mana saja.
 - 3) Saya dapat menggunakan pembayaran seluler kapanpun saya mau.
 - 4) Pembayaran seluler nyaman digunakan karena saya selalu membawa telepon seluler.
 - 5) Pembayaran seluler nyaman karena saya dapat menggunakannya kapan saja.
 - 6) Pembayaran seluler nyaman karena saya dapat menggunakannya di berbagai situasi.
 - 7) Layanan pembayaran seluler nyaman karena pembayaran seluler tidak sulit untuk digunakan.
2. **Compatibility.** Mengukur kompatibilitas layanan pembayaran menggunakan pembayaran seluler (Liu & Tai 2016; Kim et al., 2010). Berikut ini pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur *compatibility*:
- 8) Saya yakin pembayaran seluler kompatibel dengan teknologi yang ada saat ini.
 - 9) Saya yakin pembayaran seluler kompatibel dengan aplikasi seluler lainnya (misalnya Tokopedia, Grab).
 - 10) Saya yakin pembayaran seluler kompatibel dengan aktivitas rutin harian saya (misalnya untuk

transportasi, makan, shopping).

3. **Pengetahuan akan pembayaran seluler.** Mengukur pengetahuan customer akan metode pembayaran dengan menggunakan pembayaran seluler (Liu & Tai 2016; Kim et al., 2010). Tiga pernyataan di bawah ini digunakan untuk mengukur pengetahuan akan pembayaran seluler, yaitu:

- 11) Saya dapat menggunakan pembayaran seluler secara mudah dan efektif.
- 12) Utamanya, saya menggunakan pembayaran seluler untuk memberi barang dan jasa melalui telepon seluler.
- 13) Saya percaya pembayaran seluler sebagai alat transaksi keuangan.

4. **Ease to use.** Mengukur kemudahan di dalam menggunakan pembayaran seluler (Liu & Tai 2016; Kim et al., 2010). Berikut ini pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel *ease to use*:

- 14) Penggunaan pembayaran seluler jelas dan mudah dipahami.
- 15) Penggunaan pembayaran seluler tidak membutuhkan upaya berpikir lebih.
- 16) Penggunaan pembayaran seluler mudah untuk melakukan hal yang saya inginkan.
- 17) Secara umum, pembayaran seluler mudah untuk digunakan.

5. **Trust of Safe to use.** Keamanan secara langsung mempengaruhi niat *customer* untuk menggunakan pembayaran seluler (Liu & Tai 2016). Dalam hal ini, keamanan di dalam menggunakan pembayaran seluler meliputi kepercayaan customer ketika menggunakan layanan dan penyedia jasa (*service provider*) memastikan bahwa transaksi *customer* dapat dilakukan dengan aman dan cepat. Di

dalam mengukur *trust of safe to use*, peneliti menggunakan pernyataan-pernyataan di bawah ini:

- 18) Pembayaran seluler selalu menyediakan layanan finansial yang akurat (misalnya jumlah transfer yang sesuai, cash back yang sesuai).
 - 19) Pembayaran seluler selalu menyediakan layanan finansial yang handal (misalnya jarang error).
 - 20) Pembayaran seluler selalu menyediakan layanan finansial yang aman.
 - 21) Risiko penyalahgunaan informasi pengguna pembayaran seluler tergolong rendah (misalnya nama rekan bisnis, jumlah pembayaran).
 - 22) Risiko penyalahgunaan informasi tagihan pengguna pembayaran seluler tergolong rendah (misalnya nomor kartu kredit, data rekening bank).
 - 23) Saya memilih pembayaran seluler lain yang lebih aman untuk melakukan transaksi pembayaran.
6. **Usefulness.** Mengukur kegunaan yang dirasakan oleh customer (Liu & Tai 2016). Pernyataan-pernyataan di bawah ini digunakan untuk mengukur variabel usefulness:
- 24) Pembayaran seluler memungkinkan saya untuk melakukan pembayaran dengan cepat.
 - 25) Pembayaran seluler memudahkan saya untuk melakukan transaksi.
 - 26) Saya memilih pembayaran seluler lain yang lebih bermanfaat untuk melakukan transaksi pembayaran.
7. **Intention to use.** Mengukur keinginan customer untuk menggunakan pembayaran seluler (Liu & Tai 2016). Terdapat tiga pernyataan yang digunakan oleh peneliti di dalam

mengukur *intention to use* pembayaran seluler oleh customer:

- 27) Saya cenderung menggunakan pembayaran seluler dalam waktu dekat.
- 28) Saya bersedia menggunakan pembayaran seluler dalam waktu dekat.
- 29) Saya berniat menggunakan pembayaran seluler apabila ada kesempatan.

Setelah itu, terdapat tiga model yang digunakan di dalam penelitian ini sesuai dengan Gambar 1 di atas yaitu:

a. Model 1:

$$Ease\ to\ use_i = \alpha_0 + \alpha_1 Compatibility_i + \alpha_2 Mobi - Convenience_i + \alpha_3 MP - Knowledge_i + \epsilon_i$$

b. Model 2:

$$Usefulness_i = \beta_0 + \beta_1 Ease\ to\ use_i + \beta_2 Mobi - Convenience_i + \beta_3 Compatibility_i + \beta_4 save\ to\ use_i + \epsilon_i$$

c. Model 3:

$$Intention\ to\ use_i = \gamma_0 + \gamma_1 Trust - Safe\ to\ use_i + \gamma_2 Ease\ to\ use_i + \gamma_3 Usefulness_i + \epsilon_i$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Analisis deskriptif demografi

Di dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan filter question untuk memastikan data responden yang diperoleh sesuai dengan kriteria yang telah dibuat. Filter question merujuk kepada responden yang berdomisili di Jabodetabek dan pernah menggunakan pembayaran seluler. Total responden yang diperoleh peneliti adalah sejumlah 230, namun hanya 201 responden yang termasuk ke dalam kriteria pengguna pembayaran seluler dan berdomisili di Jabodetabek. Responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 63.7% mendominasi pria sebesar 36.7%. Rata-rata usia responden pengguna

Tabel 1. Regression Summary

Kategori demografi	N	%	Kategori demografi	N	%
Jenis kelamin			Pendapatan (IDR)		
Pria	73	36.3	< 5,000,000	23	11.4
Wanita	128	63.7	5,000,001 - 10,000,000	86	42.8
Usia			10,000,001 - 15,000,000	30	14.9
< 18 tahun	1	0.5	15,000,001 - 20,000,000	23	11.4
18-25 tahun	36	17.9	> 20,000,000	39	19.4
26-35 tahun	107	53.2	Domisili		
36-45 tahun	42	20.9	Bekasi	37	18.4
46-55 tahun	13	6.5	Bogor	10	5
> 55 tahun	2	1	Depok	17	8.5
			Jakarta	81	40.3
			Tangerang	56	27.9

Tabel 2. Uji KMO dan Bartlett's terhadap Kuesioner

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.936
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4308.488
	Df	406
	Sig.	.000

pembayaran seluler adalah 26 hingga 35 tahun sebesar 53.2%, dimana 40.3% dari total responden berasal di Jakarta, dengan rata-rata pendapatan berkisar 5.000.000 hingga 10.000.000 Rupiah (42.3%).

Analisis deskriptif statistik

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan realibilitas terhadap kuesioner untuk melihat apakah kuesioner tersebut sudah valid dan berada pada konstruk yang sesuai. Pendekatan yang digunakan untuk menguji validitas ini menggunakan uji KMO dan Bartlett's Test. Berikut merupakan hasil output yang disajikan pada Tabel 2.

Secara keseluruhan nilai KMO sudah melebihi dari syarat yaitu lebih dari 0.5 untuk kecukupan sampel sebesar 0.936 dan

memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0.05 yaitu di bawah nilai alpha. Selanjutnya uji validitas dilanjutkan dengan melihat lebih dalam melalui *rotated component matrix* ditunjukkan pada tabel 3.

Dari Tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa jumlah konstruk yang muncul hanya berjumlah lima konstruk, sementara jumlah konstruk yang digunakan pada penelitian ini sebanyak tujuh konstruk. Selain itu, masih terdapat beberapa item kuesioner yang berada tidak pada konstruk yang seharusnya. Oleh karena itu, peneliti melakukan uji validitas dan realibitas kembali terhadap setiap item kuesioner yang mewakili komponen setiap konstruk, apakah sudah berada pada konstruk yang sesuai.

Tabel 3. Uji Validitas dengan *Rotated Component Matrix*

	1	2	3	4	5
no1		.777			
no2		.759			
no3		.748			
no4	.630				
no5		.784			
no6		.708			
no7	.650				
no8	.628				
no9	.612				
no10	.522				
no11	.731				
no12	.487				
no13	.671				
no14	.830				
no15	.755				
no16	.678				
no17	.772				
no18	.564				
no19			.605		
no20			.763		
no21			.819		
no22			.817		
no23					.838
no24	.706				
no25	.626			.503	
no26					.844
no27				.803	
no28				.755	
no29				.742	

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a a.
 Rotation converged in 7 iterations

Dapat dilihat pada Tabel 4 diatas, nilai KMO untuk masing-masing konstruk juga telah melebihi dari syarat kecukupan sampel (lebih dari 0.5), dengan nilai KMO tertinggi pada konstruk mobile convenience dan

terendah terletak pada konstruk usefulness. Untuk nilai validitas dari masing-masing komponen konstruk dapat dilihat pada komponen matriks tabel 5.

Tabel 4. Uji Validitas dan Realibilitas untuk Masing-Masing Konstruk

Konstruk	KMO and Bartlett's Test	Signifikansi	Cronbach's Alpha	N of item
Mobile convenience	0.897	0	0.892	7
Compatibility	0.713	0	0.818	3
Mobile payment knowledge	0.673	0	0.721	3
Ease to use	0.849	0	0.913	4
Trust of Safe to use	0.83	0	0.737	6
Usefulness	0.52	0	0.287	3
Intention to use	0.729	0	0.889	3

Tabel 5. Uji Validitas untuk Masing-Masing Konstruk

Mobile convenience		Compatibility		Mobile payment knowledge		Trust of safe to use		Usefulness		Intention to use	
Component 1		Component 1		Component 1		Component 1		Component 1		Component 1	
no1	.812	no8	.881	no11	.821	no14	.916	no24	.941	no27	.904
no2	.838	no9	.862	no12	.766	no15	.900	no25	.936	no28	.930
no3	.847	no10	.837	no13	.839	no16	.869	no26	-.356	no29	.881
no4	.644					no17	.891				
no5	.870										
no6	.825										
no7	.577										
no18	.679										
no19	.770										
no20	.873										
no21	.842										
no22	.842										
no23	-.256										

Dari hasil komponen matriks masing-masing komponen konstruk di atas terlihat bahwa nilai factor loading dari masing-masing komponen adalah berkisar antara 0.577 - 0.941. Namun nilai factor loading untuk kuesioner no23 dan no26, masing-masing bernilai 0.25 dan 0.356. Hal ini menandakan adanya penyimpangan.

Selanjutnya, dilakukan uji realibilitas untuk melihat stabilitas, konsistensi, dan akurasi dari jawaban responden untuk

masing-masing konstruk yang digunakan dalam penelitian ini yang dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha pada Tabel 4.

Pada tabel tersebut, masing-masing konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha yang relatif baik yaitu melebihi syarat sebesar 0.7. Namun pada konstruk usefulness terdapat penyimpanan, dimana nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh hanya sebesar 0.287 (dibawah 0.7).

Berdasarkan hasil uji validitas dan realibilitas, peneliti mencoba menganalisis faktor penyebab terjadinya penyimpangan. Sebelumnya pada tahap awal pengolahan data, item kuesioner no23 dan no26 telah dilakukan recode. Hal ini dikarenakan sifat dari kedua pernyataan tersebut bermakna negatif, sementara untuk pernyataan kuesioner lainnya bermakna positif. Dikarenakan adanya penyimpangan, maka peneliti selanjutnya melakukan eliminasi terhadap item kuesioner no23 dan no26, untuk selanjutnya dilakukan analisis lebih mendalam.

Analisis deskriptif statistik (Tahap Dua)

Analisis deskriptif statistik Tahap Dua diawali dengan melihat rata-rata (mean) pada masing-masing konstruk di dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk melihat gambaran atas jawaban responden pada setiap konstruk.

Dari Tabel 6 diatas, rata-rata jawaban responden terhadap masing-masing konstruksi berada pada skala 4 dengan standar deviasi berkisar antara 0.6-0.7. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata responden memberikan jawaban setuju atas pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner (lima point skala Likert dengan 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju).

Setelah mengetahui nilai mean dari masing-masing konstruk, peneliti selanjutnya melakukan uji validitas dan realibilitas kembali. Pendekatan yang digunakan untuk menguji validitas ini juga menggunakan uji KMO and Bartlett's Test. Berikut merupakan hasil output uji validitas yang disajikan pada Tabel 7.

Secara keseluruhan nilai KMO pada analisis deskriptif Tahap Dua sudah melebihi dari syarat yaitu lebih besar dari 0.5 untuk kecukupan sampel sebesar 0.941 dan memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0.05 yaitu di bawah nilai alpha. Hal ini menunjukkan bahwa variabel konstruk yang digunakan pada penelitian ini sudah valid dan dapat dianalisis lebih lanjut. Selanjutnya uji validitas dilanjutkan dengan melihat lebih dalam melalui rotated component matrix pada tabel 8.

Jumlah konstruk yang muncul pada Rotated Component Matrix kembali hanya berjumlah lima konstruk, yang seharusnya berjumlah tujuh konstruk. Oleh karena itu, peneliti kembali melakukan uji validitas dan realibitas terhadap setiap item kuesioner yang mewakili komponen setiap konstruk, apakah sudah berada pada konstruk yang sesuai.

Tabel 6. Deskripsi Statistik untuk Masing-Masing Konstruk Setelah Eliminasi Kuesioner no23 dan no26

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>mobile_convenience</i>	201	1.57	5.00	3.8557	.70840
<i>Compatibility</i>	201	2.00	5.00	4.2289	.62328
<i>payment_knowledge</i>	201	1.00	5.00	4.0050	.71994
<i>ease_to_use</i>	201	1.00	5.00	4.1157	.68601
<i>Usefulness</i>	201	1.00	5.00	4.1020	.71470
<i>intention_to_use</i>	201	1.00	5.00	3.9983	.74944
<i>safe_to_use</i>	201	1.20	5.00	3.7214	.71217
<i>Valid N (listwise)</i>	201				

Tabel 7. Uji KMO dan Bartlett's terhadap Kuesioner

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.941
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4164.590
	Df	351
	Sig.	.000

Tabel 8. Uji Validitas dengan Rotated Component Matrix Setelah Eliminasi Kuesioner no23 dan no26

	1	2	3	4	5
no1		.779			
no2		.801			
no3		.771			
no4			.628		
no5		.789			
no6		.707			
no7	.485				
no8			.707		
no9			.748		
no10			.615		
no11	.523		.530		
no12	.634				
no13	.618				
no14	.780				
no15	.774				
no16	.645				
no17	.732				
no18					
no19					.609
no20					.771
no21					.824
no22					.815
no24	.651				
no25	.558			.506	
no27				.798	
no28				.779	
no29				.771	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

Rotation converged in 7 iterations.

Pada Tabel 9, diperoleh nilai KMO untuk masing-masing konstruk yang melebihi dari syarat kecukupan sampel (lebih besar dari 0.5), dengan nilai KMO tertinggi pada konstruk mobile convenience dan terendah

terletak pada konstruk usefulness. Variabel konstruk usefulness memiliki nilai hanya sebesar 0.5, dimana salah satu faktor penyebabnya adalah jumlah kuesioner pada konstruk ini hanya berjumlah dua

Tabel 9. Uji Validitas dan Realibilitas untuk Masing-Masing Konstruk Setelah Eliminasi Kuesioner no23 dan no26

Konstruk	KMO and Bartlett's Test	Signifikansi	Cronbach's Alpha	N of item
Mobile convenience	0.897	0	0.892	7
Compatibility	0.713	0	0.818	3
Mobile payment knowledge	0.673	0	0.721	3
Ease to use	0.849	0	0.913	4
Trust of Safe to use	0.83	0	0.864	5
Usefulness	0.52	0	0.903	2
Intention to use	0.729	0	0.889	3

item pernyataan. Selanjutnya dilakukan uji validitas untuk masing-masing komponen konstruk dan dapat dilihat pada komponen matriks tabel 10.

Dari hasil komponen matriks masing-masing komponen konstruk di atas terlihat bahwa nilai factor loading dari masing-masing komponen adalah berkisar antara 0.577 - 0.955. Dari tabel diatas dapat

dilihat bahwa adanya eliminasi untuk item kuesioner no23 dan no26, menyebabkan nilai loading factor konsisten.

Selanjutnya, dilakukan uji realibilitas kembali setelah item kuesioner no23 dan no26 dieliminasi. Dari Tabel 9 diatas, terlihat adanya perubahan dari nilai Cronbach's Alpha pada konstruk trust of safety to use dari 0.737 menjadi 0.864 dan

Tabel 10. Uji Validitas untuk Masing-Masing Konstruk Setelah Eliminasi Kuesioner no23 dan no26

Mobile convenience		Compatibility		Mobile payment knowledge		Ease to use	
Component 1		Component 1		Component 1		Component 1	
no1	.812	no8	.881	no11	.821	no14	.916
no2	.838	no9	.862	no12	.766	no15	.900
no3	.847	no10	.837	no13	.839	no16	.869
no4	.644					no17	.891
no5	.870						
no6	.825						
no7	.577						
Trust of safe to use		Usefulness		Intention to use			
Component 1		Component 1		Component 1			
no18	.685	no24	.955	no27	.904		
no19	.774	no25	.955	no28	.930		
no20	.872			no29	.881		
no21	.842						
no22	.846						

konstruk usefulness dari 0.287 menjadi 0.903. Hal ini menunjukkan bahwa adanya eliminasi kedua item kuesioner tersebut, sudah merupakan langkah yang tepat sebagai dasar untuk melakukan analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi

Setelah dilakukan analisis deskriptif, peneliti selanjutnya melakukan analisis regresi sesuai dengan model penelitian yang telah didesain berdasarkan jurnal acuan. Analisis regresi pada model penelitian ini dilakukan sebanyak tiga kali untuk tiga model berbeda, yaitu Model 1, Model 2, dan Model3.

Pada Model 1, diperoleh nilai dari masing-masing variabel yaitu mobile convenience, compatibility, dan mobile payment knowledge yang berkorelasi positif dan signifikan terhadap variabel dependen ease to use, yaitu sebagai berikut:

$$Ease\ to\ Use_i = 0.569 + 0.215Compatibility_i + 0.139\ Mobi - Convenience_i + 0.525MP - Knowledge_i + \epsilon_i$$

Dari nilai F-statistik yang diperoleh dapat dilihat bahwa Model 1 memiliki nilai yang cukup besar dan tingkat signifikansi yang baik (kurang dari 0.05).

Model 1

Tabel 11. Hasil Regresi Model 2

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.569	.206		2.755	.006
	mobile_convenience	.139	.060	.143	2.303	.022
	Compatibility	.215	.070	.196	3.078	.002
	payment_knowledge	.525	.057	.551	9.195	.000

a. Dependent Variable: ease_to_use

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.641	.636	.41415

a. Predictors: (Constant), payment_knowledge, mobile_convenience, compatibility

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.333	3	20.111	117.251	.000 ^b
	Residual	33.790	197	.172		
	Total	94.123	200			

a. Dependent Variable: ease_to_use

b. Predictors: (Constant), payment_knowledge, mobile_convenience, compatibility

Model 2

Tabel 12. Hasil Regresi Model 2

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	.632	.427		1.479	.141
	ease to use	.518	.073	.498	7.106	.000
	mobile convenience	.206	.071	.204	2.898	.004
	compatibility	.188	.082	.164	2.296	.023
	safe to use	-.036	.083	-.028	-.433	.666

a. Dependent Variable: usefulness

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.565	.556	.47605

a. Predictors: (Constant), safe_to_use, compatibility, ease_to_use, mobile_convenience

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.740	4	14.435	63.695	.000 ^b
	Residual	44.419	196	.227		
	Total	102.259	200			

a. Dependent Variable: usefulness

b. Predictors: (Constant), safe_to_use, compatibility, ease_to_use, mobile_convenience

Dari hasil regresi diatas, diperoleh model regresi yang kedua sebagai berikut:

$$Usefulness_i = 0.632 + 0.518Ease\ to\ use_i + 0.206MobConvenience_i + 0.188Compatibility_i - 0.036\beta_4 Safe\ to\ use_i + \epsilon_i$$

Pada Model 2, diperoleh nilai dari masing-masing variabel yaitu ease to use, mobile convenience, compatibility yang berkorelasi positif dan signifikan terhadap

variabel dependen usefulness. Sementara itu, untuk variabel trust of safe to use tidak berkorelasi positif dengan dependen variabel usefulness. Namun hasil ini tidak signifikan (nilai signifikansinya kurang dari 0.05). Dari nilai F-statistik dan tingkat signifikansi yang terdapat pada tabel ANOVA dapat dilihat bahwa Model 2 memiliki tingkat signifikansi yang baik (kurang dari 0.05).

Model 3

Tabel 13. Hasil Regresi Model 3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	-.063	.485		-.130	.897
	ease to use	.173	.090	.158	.1909	.058
	safe to use	.188	.089	.142	2.118	.035
	usefulness	.498	.078	.475	6.415	.000

a. Dependent Variable: intention_to_use

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	.475	.467	.54697

a. Predictors: (Constant), usefulness, safe_to_use, ease_to_use

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.396	3	17.799	59.593	.000 ^b
	Residual	58.937	197	.299		
	Total	112.333	200			

a. Dependent Variable: intention_to_use

b. Predictors: (Constant), usefulness, safe_to_use, ease_to_use

Pada Model 3, diperoleh nilai dari masing-masing variabel yaitu trust of safe to use, ease to use, dan usefulness yang berkorelasi positif dan signifikan terhadap variabel dependen intention to use, sebagai berikut: $intention\ to\ use_i = -0.063 + 0.188Trust - Safe\ to\ use_i + 0.173Ease\ to\ use_i + 0.498Usefulness_i + \epsilon_i$

Berdasarkan nilai F-statistik dan tingkat signifikansinya, dapat dilihat bahwa Model

3 memiliki tingkat signifikansi yang baik (kurang dari 0.05).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Interpretasi dan Pembahasan

Berdasarkan seluruh hasil regresi konstruk- konstruk yang dilakukan sesuai dengan model penelitian dan hipotesis, diperoleh output koefisien beta dan nilai signifikansi sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Tes Hipotesis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Pembayaran Seluler

Hasil Tes Hipotesis	Unstandardized B	Signifikansi
Convenience of mobility → Ease to use	0.139	0.022
Compatibility → Ease to use	0.215	0.002
Mobile payment knowledge → Ease to use	0.525	0.000
Convenience of mobility → Usefulness	0.206	0.004
Compatibility → Usefulness	0.188	0.023
Trust of safe to use → Usefulness	-0.036	0.666
Ease to use → Usefulness	0.518	0.000
Trust of safe to use → Intention to use	0.188	0.035
Usefulness → Intention to use	0.498	0.000
Ease to use → Intention to use	0.173	0.058

Dari data yang tertera pada tabel di atas, dapat dilakukan interpretasi terkait dengan hipotesis penelitian, di antaranya:

1. Koefisien beta dari variabel prediktor *convenience of mobility* terhadap *ease to use* adalah sebesar 0.139 dengan nilai signifikansi 0.022 (di bawah 0.050). Maka dari itu, *convenience of mobility* berpengaruh positif terhadap *ease to use*. Hipotesis H1 terbukti valid/benar.
2. Koefisien beta dari variabel prediktor *compatibility* terhadap *ease to use* adalah sebesar 0.215 dengan nilai signifikansi 0.002 (di bawah 0.050). Maka dari itu, *compatibility* berpengaruh positif terhadap *ease to use*. Hipotesis H3 terbukti valid/benar.
3. Koefisien beta dari variabel prediktor *mobile payment knowledge* terhadap *ease to use* adalah sebesar 0.525 dengan nilai signifikansi 0.000 (di bawah 0.050). Maka dari itu, *mobile payment knowledge* berpengaruh positif terhadap *ease to use*. Hipotesis H5 terbukti valid/benar.
4. Koefisien beta dari variabel prediktor *convenience of mobility* terhadap *usefulness* adalah sebesar 0.206 dengan nilai signifikansi 0.004 (di bawah 0.050). Maka dari itu, *convenience of mobility* berpengaruh positif terhadap *usefulness*. Hipotesis H2 terbukti valid/benar.
5. Koefisien beta dari variabel prediktor *compatibility* terhadap *usefulness* adalah sebesar 0.188 dengan nilai signifikansi 0.023 (di bawah 0.050). Maka dari itu, *compatibility* berpengaruh positif terhadap *usefulness*. Hipotesis H4 terbukti valid/benar.
6. Koefisien beta dari variabel prediktor *trust of safe to use* terhadap *usefulness* adalah sebesar -0.036 dengan nilai signifikansi 0.666 (di atas 0.050). Maka dari itu, *trust of safe to use* tidak secara signifikan berpengaruh terhadap *usefulness*. Hipotesis H7 tidak terbukti valid.
7. Koefisien beta dari variabel prediktor *ease to use* terhadap *usefulness* adalah sebesar 0.518 dengan nilai signifikansi 0.000 (di bawah 0.050). Maka dari itu, *ease to use* berpengaruh positif terhadap *usefulness*. Hipotesis H8 terbukti valid/benar.
8. Koefisien beta dari variabel prediktor *trust of safe to use* terhadap *intention to use* adalah sebesar 0.188 dengan nilai signifikansi 0.035 (di bawah 0.050). Maka dari itu, *trust of safe to use* berpengaruh positif terhadap *intention to use*. Hipotesis H6 terbukti valid / benar.

9. Koefisien beta dari variabel prediktor *usefulness* terhadap *intention to use* adalah sebesar 0.498 dengan nilai signifikansi 0.000 (di bawah 0.050). Maka dari itu, *usefulness* berpengaruh positif terhadap *intention to use*. Hipotesis H10 terbukti valid/benar.
10. Koefisien beta dari variabel prediktor *ease to use* terhadap *intention to use* adalah sebesar 0.173 dengan nilai signifikansi 0.058 (di atas 0.050). Maka dari itu, *ease to use* tidak secara signifikan berpengaruh terhadap *intention to use*. Hipotesis H9 tidak terbukti valid.

Berdasarkan interpretasi di atas, seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti kebenarannya, kecuali H7 dan H9. Penjelasan yang mungkin adalah bahwa *trust of safe to use* lebih berpengaruh secara langsung terhadap *intention to use* (hipotesis H6 terbukti valid), tanpa melalui variabel *usefulness*. Sementara itu, *ease to use* sendiri tidak secara langsung berpengaruh terhadap *intention to use*, namun harus melalui jalur ke variabel *usefulness* (hipotesis H8 terbukti valid), kemudian *usefulness* yang akan memberikan pengaruh kepada *intention to use* (hipotesis H10 terbukti valid). Maka dari itu, terdapat 8 jalur secara total yang mampu mempengaruhi *intention to use* dari aplikasi pembayaran seluler, yaitu:

1. *Convenience of mobility* → *Ease to use* → *Usefulness* → *Intention to use*
2. *Convenience of mobility* → *Usefulness* → *Intention to use*
3. *Compatibility* → *Ease to use* → *Usefulness* → *Intention to use*
4. *Compatibility* → *Usefulness* → *Intention to use*
5. *Mobile payment knowledge* → *Ease to use* → *Usefulness* → *Intention to use*
6. *Trust of safe to use* → *Intention to use*
7. *Ease to use* → *Usefulness* → *Intention to use*
8. *Usefulness* → *Intention to use*

Selanjutnya, berdasarkan regresi yang dilakukan sesuai dengan model penelitian, diperoleh pula nilai *Adjusted R-Square* dari tiap model seperti ditunjukkan pada tabel 15.

Dari nilai *Adjusted R-Square* yang tertera pada tabel di atas, dapat dilakukan interpretasi terkait dengan model penelitian, di antaranya:

1. Konstruk-konstruk dalam penelitian yang digunakan sebagai prediktor terhadap variabel *ease to use*, yaitu *convenience of mobility*, *compatibility*, dan *mobile payment knowledge*, berhasil memprediksi/menjelaskan sebesar 63,6 persen dari nilai *output* variabel dependen tersebut pada kondisi *real*.
2. Konstruk-konstruk dalam penelitian

Tabel 14. Hasil Tes Hipotesis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Pembayaran Seluler

Independent variables → Dependent variable	Adjusted R-Square
Convenience of mobility, compatibility, mobile payment knowledge → Ease to use	0.636
Convenience of mobility, compatibility, trust of safe to use, ease to use → Usefulness	0.556
Trust of safe to use, usefulness, ease to use → Intention to use	0.467

yang digunakan sebagai prediktor terhadap variabel *usefulness*, yaitu *convenience of mobility*, *compatibility*, *trust of safe to use*, dan *ease to use*, berhasil memprediksi/menjelaskan sebesar 55,6 persen dari nilai output variabel dependen tersebut pada kondisi *real*.

3. Konstruk-konstruk dalam penelitian yang digunakan sebagai prediktor terhadap variabel *intention to use*, yaitu *trust of safe to use*, *usefulness*, dan *ease to use*, berhasil memprediksi/menjelaskan sebesar 46,7 persen dari nilai *output* variabel dependen tersebut pada kondisi *real*.

Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa masih terdapat variabel-variabel lain di luar apa yang disertakan dalam penelitian ini yang mampu untuk menjelaskan *intention to use* dari aplikasi pembayaran seluler. Beberapa kemungkinan variabel-variabel lain tersebut misalnya: faktor kecepatan dari aplikasi dan transaksi pembayaran seluler, banyaknya pengguna eksisting di lingkungan subjek, dan tingkat promosi *cashback* yang ditawarkan oleh penyedia layanan pembayaran seluler.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan utama untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi *intention/niat* untuk menggunakan aplikasi pembayaran seluler di Jabodetabek. Sebuah model penelitian kemudian dirancang sebagai dasar untuk mencapai tujuan tersebut.

Model penelitian ini terdiri atas empat variabel eksternal (*convenience of mobility*, *compatibility*, *mobile payment knowledge*, dan *trust of safe to use*), dua variabel internal (*ease to use* dan *usefulness*), serta satu variabel dependen (*intention to use*).

Penelitian kemudian dilakukan dengan metode kuantitatif, yaitu melalui pengumpulan data kuesioner yang disebar secara *online* kepada masyarakat Jabodetabek yang menggunakan aplikasi pembayaran seluler. Data sampel sebesar 201 responden yang telah dikumpulkan lalu diolah menggunakan program SPSS. Analisa tersebut mencakup pengujian validitas dan reliabilitas, serta penentuan hubungan korelasi antar konstruk melalui teknik regresi yang mengacu pada model penelitian.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa *trust of safe to use* (kepercayaan terhadap keamanan penggunaan) dan *usefulness* (kegunaan) secara langsung mempengaruhi *intention/niat* masyarakat untuk menggunakan aplikasi pembayaran seluler di Jabodetabek. Sementara itu, *ease to use* (kemudahan penggunaan) saja tidak cukup untuk mempengaruhi secara langsung *intention/niat* masyarakat untuk menggunakan pembayaran seluler, melainkan harus tercermin melalui *usefulness* (kegunaan) dari aplikasi tersebut. Selain itu, *ease to use* dan *usefulness* sama-sama dipengaruhi oleh *convenience of mobility* dan *compatibility*, sementara *mobile payment knowledge* hanya mempengaruhi *ease to use* saja.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi bagi sejumlah *stakeholders* pembayaran seluler. Dari sisi manajerial, untuk meningkatkan pangsa pasar pembayaran seluler dalam persaingan industri yang ketat dengan kompetitor seperti GoPay, DANA, dan aplikasi serupa, perusahaan dapat menerapkan strategi yang berfokus pada peningkatan kegunaan/manfaat aplikasi (*usefulness*) disertai pengembangan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan penggunaan aplikasi (*trust of safe to use*). Kedua faktor tersebut terbukti memberikan

dampak positif secara langsung terhadap intention to use/niat masyarakat untuk menjadi pengguna pembayaran seluler. Selain itu, faktor-faktor lainnya seperti *ease to use*, *convenience of mobility*, *compatibility*, dan *mobile payment knowledge* juga memiliki bobot masing-masing terhadap *intention to use* sehingga perlu mendapat perhatian dari perusahaan. Di sisi lain, tidak pula menutup kemungkinan bahwa strategi yang serupa dapat diterapkan oleh perusahaan aplikasi pembayaran seluler lain untuk meningkatkan daya saing dan merebut pangsa pasar yang telah dimiliki oleh aplikasi pembayaran seluler.

Selanjutnya, dari hasil analisa dapat terlihat bahwa faktor-faktor yang terdapat dalam

penelitian ini belum menggambarkan sepenuhnya variabel yang mempengaruhi niat masyarakat untuk menggunakan aplikasi pembayaran seluler. Maka dari itu, peneliti menyarankan pihak pembayaran seluler maupun peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian lanjutan dalam rangka menemukan faktor-faktor lain dan menentukan tingkat pengaruh dari faktor-faktor tersebut. Beberapa faktor-faktor lain yang mungkin memiliki pengaruh terhadap intention to use aplikasi pembayaran seluler misalnya: faktor kecepatan dari aplikasi dan transaksi pembayaran seluler, banyaknya pengguna eksisting di lingkungan subjek, dan tingkat promosi *cashback* yang ditawarkan oleh pembayaran seluler. ◀

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, DA., Nelson, RR., dan Todd, PA. (1992), "Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: A replication", *MIS Quarterly* 16, (Juni): 227-247
- Annur, CM. (2019), "Riset Morgan Stanley Ungkap Ketatnya Persaingan OVO dan Go-Pay", *Katadata Website*, <https://katadata.co.id/berita/2019/02/26/riset-morgan-stanley-ovo-lebihbanyak-digunakan-ketimbang-go-pay>, (7 Agustus 2019)
- Awamieh, R. dan Fernandes, C. (2005), "Internet Banking: An empirical investigation into the extent of adoption by banks and the determinants of customer satisfaction in the United Arab Emirates", *Journal of Internet Banking and Commerce*, 10, No.1: 1-12
- Clarke, I. (2001), "Emerging value propositions for M-commerce", *Journal of Business Strategies* 18, No.2: 133-149
- Davis, FD. (1989), "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", *MIS Quarterly* 13, No.3 (September): 318-330
- Dewan SG. dan Chen L. (2014), "Mobile Payment Adoption in the US: A Cross-industry, Crossplatform Solution", *Journal of Information Privacy and Security* 1, No.2 (September): 4-28
- Dyer, W. (2010), *The Power of Intention*
- Garcia-Murillo, M. dan Annabi, H. (2002), "Customer knowledge management", *Journal of the Operational Research Society*, 53: 875-884
- Gong, M., dan Xu, Y. (2004), "An enhanced technology acceptance model for web-based learning", *Journal of Information Systems Education* 15, No.4: 365-374
- Kim, C., Mirusmonov, M., dan Lee, I. (2010), "An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment", *Computers in Human Behavior* 26, No.3 (May): 310-322
- Kusumah, W. (2009), "Mengenal Penelitian Tindakan Kelas", P.T. Indeks, Jakarta

- Liu, G. dan Tai, PT. (2016), "A Study of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam", *Economics World* 4&6, (November-December): 1-25
- Mallat, N., Rossi, M., dan Tuunainen, VK. (2006), "The impact of use situation and mobility on the acceptance of mobile ticketing services", In *Proceedings of The 39th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii
- Mathwick, C., Malhotra, NK., dan Rigdon, E. (2002), "The effect of dynamic retail experiences on experiential perceptions of value: An Internet and catalog comparison", *Journal of Retailing* 78, No.1 (Maret): 51-60
- Menke, L. dan de Lussanet, M. (2006), "SMS-Based mobile payment: popular with the young", *Forrester Research*
- Moore, GC. dan Benbasat, I. (1991), "Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation", *Information Systems Research* 2, No.3: 173-191
- Ondrus, J., dan Pigneur, Y. (2006), "Towards a holistic analysis of mobile payments: a multiple perspectives approach", *Electronic Commerce Research and Applications* 5, No.3 (September), 246-257
- Ondrus, J., and Pigneur, Y. (2006), "A Multi-Stakeholder Multi-criteria Assessment Framework of Mobile Payments: An Illustration with the Swiss Public Transportation Industry", *Proceedings of the 39th Hawaii International Conference on System Sciences*, 110
- Rachmatunnisa. (2019). "10 Fakta Persaingan GoPay, Ovo, LinkAja, dan Dana cs", *Detikinet*, <https://inet.detik.com/business/d-4666061/10-fakta-persaingan-gopay-ovo-linkajadan-dana-cs>, (7 Agustus 2019)
- Rogers, EM. (1962), *Diffusion of innovations* (1st ed.). London: The Free Press
- Sharma, S. dan Gutiérrez, JA. (2010), "An evaluation framework for viable business models for M-commerce in the information technology sector", *Electronic Markets* 20, No.1: 33-52
- Schiwy, F., Fornazzari, A., dan Antebi, S. (2011), "Digital Media, Cultural Production and Speculative Capitalism", Taylor & Francis Group
- Syah, Muhibbin. (2011), *Psikologi Pendidikan, Remaja Rosdakarya*, Bandung
- Untoro, Trenggana RA., dan Dewi K. (2013), "Pemetaan produk dan risiko Pembayaran bergerak (mobile payment) dalam sistem pembayaran di Indonesia", *Bank Indonesia*, No. 2 (Desember)
- Tan, M. dan Teo, TSH. (2000), "Factors influencing the adoption of Internet banking", *Journal of the Association for Information Systems* 1, No.5 (Juli): 1-42
- Venkatesh, V. dan Davis, FD. (2000), "A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies", *Management Science* 45, No.2 (Februari): 186-204
- Zhou, T. (2011), "An empirical examination of initial trust in mobile banking", *Internet Research* 21, No.5: 527-540
- <https://www.statista.com/topics/4872/mobile-payments-worldwide/> (9 Agustus 2019)
- <https://finansial.bisnis.com/read/20190225/90/893062/industri-pembayaran-digital-bank-danfintech-berebut-pasar> (9 Agustus 2019)
- <https://www.entrepreneur.com/article/330561> (9 Agustus 2019)
- <https://www.merchantsavvy.co.uk/mobile-payment-stats-trends/> (9 Agustus 2019)
- <https://faspay.co.id/news/2018/mengenal-macam-macam-sistem-mobile-payments> (9 Agustus 2019)
- <https://finansial.bisnis.com/read/20190225/90/893062/industri-pembayaran-digital-bank-danfintech-berebut-pasar> (9 Agustus 2019)
- <https://medium.com/@BRAVOPay/mobile-money-services-banking-the-unbankeda92b64180102> (9 Agustus 2019)
- <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/tools-resources/research-studies/all-eyes-emoney-race-reach-180m-unbanked-indonesians/> (16 Agustus 2019)
- <https://learn.g2.com/mobile-banking-mobile-payments> (16 Agustus 2019)
- <https://newsroom.mastercard.com/eu/press-releases/new-mobile-money-propositions-have-the-potential-to-reduce-the-worlds-unbanked-population-by-more-than-a-third/> (16 Agustus 2019)