

ANALISIS PENGUKURAN MINAT PENGGUNA APLIKASI *MOBILE PAYMENT* DI ACEH

Evayani, Dini Ariani, Dinaroe

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala

Korespondensi Penulis:

dinaroe@unsyiah.ac.id

Abstract

In recent years, the number of internet users and smartphones was increasing enormously in Indonesia. The development of the internet occurs rapidly and gives a significant influence on every aspect of life. The growing information technology allows people to easily perform various financial transactions by using mobile payments. This research aimed to examine the influence of mobility, compatibility, and trust toward the intention of users to use mobile payment. The research was conducted in Banda Aceh by taking samples of the PayTren users. The purposive sampling method was being used in gathering data and the main instrument of data collection was in the form of a questionnaire, which was being measured on a Likert scale. The data Samples were Banda Aceh inhabitants who use PayTren as their mobile payment platform. A total of 119 data were processed using SPSS and the analysis result of the model showed that mobility, compatibility, and trust affected the intention to use mobile payment PayTren.

Keywords: *Mobility, Compatibility, Trust, Intention to Use, Mobile Payment, PayTren.*

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pengguna internet dan *smartphone* meningkat pesat di Indonesia. Penggunaan internet meningkat pesat dan memberikan pengaruh yang signifikan pada setiap aspek kehidupan. Teknologi informasi yang berkembang memungkinkan masyarakat dengan mudah melakukan berbagai transaksi keuangan dengan menggunakan pembayaran melalui aplikasi *mobile payment*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mobilitas, kompatibilitas, dan kepercayaan terhadap minat pengguna untuk menggunakan *mobile payment*. Penelitian dilakukan di Banda Aceh dengan mengambil sampel pengguna *PayTren*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan instrumen utama pengumpulan data berupa kuesioner yang diukur dengan skala *likert*. Penduduk Banda Aceh yang menggunakan *PayTren* sebagai platform *mobile payment* mereka sebagai sampel penelitian. Sebanyak 119 data diolah menggunakan SPSS dan hasil analisis model menunjukkan bahwa mobilitas, kompatibilitas, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran *mobile PayTren*.

Kata Kunci: Mobilitas, Kompatibilitas, Kepercayaan, Minat Penggunaan, *Mobile Payment, PayTren*

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) telah menciptakan beragam peluang dan metode bisnis baru, di antaranya yaitu transaksi bisnis secara *online*. Perkembangan ini meliputi perkembangan infrastruktur TI, seperti perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), teknologi penyimpanan data, dan teknologi komunikasi. Adanya perkembangan TI memberikan banyak kemudahan pada setiap aspek bisnis, terlebih pada sistem pembayaran secara *online*. Untoro et. al. (2013) menyatakan bahwa kemudahan pembayaran akibat perkembangan TI telah membawa dampak positif diantaranya adalah pengguna layanan menjadi lebih nyaman, praktis, dan aman dalam melakukan aktivitas kesehariannya.

Manfaat yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi berperan penting dalam proses pengambilan keputusan, baik keputusan bisnis maupun keputusan perseorangan. Dalam pengambilan keputusan bisnis, kenaikan tingkat konsumsi disertai dengan efisiennya biaya transaksi mampu meningkatkan profitabilitas bagi pengusaha yang akan berpotensi mendorong aktivitas usaha dan ekspansi usaha. Semakin tinggi tingkat efisiensi biaya transaksi yang diperoleh dari penggunaan alat pembayaran non-tunai semakin besar pula potensi peningkatan *output*. Hal ini pada akhirnya akan mendorong peningkatan produksi di sektor riil yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi (Abidin, 2014). Dalam pengambilan keputusan perseorangan, masyarakat pada umumnya memiliki kebutuhan transaksi dengan nilai kecil, tetapi dengan volume yang tinggi serta membutuhkan waktu pemrosesan transaksi yang relatif sangat cepat (Tim Inisiatif BI, 2006). Hal ini menyebabkan masyarakat membutuhkan instrumen pembayaran mikro yang relatif lebih praktis, efisien, dan nyaman.

Perkembangan internet terjadi begitu cepat dan memberikan pengaruh yang signifikan pada setiap aspek kehidupan. Perkembangan internet menjadikan manusia pada saat ini dapat dengan mudah mengakses transaksi keuangan hanya dengan bermodalkan *smartphone*. Masyarakat disugahi dengan beragam fitur kemudahan pembayaran hanya dalam satu aplikasi pada *smartphone* yang kita kenal dengan istilah *mobile payment*. Tersedianya berbagai metode pembayaran, membantu pemerintah dalam menyukseskan programnya yang telah dicanangkan sejak tahun 2014 mengenai Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Menurut Bank Indonesia, GNNT bertujuan untuk meningkatkan kesadaran

masyarakat terhadap penggunaan instrumen nontunai sehingga berangsur-angsur mampu membentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen nontunai. Pencanangan program ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat, pelaku bisnis, dan juga lembaga pemerintahan agar menggunakan sarana pembayaran nontunai dalam melakukan transaksi keuangan dengan mudah, efisien, dan aman (Bank Indonesia, 2014).

Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), populasi penduduk Indonesia saat ini mencapai 262 juta orang. Lebih dari 50 persen atau sekitar 143 juta orang telah terhubung jaringan internet sepanjang 2017 (tekno.kompas.com). Selain itu, berdasarkan survei yang dilakukan Lembaga riset digital marketing Emarketer menunjukkan bahwa pada tahun 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia telah mencapai lebih dari 100 juta orang (www.kominfo.go.id). Hal ini tentu mendorong peningkatan penggunaan aplikasi dan fitur *M-Payment* sebagai alternatif penggunaan jasa lembaga keuangan perbankan di era modern saat ini.

Penggunaan *mobile payment* bagi masyarakat semakin meluas karena mampu memberikan banyak manfaat bagi kelancaran setiap proses transaksi. Proses pembayaran transaksi melalui *mobile payment* akan mempercepat dan mempermudah proses penyelesaian transaksi tersebut karena dilakukan secara *real time*. Hal ini menjadikan penggunaan *mobile payment* mulai menjadi tren di kalangan masyarakat. Kemudahan bertransaksi dengan fitur yang lengkap tanpa harus keluar rumah merupakan kelebihan *mobile payment*. Gaya hidup masyarakat yang semakin modern dengan mobilitas yang sangat tinggi membuat masyarakat menggunakan aplikasi *mobile payment* ini agar dapat mempermudah transaksinya tanpa harus mengorbankan aktivitasnya yang lain.

Dalam aspek akuntansi, penggunaan *mobile payment* dapat mengurangi terjadinya kecurangan (*fraud*). Hal ini didukung oleh pernyataan Chairul Tanjung dalam laman Tempo mengenai pelaksanaan transaksi nontunai bisa menghilangkan terjadinya praktik kecurangan dan manipulasi (Tempo.co, 2014). Secara teknis operasional, kesalahan pada transaksi yang dilakukan oleh pengguna dapat diminimalkan. Keuntungan ini didapatkan pengguna karena transaksi diproses melalui sistem (Hidayati, 2006 dalam Abidin, 2014). Dengan adanya transaksi yang diproses secara langsung oleh sistem, pengguna tidak perlu khawatir terhadap adanya praktik manipulasi. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan pengguna

karena transaksi yang terjadi disertai dengan adanya bukti transaksi. Bukti transaksi tersebut dapat digunakan oleh pengguna aplikasi jika ingin mencatat transaksi yang terjadi pada unit bisnisnya tanpa harus mengkhawatirkan adanya *mark-up* biaya transaksi.

Sistem yang ada pada *mobile payment* adalah sistem yang dirancang untuk mengendalikan penerimaan kas dari piutang pelanggan. Perusahaan akan bekerja sama dengan berbagai aplikasi pembayaran, salah satunya *mobile payment*, untuk mengatasi masalah ketidaktepatan waktu penerimaan pelunasan piutang dari pelanggan. Adanya kerjasama ini diharapkan mampu mengurangi permasalahan yang sebelumnya terjadi dan dapat dengan mudah mengendalikan aliran kas masuk. Dengan demikian karyawan dapat dengan mudah untuk menjaga dan menghitung pendapatan, sehingga operasional perusahaan berjalan lancar (Yusuf & Kurniawan, 2012).

Pesatnya penggunaan berbagai aplikasi berbasis *android* mendorong minat masyarakat untuk beralih dan menggunakan aplikasi ini untuk menunjang kegiatan sehari-harinya. Beragam kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *mobile payment* menumbuhkan minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini disebabkan oleh lebih banyak fitur-fitur kemudahan, kegunaan, lebih hemat, dan bisa dilakukan dari mana saja dalam bertransaksi, seperti halnya layanan PPOB (*Payment Point Online Bank*) yang menyediakan loket-loket pembayaran pada umumnya. Namun, PPOB semakin hari mulai pudar dan tergeser karena hadirnya kemudahan sebuah aplikasi berbasis *android* (Siri et al., 2017).

Salah satu aplikasi *mobile payment* yang memberi kemudahan tersebut adalah aplikasi PayTren. PayTren adalah produk dari Treni (PT. Veritra Sentosa Internasional) yang dapat digunakan pada semua jenis *smartphone* melalui aplikasi *Android*, *Yahoo Messenger*, *Gtalk* atau *Hangouts* dan aplikasi-aplikasi berbasis *Java* atau *IOS*. PayTren yang melayani pembayaran uang elektronik sempat dihentikan sementara oleh Bank Indonesia (BI) karena belum mendapatkan izin. Pungky Purnomo Wibowo, Direktur Program Elektronifikasi Departemen Kebijakan dan Pengawasan Sistem Pembayaran BI, mengatakan bahwa langkah pembekuan ini disebabkan karena regulator memastikan perlindungan nasabah (finance.detik.com). Perusahaan PayTren baru mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sejak 24 Oktober 2017 setelah memenuhi kelengkapan persyaratan. Meskipun sempat dibekukan, PayTren adalah usaha uang elektronik berbasis syariah yang

kini sudah berkembang pesat. Hal ini dibuktikan dengan adanya animo besar dari masyarakat dalam menggunakan aplikasi tersebut. Dalam laman Okezone Finance, Yusuf Mansur pada 4 Desember 2017 menyatakan bahwa Paytren telah memiliki basis komunitas Paytren yang jumlahnya mencapai 1,7 juta pengguna (Economy.okezone.com).

Di Provinsi Aceh sendiri, Paytren menjadi alternatif pilihan tidak hanya dikarenakan kemudahan dari sudut pandang sistem teknologi keuangan (*financial technology* or *Fintech*), namun dilihat juga dari sudut pandang holistic dan religi, karena aplikasi ini termasuk salah satu aplikasi yang berbasis syariah yang belum mampu ditawarkan oleh aplikasi *M-Payment* lainnya. Meskipun masih ada beberapa fitur yang belum tersedia sempurna dibanding dengan aplikasi *M-Payment* berskala besar lainnya, namun Paytren telah berhasil mengikat hati para konsumen di Provinsi Aceh.

Menurut survei awal yg dilakukan terhadap pengguna PayTren di Kota Banda Aceh, beberapa fitur dan yang belum ditawarkan oleh PayTren adalah fasilitas pembayaran iuran Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Kota Banda Aceh, dan pembayaran tagihan serta pembelian token listrik. Namun seiring perkembangan dan *update* aplikasi yang dilakukan oleh perusahaan provider Paytren, fasilitas ini sudah mulai dapat dinikmati. Ditambah lagi dengan adanya fasilitas sedekah yang membuat penggunaanya semakin nyaman dengan aplikasi ini dan membuatnya dapat diterima oleh penduduk di Ibukota Provinsi Aceh.

Sejauh ini, penelitian yang berkaitan penggunaan *mobile payment* belum banyak dilakukan untuk wilayah barat Indonesia, terutama di pulau Sumatera, apalagi untuk produk yang berbasis *islamic finance* seperti *PayTren*. Selain itu, penelitian yang berkaitan dengan analisis faktor yang mempengaruhi minat (*intention*) seseorang dalam menggunakan produk pembayaran berbasis teknologi informasi belum banyak dilakukan terutama yang berkaitan dengan *fintech* (*financial technology*).

Artikel ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi minat pengguna Paytren dalam memanfaatkan aplikasi *M-Payment* ini. Berdasarkan studi literatur dan penelitian terdahulu, beberapa variabel yang berpengaruh terhadap minat pengguna aplikasi *mobile payment* adalah mobilitas, kompatibilitas, dan kepercayaan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menguji dan menganalisis pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile payment* Paytren oleh para pengguna. Hasil penelitian ini

diharapkan dapat memberi manfaat bagi banyak pihak, termasuk bagi para akademisi dan penyedia layanan.

TINJAUAN LITERATUR

Sistem Teknologi Informasi

Sistem adalah kumpulan beberapa komponen yang saling berhubungan dan berkerjasama untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Alter (2008) bahwa teknologi informasi meliputi perangkat keras dan perangkat lunak untuk melaksanakan satu atau sejumlah tugas pemrosesan data seperti menangkap, mentransmisikan, menyimpan, mengambil, memanipulasi, atau menampilkan data. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, teknologi informasi dan teknologi komunikasi memberikan kesempatan munculnya berbagai aplikasi bisnis yang terhubung dengan internet. Pada saat ini, teknologi informasi memiliki peran yang sangat besar pada aktivitas manusia. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi berbagai kegiatan bisnis karena mampu memiliki andil besar terkait dengan perubahan mendasar pada struktur, operasi, dan manajemen organisasi.

Salah satu aplikasi yang mulai mendapat perhatian adalah *mobile payment*. Pada *mobile payment*, pengguna menggunakan perangkat keras (*hardware*) yaitu telepon selular sebagai media untuk melakukan aktivitas bisnis dan menggunakan perangkat lunak (*software*) seperti jaringan internet yang dapat membantu meningkatkan pemenuhan kebutuhan pengguna aplikasi (*brainware*). Menurut Jogiyanto (2008), teknologi informasi memberikan lima peran utama dalam organisasi, yaitu untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, komunikasi, kolaborasi, dan kompetitif. Hal ini menjadikan pengguna aplikasi akan memiliki hubungan langsung dengan aplikasi *mobile payment*. Sistem teknologi informasi dikatakan telah berhasil beroperasi jika memberikan banyak hal positif terhadap penggunanya. Manfaat yang didapatkan oleh pengguna sistem akan berpengaruh terhadap keputusan akhir pengguna.

Mobile Payment

Menurut Antovski & Gusev (2003) dalam Liu & Tai (2016), bahwa *mobile payment* didefinisikan sebagai metode transfer sejumlah uang dari satu orang ke orang lain melalui

perangkat *mobile* tanpa perantara. Pembayaran *mobile* adalah metode pembayaran baru untuk pembelian produk dan layanan yang menggunakan semua jenis perangkat bergerak dan komunikasi nirkabel teknologi (*smartphone* dan internet). Dengan metode ini perangkat *mobile* dapat digunakan untuk membuat beragam jenis pembayaran. Perangkat ini membantu pengguna untuk terhubung ke *server* sehingga pengguna dapat melakukan dan mengonfirmasi transaksi. Hal ini didukung oleh pengguna *smartphone* yang terus meningkat sehingga *mobile payment* akan mengambil alih sistem pembayaran tradisional dan juga akan menjadi masa depan sistem pembayaran.

Minat Penggunaan Mobile Payment (*Intention to Use*)

Minat atau intensi (*intention*) menurut Jogiyanto (2007: 25) adalah keinginan untuk melakukan suatu perilaku. Seorang individu apabila menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya maka pada saat itu dia akan berminat untuk menggunakannya lagi dan akan mendatangkan kepuasan. Jika dikaitkan dengan teknologi, minat dapat diartikan sebagai suatu perilaku kecenderungan terhadap sesuatu yang relatif tetap dan terus menerus dengan diikuti rasa senang dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.

Mobilitas

Meningkatnya aktivitas masyarakat saat ini dengan tingginya kesibukan dan mobilitas seseorang mendorong masyarakat untuk dapat memiliki sebuah sistem yang dapat membantu dan mempermudah segala kebutuhannya agar lebih efisien. Mobilitas adalah sejauh mana seorang individu mengupayakan pola hidup mereka dengan menggunakan aplikasi *mobile* untuk memenuhi kebutuhan mereka yang dapat digunakan dimana saja dan kapan saja (Schierz et al., 2010). Salah satu contohnya, yaitu inovasi dari sistem pembayaran. Saat ini sistem pembayaran sudah mulai mengubah sistemnya menjadi *online* yang dianggap lebih praktis dan mudah untuk digunakan dimana saja dan kapan saja (Dahlberg et al., 2008 dalam Schierz et al., 2010). Dengan adanya inovasi – inovasi yang didukung oleh perkembangan teknologi saat ini direspon sangat baik oleh masyarakat terutama mereka yang memiliki mobilitas tinggi.

Indikator-indikator untuk mengukur variabel mobilitas dalam penelitian ini, diadaptasi dari Kim et al., (2010), yaitu: (1) Independensi waktu, dan (2) Independensi tempat. Dalam

penelitian Schierz et al., (2010) mengungkapkan bahwa mobilitas individu (*individual mobility*) memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile payment* di Jerman. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Sari (2016). Pada penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa mobilitas tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan *Whatsapp Messenger*. Adapun hipotesis pertama penelitian ini adalah:
H₁: Mobilitas berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile payment*

Kompabilitas

Keinginan seseorang untuk mencoba dan menggunakan suatu aplikasi yang baru dapat dipengaruhi oleh banyak faktor selain dari aspek kemudahan dan manfaat dari aplikasi tersebut. Pada umumnya pengguna akan melihat dan mempertimbangkan seberapa *compatible* suatu aplikasi dengan gaya hidup mereka. Mallat (2007) menyatakan bahwa dalam konteks pembayaran secara digital, gaya hidup akan sangat mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi teknologi. Perceived compatibility adalah sejauh mana inovasi yang dihasilkan dianggap konsisten oleh pengguna potensial dengan melihat pengalaman sebelumnya dan apa saja kebutuhan mereka (Ozturk et al., 2016).

Secara bersama Tornatzky & Klein (1982) menemukan bahwa *compatibility* dianggap sebagai karakteristik inovasi yang penting dalam sebuah penerimaan konsumen terhadap inovasi baru sehingga *perceived compatibility* memiliki hubungan positif terhadap *intention to use* seseorang dalam menggunakan aplikasi *mobile*.

Indikator-indikator untuk mengukur variabel kompatibilitas dalam penelitian ini, diadaptasi dari Moore dan Benbasat (1991) dan Pouffe et al., (2001) dalam Schierz et al., (2010), yaitu: (1) Kompatibel dengan nilai, (2) Kompatibel dengan pengalaman, (3) Kompatibel dengan pola perilaku. Kompatibilitas secara luas dianggap berpengaruh positif terhadap penggunaan inovasi (Moore & Benbasat, 1991). Selain itu, pada penelitian Shatskikh (2013) mengungkapkan bahwa kompatibilitas memiliki dampak terbesar terhadap niat untuk menggunakan *mobile payment* di restoran. Hasil berbeda oleh Kurniawati (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa kompatibilitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile payment*. Adapun hipotesis kedua penelitian ini adalah:

H₂: Kompatibilitas berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile payment*

Kepercayaan

Kepercayaan dapat diartikan sebagai ukuran kesediaan untuk percaya pada pihak lain berdasarkan kompetensi dan perilaku dalam konteks tertentu (Yuan et al., 2010). Saat melakukan transaksi, konsumen akan menggunakan layanan yang mereka inginkan. Selama proses tersebut, konsumen mengharapkan informasi pribadi mereka harus terjamin dan tidak dibagikan kepada pihak yang tidak pantas (Zhou, 2014)

Kepercayaan juga dapat diartikan sebagai kebersediaan seseorang untuk bergantung pada mitra bisnisnya karena menganggap mitra bisnisnya memiliki integritas dan kredibilitas. Integritas dan kredibilitas yang dimiliki oleh mitra bisnis diperoleh dari usaha mitra bisnis itu sendiri yang tentunya harus dibangun dari awal dan membutuhkan proses agar dapat tumbuh dan mendapatkan rasa kepercayaan terhadapnya.

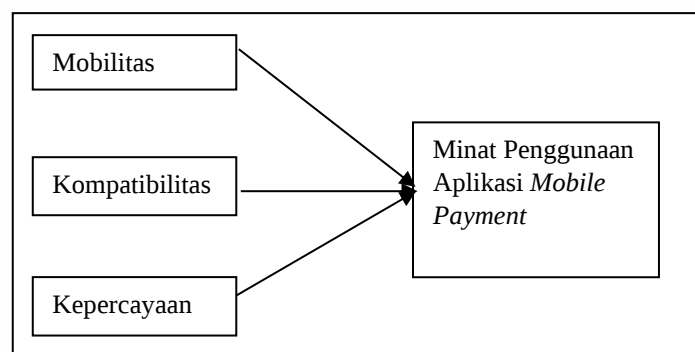
Konsep kepercayaan berarti bahwa para pengguna percaya terhadap keandalan pihak penyedia aplikasi dalam pemberian jaminan keamanan dan kerahasiaan akun pengguna. Jaminan terhadap keamanan dapat diartikan bahwa penggunaan aplikasi aman dari risiko hilangnya informasi atau hilangnya data sangat kecil dan risiko pencurian rendah, sedangkan kerahasiaan berarti bahwa aplikasi menjamin kerahasiaan yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya.

Indikator-indikator untuk mengukur tingkat kepercayaan diadaptasi dari Shen (2003) dalam Sari (2013), yaitu: (1) Sistem keamanan, dan (2) Sistem kerahasiaan. Pada penelitian Liu & Tai (2016) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki hubungan secara langsung terhadap minat menggunakan *mobile payment*. Selain itu, menurut Sari (2013) bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-banking*. Penelitian yang dilakukan oleh van der Heijden (2003) juga memfokuskan perhatian pada pengaruh orientasi kepercayaan terhadap sikap dan niat beli. Bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian yang dilakukan oleh Batista & Pratiwi (2018) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan, norma subjektif, dan kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Adapun hipotesis ketiga penelitian ini adalah:

H₃: Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile payment*

Mobilitas dari pengguna *mobile payment* akan mempengaruhi tingkat penggunaan *mobile payment*. Semakin tinggi kesibukan yang dilakukan oleh pengguna *mobile payment*,

maka tingkat penggunaan *mobile payment* akan semakin meningkat. Kepercayaan juga akan mempengaruhi tingkat penggunaan *mobile payment*. Semakin tinggi kepercayaan pengguna dengan layanan *mobile payment* akan berpengaruh pada semakin sering pula layanan *mobile payment* tersebut digunakan oleh para pengguna. Kompatibilitas akan mempengaruhi tingkat penggunaan *mobile payment*. Kompatibilitas dapat diartikan sebagai tingkat kemampuan suatu layanan dalam menyelesaikan tugas yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Tingkat kompatibilitas yang tinggi akan semakin meningkatkan penggunaan *mobile payment*. Pengguna yang telah merasakan bahwa layanan *mobile payment* adalah suatu layanan yang bermanfaat, mudah untuk digunakan, dan pengguna telah cukup yakin untuk dapat menyelesaikan suatu transaksi dengan baik melalui *mobile payment* akan meningkatkan penggunaan *mobile payment* itu sendiri. Sedangkan secara simultan, pengaruh mobilitas, kompatibilitas, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile payment* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran pada Gambar 1, maka dapat dinyatakan hipotesis penelitian ini secara simultan adalah sebagai berikut:

H₄: Mobilitas, kompatibilitas, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile payment*

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh pengguna internet yang menjadi anggota *mobile payment* PayTren dan menggunakan aplikasi tersebut untuk transaksi pembayaran di Kota Banda Aceh dan diambil sampel sebanyak 100 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang didapat melalui penyebaran kuesioner menggunakan form *google document*. Form *google document* disebar

secara *online* kepada masyarakat Kota Banda Aceh yang menggunakan aplikasi *mobile payment* PayTren. Pengumpulan data primer didapat dari jawaban para responden terhadap pernyataan yang dimuat dalam kuesioner.

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh tiap variabel independen secara parsial dan simultan terhadap variabel dependen. untuk melihat signifikansi antar variabel dependen dan independen, serta untuk melihat arah hubungan antar variabel. Sebelum dilakukan analisis regresi, uji asumsi klasik telah dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh data telah terdistribusi normal, tidak memiliki masalah multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

Operasional Variabel

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat atau intensi, yaitu keinginan untuk melakukan suatu perilaku, yang merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian kepada obyek tersebut

Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah (1) Mobilitas, yaitu faktor yang digunakan untuk mengukur tingkat manfaat yang dirasakan oleh seseorang yang diterima dalam konteks waktu, ruang, dan akses layanan. Teknologi seluler telah menyediakan peralatan, infrastruktur, dan protokol yang dapat membantu pengguna untuk berkomunikasi dan bertukar data di mana saja dan kapan saja tanpa perantara (Liu & Tai, 2016). (2) Kompatibilitas dianggap sebagai karakteristik inovasi yang penting dalam sebuah penerimaan konsumen terhadap inovasi baru. Pengguna yang menikmati koneksi dengan *smartphone* mereka akan merasa logis untuk mengusulkan agar mereka melakukan transaksi mikro dengann mudah melalui perangkat ini. (3) Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk menggunakan layanan baru dengan rasa kenyamanan, keamanan, dan penerimaan risiko (Kim et al., 2010).

Tabel 1
Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala	Referensi
1	Minat Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Payment</i> (Y)	1. Keinginan menggunakan 2. Selalu mencoba menggunakan 3. Berlanjut di masa yang akan datang	Interval	Kharismayanti (2012) dalam Winayu (2013)
2	Mobilitas (X ₁)	1. Independensi waktu 2. Independensi tempat	Interval	Kim et al., (2010)
3	Kompatibilitas (X ₂)	1. Kompatibel dengan nilai 2. Kompatibel dengan pengalaman 3. Kompatibel dengan pola perilaku	Interval	Moore dan Benbasat (1991) dan Pouffe et al., (2001) dalam Schierz et al., (2010)
4	Kepercayaan (X ₃)	1. Sistem keamanan 2. Sistem kerahasiaan	Interval	Shen (2003) dalam Sari (2013)

Adapun metode analisis dalam penelitian ini menggunakan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana Y adalah minat penggunaan *mobile payment*; X₁ adalah varian mobilitas, sedangkan X₂ adalah varian kompatibilitas, dan X₃ adalah varian kepercayaan. Selain itu, a merupakan konstanta, sedangkan b₁, b₂, b₃ adalah koefisien regresi, dan e merupakan *error term*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini merupakan data primer dengan menggunakan kuisioner sebagai sarana pengambilan data. Kuesioner disebarikan secara online kepada para pengguna aplikasi *mobile payment* PayTren dengan total responden sebanyak 119 responden. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik yang berbeda. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada para responden, dapat dijelaskan bahwa 52% adalah responden pria dan responden wanita sebesar 48%. Selanjutnya untuk karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan terbanyak adalah mahasiswa/pelajar sebesar 46,8%. Hal ini dikarenakan pengguna yang berada pada usia mahasiswa atau pelajar cenderung lebih cepat dalam penggunaan teknologi dibandingkan dengan usia lainnya sehingga responden pada penelitian ini didominasi oleh mahasiswa atau pelajar.

Penelitian yang akan dilaksanakan sebelumnya terlebih dahulu dilakukan uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya, dilakukan analisis data menggunakan

uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolonearitas, dan uji heteroskedastisitas. Kemudian, dilakukan uji hipotesis yaitu uji t dan juga analisis regresi berganda dengan melihat nilai signifikan pada 0,05 (5%).

Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Hasil output SPSS (*coefficients* dan pengujian hipotesis) dari penelitian ini dapat diperlihatkan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.049	2.811		4,998	0,000
Mobilitas	0,390	0,174	0,172	2,235	0,027
Kompatibilitas	0,350	0,175	0,192	2,006	0,047
Kepercayaan	0,502	0,122	0,402	4,112	0,000

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 ^a	.383	.367	3.56772

a. Predictors: (Constant), Mobilitas, Kompatibilitas, Kepercayaan

Berdasarkan Tabel 2, maka persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*) dapat diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 14,049 + 0,390X_1 + 0,350X_2 + 0,502X_3 + e$$

Dari persamaan regresi dapat diketahui hasil penelitian dari masing-masing koefisien yaitu untuk konstanta ($a=14,049$), artinya jika faktor-faktor mobilitas (X_1), kompatibilitas (X_2), dan kepercayaan (X_3) dianggap konstan, maka besarnya minat penggunaan aplikasi *mobile payment* di Banda Aceh adalah sebesar 14,049. Sedangkan koefisien regresi mobilitas (X_1) sebesar 0,390. Artinya setiap ada peningkatan sebesar satu tingkat mobilitas pengguna PayTren, maka secara relatif akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 39%. Dengan demikian semakin besar mobilitas yang dirasakan maka secara relatif akan

meningkatkan minat penggunaan aplikasi *mobile payment* di Banda Aceh. Selain itu, koefisien regresi kompatibilitas (X_2) sebesar 0,350. Artinya setiap ada peningkatan sebesar satu tingkat kompatibilitas pengguna PayTren, maka secara relatif akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 35%. Dengan demikian semakin besar kompatibilitas yang dirasakan maka secara relatif akan meningkatkan minat penggunaan aplikasi *mobile payment* di Banda Aceh. Sedangkan koefisien regresi kepercayaan (X_3) sebesar 0,502. Artinya setiap ada peningkatan sebesar satu tingkat kepercayaan pengguna PayTren, maka secara relatif akan meningkatkan minat penggunaan sebesar 50,2%. Dengan demikian semakin besar kepercayaan yang dirasakan maka secara relatif akan meningkatkan minat penggunaan aplikasi *mobile payment* di Banda Aceh.

Kemudian dari hasil *output* SPSS juga dapat diketahui keeratan hubungan antara variabel independen (mobilitas, kompatibilitas, dan kepercayaan) dan variabel dependen (minat penggunaan). Koefisien korelasi (R) sebesar 0,619 menunjukkan bahwa derajat hubungan (korelasi) antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 61,9%. Artinya minat penggunaan aplikasi *mobile payment* di Banda Aceh memiliki hubungan yang cukup erat dengan mobilitas (X_1), kompatibilitas (X_2), dan kepercayaan (X_3). Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,383, yang artinya bahwa sebesar 38,3% perubahan minat penggunaan dipengaruhi oleh variabel mobilitas (X_1), kompatibilitas (X_2), dan kepercayaan (X_3), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian. Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan sebelumnya dapat diketahui bahwa mobilitas (X_1), kompatibilitas (X_2), dan kepercayaan (X_3) mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile payment* di Banda Aceh dengan koefisien masing-masing variabel sebesar 0,390, 0,350, dan 0,502.

Pengujian Hipotesis

Dari hasil pengujian untuk mobilitas (X_1), kompatibilitas (X_2), dan kepercayaan (X_3) menunjukkan nilai F -hitung sebesar 23,813. Sedangkan nilai F -tabel sebesar 2,8. Hal ini menunjukkan bahwa F -hitung lebih besar daripada F -tabel sehingga secara simultan variabel mobilitas (X_1), kompatibilitas (X_2), dan kepercayaan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan (Y) aplikasi *mobile payment* PayTren di Banda Aceh.

Pengaruh Mobilitas terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan nilai t-hitung mobilitas adalah sebesar 2,235, sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,98. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka H_{a1} dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan dari tabel diatas, bahwa mobilitas mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat, yakni mobilitas berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile payment*.

Hasil penelitian ini konsisten atau sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya, seperti penelitian yang dilakukan Schierz et al., (2010) dan Kurniawati (2017). Dalam penelitian Schierz et al.,(2010) dan Kurniawati (2017) menyatakan bahwa mobilitas yang dirasakan oleh pengguna aplikasi *mobile payment* akan memengaruhi minat pengguna dalam melakukan transaksi melalui *mobile payment*. Mobilitas yang dirasakan berupa keyakinan bahwa penggunaan *mobile payment* tidak bergantung pada waktu, tidak bergantung pada tempat, dan dapat menggunakan *mobile payment* kapan saja saat bepergian. Jika mobilitas yang besar dirasakan oleh pengguna, hal tersebut dapat mendorong para pengguna untuk melakukan transaksi melalui *mobile payment* pada aplikasi PayTren.

Pengaruh Kompatibilitas terhadap Minat Penggunaan

Nilai t-hitung kompatibilitas adalah sebesar 2,006, sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,98. Disebabkan nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel ($2,006 > 1,98$) dengan tingkat signifikan 5% maka H_{a2} dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kompatibilitas mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan Paytren sebagai aplikasi *mobile payment*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Schierz et al., (2010) dan Shatskikh (2013).

Hasil dari penelitian yang dilakukan Schierz et al., (2010) dan Shatskikh (2013) menyatakan bahwa minat penggunaan dipengaruhi oleh kompatibilitas. Kompatibilitas yang dirasakan oleh para pelanggan dapat berupa seberapa kompatibel aplikasi tersebut dengan nilai, pengalaman dan, pola perilaku yang sudah terbiasa pada pengguna. Jika kompatibilitas terpenuhi, hal ini akan meningkatkan minat pengguna untuk melakukan transaksi melalui *mobile payment* pada aplikasi PayTren.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan

Nilai t-hitung kepercayaan adalah sebesar 4,112, sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,98. Disebabkan nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel ($4,112 > 1,98$) dengan tingkat signifikan 5% maka H_{a3} dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat, yakni kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile payment*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Liu & Tai (2016) dan Adzhani (2017). Dalam penelitian yang dilakukan Liu & Tai (2016) dan Adzhani (2017), menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile payment*. Kepercayaan yang dirasakan dapat berupa terpenuhinya pengendalian yang baik terhadap data pribadi pengguna, adanya bukti transaksi, dan kerahasiaan data pribadi sehingga tidak disalahgunakan oleh penyedia layanan. Kepercayaan dapat memengaruhi seseorang untuk melakukan transaksi pada aplikasi *mobile payment* yang ditunjukkan dengan semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dirasakan semakin tinggi pula minat para pengguna untuk melakukan transaksi melalui *mobile payment* pada aplikasi PayTren.

Selain itu, penelitian ini mempunyai beberapa kelemahan yang membatasi kesempurnaannya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya (1) penelitian ini membatasi objeknya hanya pada pengguna aplikasi PayTren, tidak diteliti pada semua jenis aplikasi *mobile payment*. Oleh karena itu, hasilnya tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh jenis aplikasi *mobile payment*. (2) penelitian ini menggunakan kuesioner dalam memperoleh data, tidak menutup kemungkinan bahwa persepsi responden berbeda dengan keadaan yang sesungguhnya.

Berdasarkan keterbatasan penelitian, peneliti menyarankan yaitu sebagai berikut: (1) agar penelitian dapat dikatakan lebih representatif, maka diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbesar jumlah responden agar memiliki cakupan yang lebih luas. (2) Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam memperoleh data, jika memungkinkan penelitian selanjutnya dapat melakukan wawancara langsung dengan para pengguna aplikasi *mobile payment*. (3) Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat menambahkan objek penelitian tidak hanya pada aplikasi PayTren, tetapi pada aplikasi *mobile payment* lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mobilitas, kompatibilitas, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile payment* pada aplikasi PayTren di Banda Aceh.
2. Mobilitas berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile payment* pada aplikasi PayTren di Banda Aceh. Hal ini berarti mobilitas yang dirasakan dari transaksi di PayTren sudah cukup baik sehingga mampu memengaruhi minat penggunaan bagi para pengguna.
3. Kompatibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile payment* pada aplikasi PayTren di Banda Aceh. Hal ini berarti kompatibilitas yang dirasakan dari transaksi di PayTren sudah cukup baik sehingga mampu memengaruhi minat penggunaan bagi para pengguna.
4. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile payment* pada aplikasi PayTren di Banda Aceh. Hal ini berarti kepercayaan yang dirasakan dari transaksi di PayTren sudah cukup baik sehingga mampu memengaruhi minat penggunaan bagi para pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. S. (2014). Dampak E-Money. *Igarss*, 1: 1–5.
- Adzhani, A. A. (2017). *Analisis Pengaruh Kompatibilitas, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Jatim Di Surabaya*. Skripsi-Abstrak. Surabaya: Program Pendidikan Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Alter, S. (2008). Defining information systems as work systems: Implications for the IS field. *European Journal of Information Systems*, 17: 448–469.
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. Semarang: Program Sarjana Universitas Diponegoro.

- Arieza, Ulfa. (2017). Buka Perdagangan di BEI, Yusuf Mansur Bentuk Manajer Investasi Syariah Pertama di Indonesia. (Online). (<https://economy.okezone.com/read/2017/12/04/278/1824668/buka-perdagangan-di-bei-yusuf-mansur-bentuk-manajer-investasi-syariah-pertama-di-indonesia>). Diakses tanggal 1 Februari 2018.
- Au, Y. A., & Kauffman, R. J. (2008). The economics of mobile payments: Understanding stakeholder issues for an emerging financial technology application. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(2): 141–164.
- Bank Indonesia. (2014). Mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai. (Online). (https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_165814.aspx) Diakses tanggal 1 Maret 2018.
- Batista, M., & Pratiwi, R. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Nasabah Bank BCA Di Kota Palembang)*. STIE Multi Data Palembang.
- Bohang, FK. (2018). Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?". (Online). (<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>). Diakses tanggal 20 April 2018.
- Carton, F., Hedman, J., Dennehy, D., Damsgaard, J., Tan, K.-T., & McCarthy, J. B. (2012). Framework for Mobile Payments Integration. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 15(1): 14–25.
- Contini, D., Crowe, M., & Merritt, C. (2011). Mobile Payments in the United States: Mapping Out the Road Ahead. *Federal Reserve Bank of Boston*.
- Ekasari, NI. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking Di Provinsi DIY. Skripsi-Abstrak. Yogyakarta: Program Studi Ekonomika Terapan.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Gujarati, D.N. and Dawn C. Porter. (2012). *Basic Econometrics Fifth Edition*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hair, Jr., J.F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3): 310–322.

- Kurniawati, S. (2017). Analisis Pengaruh Perceived Compatibility, Individual Mobility, Dan Driver's Factor Dari Attitude Towards Use, Serta Implikasinya Pada Intention To Use: Telaah Pada Calon Pengguna Aplikasi Onesmile Di BSD City. *Ultima Management*, 9(1): 55–67.
- Kusmayadi, Tatang. (2007). “Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan”. STIE STAN Indonesia Mandiri.
- Laucereno, Sylke Febrina. (2017). Belum Ada Izin, Layanan Uang Elektronik Toko Online Dihentikan Sementara. (Online). (<https://finance.detik.com/moneter/d-3654162/belum-ada-izin-layanan-uang-elektronik-toko-online-dihentikan-sementara>). Diakses tanggal 1 Februari 2018.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Management information systems: managing the digital firm*. 12th edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3): 130–141.
- Liu, G., & Tai, P. T. (2016). A Study of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam. *Economics World*, 4(6): 249–273.
- Mallat, N. (2007). Exploring consumer adoption of mobile payments - A qualitative study. *Journal of Strategic Information Systems*, 16(4): 413–432.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*, 2(3): 192–222.
- Mubarak, Dinul. (2014). Bertransaksi Non-Tunai, Ini Keuntungannya. (Online). (<https://bisnis.tempo.co/read/599775/bertransaksi-non-tunai-ini-keuntungannya>). Diakses tanggal 11 Februari 2018.
- Ozturk, A. B., Bilgihan, A., Nusair, K., & Okumus, F. (2016). What keeps the mobile hotel booking users loyal? Investigating the roles of self-efficacy, compatibility, perceived ease of use, and perceived convenience. *International Journal of Information Management*, 36(6): 1350–1359.
- Rahim, H. (2017). Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi. *EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 6(2): 274–285.
- Rahmayani, Indah. Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia. (Online). (https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media). Diakses tanggal 20 April 2018.
- Romney, Marshall B., & Steinbart, Paul John. (2006). *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi 9. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

- Sari, R. Y. (2016). *Adopsi Penerimaan Teknologi Dan Pengaruh Faktor Mobilitas, Risiko Persepsian Dan Kepercayaan Terhadap Whatsapp Messenger Sebagai Mobile Commerce*. Tesis-Abstrak. Yogyakarta: Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Sari, Reipita. (2013). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3): 209-216.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Method for Business, Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4. Buku 1 dan 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2013). *Research Method For Business Sixth Edition*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Busniess* (7th ed.). United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Shatskikh, A. (2013). Consumer acceptance of Mobile Payments in Restaurants. *University of South Florida Scholar Commons Graduate*.
- Shomad, A. C. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2): 1–20.
- Siri, M., Fitriyani, & Herliana, A. (2017). Analisis Sikap Pengguna Paytren Menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Informatika*, 4(1), 66–75.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfa Beta.
- Suwarno, Wiji. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Tim Inisiatif BI 2006. (2006). Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money, 48.
- Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2012). Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking*. *Universitas Brawijaya*, 1–21.
- Tornatzky, L. G., & Klein, K. J. (1982). Innovation characteristics and innovation adoption-implementation: A meta-analysis of findings. *IEEE Transactions on Engineering Management*, EM-29(1): 28–45.

- Tristiyanti, N. D. (2017). Pengaruh Keunggulan Relatif, Kompatibilitas, Persepsi Kegunaan, Kemampuan untuk Dilihat, dan Persepsi Resiko terhadap Adopsi Mobile Banking bagi Nasabah BCA di Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Program Studi Sarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Untoro, Trenggana, R. A., & Dewi, K. (2013). Pemetaan Produk dan Risiko Pembayaran Bergerak (*Mobile Payment*) dalam Sistem Pembayaran di Indonesia. *Bank Indonesia*, 2.
- Van der Heijden, H. (2003). Factors influencing the usage of websites: the case of a generic portal in The Netherlands. *Information & Management*, 40: 541–549.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 27(3), 425–478.
- Widiyanto, Ibnu. (2008). *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.
- Wijaya, Tony. (2009). *Analisis data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Winayu, N. Y. (2013). Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Ease of Use* Dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan *E-Commerce* Forum Jual Beli. *Skripsi*. Yogyakarta: Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yuan, W., Guan, D., Lee, Y. K., Lee, S., & Hur, S. J. (2010). Improved Trust-aware Recommender System Using Small-Worldness of Trust Networks. *Knowledge-Based Systems*, 23(3): 232–238.
- Yusuf, M., & Kurniawan, M. (2012). Pengaruh Sistem Pembayaran Listrik Online (Payment Point Online Bank) Terhadap Pengendalian Internal Kas Pada PT. PLN (Persero) DJBB. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 6(1), 51–63.
- Zhou, T. (2014). An Empirical Examination of Initial Trust in Mobile Payment. *Wireless Personal Communications*, 77(2): 1519–1531.
- Zulfikar, SP. & I. Nyoman, Budiantara. (2014). *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish (CV Budi Utama).