

INTEGRASI *UTAUT* DAN *SCT* DALAM PENGGUNAAN *MOBILE PAYMENT* PADA JASA TRANSPORTASI PUBLIK

Nindyo Cahyo Kresnanto¹, Wika Harisa Putri², Hening Tiyas³

email: nindyo_ck@janabadra.ac.id¹, wikaharisa@janabadra.ac.id², heningtiyas.tiyas@gmail.³

Magister Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Janabadra (UJB), Yogyakarta, Indonesia
Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Janabadra (UJB), Yogyakarta, Indonesia

ABSTRACT

The digital payment era has brought significant changes to behavioural intention to mobile payment, especially in transportation services. Even the background that motivates mobile payments has also evolved from utilization, performance, and increased social motivation. This study tries to look at the factors that influence interest in using mobile payment, especially in transportation services, with the background conditions, based on the UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) theory and the SCT (Social Cognitive Theory). This study found that effort expectancy, social influence, and individual IT capabilities influence mobile payment's behavioural intention directly. However, performance expectancy and facilitating conditions did not affect the behavioural intention of mobile payment. Furthermore, the second stage analysis's critical finding found that individual IT performance has become a moderating variable in all interaction between independent and dependent variables. So it can be concluded that mobile payment's behavioural intention in public transportation services strongly influenced by individual IT capabilities.

Keywords: *UTAUT; SCT; mobile payment; transportation services.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital termasuk *mobile payment* tak terlepas dari dimulainya era internet (Lu & Yang, 2014). Penggunaan teknologi internet sendiri telah berkembang pesat dan telah memasuki hampir seluruh aspek kehidupan manusia salah satunya dalam bidang bisnis (de Luna et al., 2019). Melalui internet sebuah bisnis dapat disampaikan dan dipromosikan kepada konsumen sehingga menjadi lebih efektif untuk menjual suatu produk dan layanan (Djuhari & Dewi, 2021). *Mobile payment* dipandang lebih aman karena pengguna tidak perlu memberikan informasi yang terlalu detail ke pihak ketiga (Lwoga & Lwoga, 2017). Selain itu hampir semua aplikasi pembayaran secara *mobile* memerlukan sidik jari, PIN, atau *password* saat

melakukan transaksi (Kang, 2018), sehingga kualitas keamanannya relatif dapat diandalkan. Pada tahun 2018, transaksi *e-wallet* di Indonesia mencapai angka USD 1.5 miliar dan diprediksikan akan meningkat menjadi USD 25 miliar pada tahun 2023 (Bank Indonesia, 2018). Hal ini menjadi bukti bahwa tingkat penerimaan penggunaan *mobile payment* semakin luas khususnya di kalangan masyarakat Indonesia.

Hal ini selaras dengan kondisi empiris dimana pertumbuhan jumlah rekening bank, penggunaan layanan elektronik perbankan dan pertumbuhan jumlah *smartphones* dari periode 2012-2017 mengalami kecenderungan seperti terlihat dalam Gambar 1, yang menunjukkan bahwa penetrasi *smartphones* melesat jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan penggunaan

layanan elektronik perbankan (MDI Ventures, 2019), sehingga dimungkinkan layanan berbasis *smartphones* di masa yang akan datang justru akan meninggalkan layanan elektronik perbankan, dan digantikan dengan pemain-pemain baru pada industri *fintech*.

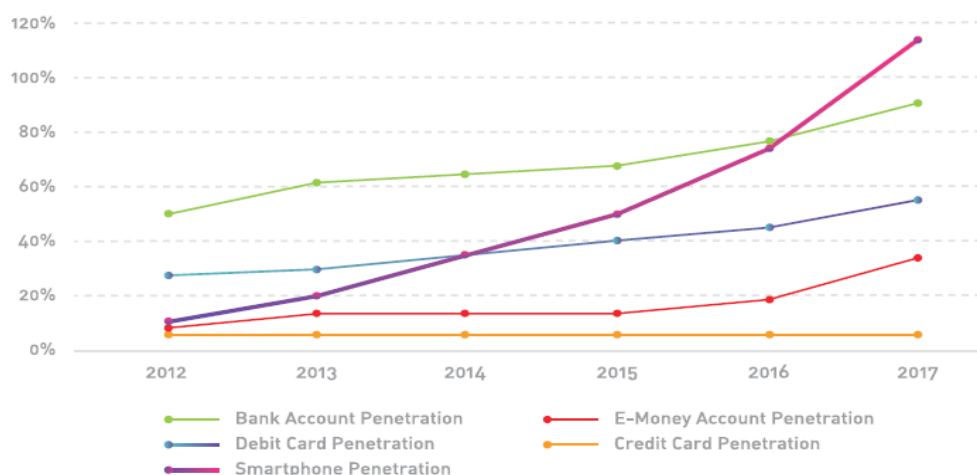
Layanan *mobile payment* yang semakin didukung oleh hadirnya kegiatan bisnis berbasis elektronik atau biasa dikenal dengan istilah *e-commerce (electronic commerce)*, telah menyerderhanakan proses bisnis yang terjadi sehingga memberi benefit bagi penjual maupun pembeli (J. Park et al., 2019);(Nguyen & Khoa, 2019). Kemajuan *e-commerce* sangat mendorong tingkat keberterimaan pengguna atas layanan *mobile payment*, hal ini juga telah banyak digambarkan dalam hasil riset-riset sebelumnya yang meneliti tentang bagaimana penerimaan teknologi dilihat dari berbagai teori seperti TAM (Davis, 1989), UTAUT (Venkatesh, Morris, Davis, et al., 2003), TTF (Goodhue & Thompson, 1995) dan penelitian-penelitian baru yang lahir dari pengembangan teori tersebut khususnya terhadap layanan *mobile payment* (Lu & Yang, 2014);(Lwoga & Lwoga, 2017);(Gupta & Arora, 2019);(Shaw & Sergueeva, 2019).

Penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan pengujian tentang keberterimaan teknologi khususnya penggunaan *mobile payment* pada bisnis transportasi. Salah satu jenis usaha layanan *e-commerce* di bisnis transportasi adalah *online travel agent* yang menyediakan layanan

penjualan tiket transportasi publik. Kemajuan zaman membuat orang ingin bisa memenuhi persiapan perjalanannya dengan lebih cepat dan mudah. Jika dulu orang selalu mengandalkan agen travel dan agen tiket yang ada di bandara atau pusat bisnis, saat ini orang mulai beralih memanfaatkan *online travel agency (OTA)*. Peneliti melakukan pencermatan terhadap jasa layanan tiket online pada transportasi darat (kereta, bus) dan udara (pesawat) yang seluruh pembayaran atas transaksinya dilakukan secara *mobile*. Adapun beberapa contoh travel agen di Indonesia yang menyediakan pembayaran *mobile* adalah PT. Kereta Api Indonesia, Traveloka, Tiket, Nusatrip, PegiPegi, dll.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa untuk meningkatkan jumlah konsumen diperlukan pemahaman tentang perilaku dan persepsi konsumen terhadap layanan *mobile payment* yang dikembangkan. Pemahaman terhadap konsumen akan turut serta menentukan pencapaian kinerja yang maksimal dari perusahaan dalam melakukan pengembangan terhadap produk yang diberikan kepada konsumen (Jocevski et al., 2020). Untuk memenuhi kebutuhan diatas, maka peneliti memilih pendekatan dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT)* untuk mendapatkan gambaran empiris tentang penggunaan *mobile payment* di jasa layanan *online travel agency (OTA)* dengan menggantikan variabel pemoderasi pada model asal UTAUT yang berupa gender,

FIGURE 5 | Smartphone Subscription Penetration Versus Electronic Banking Platforms Penetration



Gambar 1. Perbandingan penetrasi smartphone dan layanan elektronik perbankan di Indonesia

usia, pengalaman dan kerelaan menggunakan dengan variabel moderasi kemampuan IT yang diambil dari teori sosial kognitif/*social cognitive theory* (Wood & Bandura, 1989);(Bandura, 1999).

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat di mana seorang individu meyakini bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu mereka untuk meningkatkan kinerjanya (Venkatesh, Morris, Davis, et al., 2003). Dalam penelitian ini, *performance expectancy* berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa *mobile payment* mempermudah mereka dalam melakukan pembayaran pada layanan transportasi publik. Sedangkan ekspektasi usaha (*effort expectancy*) adalah tingkatan kemudahan penggunaan sistem yang dapat membantu mengurangi upaya (tenaga dan waktu individu) tersebut dalam menyelesaikan pekerjaannya. Kemudahan dalam penggunaan *mobile payment* pada layanan transportasi publik dapat menimbulkan perasaan minat dalam diri seseorang bahwa sistem tersebut memiliki kegunaan dan menimbulkan rasa nyaman saat penggunaannya.

Variabel ketiga yaitu pengaruh sosial (*social influence*), merupakan sejauh mana individu mempersepsikan kepentingan yang dipercaya oleh orang-orang lain yang akan mempengaruhinya menggunakan sistem yang baru (Venkatesh, Morris, Davis, et al., 2003). Dalam penelitian ini, apabila semakin banyak pengaruh yang diberikan lingkungan terhadap calon pengguna *mobile payment* pada layanan transportasi publik untuk menggunakan teknologi tersebut, maka akan semakin besar minat yang timbul dalam diri individu tersebut untuk menggunakan *mobile payment*. Selanjutnya, kondisi-kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa infrastruktur organisasional dan teknikal tersedia untuk mendukung sistem. Dalam penelitian ini, yang dimaksud kondisi pemfasilitasi adalah tersedianya sarana dan prasarana teknis seperti PC, laptop, *smartphone*, jaringan internet, dan teknologi yang membantu pengguna untuk dapat mengakses pembayaran secara *mobile* pada layanan transportasi publik.

Minat dalam menggunakan sistem (*behavioral intention to use the system*) merupakan keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi dengan tujuan-tujuan yang diinginkannya (Venkatesh, Morris, Davis, et al., 2003). Dalam penelitian ini, minat perilaku dapat dilihat dari tingkat intensi atas sistem pembayaran *mobile* yang tersedia pada layanan transportasi publik, yang melahirkan tindakan seperti keinginan menambah peralatan pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya.

Yang terakhir adalah variabel kemampuan IT yang dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel pemoderasi. Kemampuan teknologi informasi (*IT capability*) didefinisikan sebagai suatu kemampuan perusahaan untuk memobilisasi dan menyebarkan sumber daya yang berdasarkan teknologi informasi dalam kombinasi atau penggabungan dengan sumber daya dan kemampuan-kemampuan lain (Bharadwaj, 2000). Lebih lanjut, hasil penelitian tersebut menemukan bahwa keberhasilan interaksi antara individu dengan komputer menyebabkan individu mengembangkan keahliannya lebih tinggi.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian ini, dengan harapan mampu memberikan gambaran tentang bagaimana minat penggunaan *mobile payment* pada konsumen dilihat dari variabel ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitasi dan melihat lebih jelas apakah variabel kemampuan IT menjadi faktor pemoderasi yang memperkuat atau memperlemah variabel tersebut dalam mempengaruhi minat penggunaan *mobile payment* khususnya pada layanan transportasi publik.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. *Mobile Payment*

Mobile payment merupakan suatu pembayaran atas pembelian barang, jasa dan tagihan lainnya dengan menggunakan perangkat seluler seperti *handphone, smartphone, Personal Digital Assistant (PDA)* dengan memanfaatkan penggunaan teknologi komunikasi nirkabel. Perangkat seluler dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi pembayaran, seperti pembayaran untuk konten *digital* (misal: nada dering, berita, musik, *game*), tiket, biaya parkir, dan tarif transportasi atau untuk mengakses layanan elektronik lainnya (Dahlberg et al., 2015). Satu hal yang menarik dari penggunaan *mobile payment* adalah ketersediaannya yang luas, yang membuat pelaku bisnis tertarik untuk menggunakan, khususnya jika sasaran populasinya adalah kelompok yang tidak terlayani oleh jasa perbankan (Contini et al., 2011). *Mobile payment* juga dipercaya sangat berpotensi dalam mendorong pembangunan sosial ekonomi dan menciptakan inklusi finansial (Pal et al., 2020).

Dalam konteks penggunaan *mobile payment* pada layanan transportasi publik, penelitian terdahulu yang dilakukan menemukan bahwa tiga hal penting yang paling berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile payment* adalah persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan transaksi (Di Pietro et al., 2015). Temuan ini diperkuat dengan riset berikutnya yang menemukan bahwa pemilihan penggunaan *mobile payment* pada pengguna angkutan publik didasarkan pada alasan bahwa mereka mudah mengakses layanan tersebut kapan saja dan dimana saja berikut tarif yang dikenakan (Ferreira et al., 2017). Riset terbaru pada jasa transportasi publik memperkuat temuan bahwa kepuasan, ekspektasi usaha, kualitas layanan dan persepsi risiko merupakan faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan *mobile payment* (Liébana-Cabanillas et al., 2019).

2. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

Salah satu teori yang sering digunakan terkait dengan perilaku penerimaan dan penggunaan

teknologi adalah UTAUT (Venkatesh, Morris, Davis, et al., 2003). Teori ini dikembangkan dari penelitian terdahulu yang cukup panjang, antara lain *Technology Acceptance Model/TAM* (Davis, 1989), *The Innovation Diffusion Theory (IDT)* (Rogers, 1983), *The Theory of Reasoned Action/TRA* (Fishbein & Ajzen, 1975), *The Theory of Planned Behavior/TPB* (Ajzen, 1991), *The Motivational Model/MM* (Davis et al., 1992), *A Model of Combining TAM and TPB/c-TAM-TPB* (Taylor & Todd, 1995), *The Model of PC Utilization/MPCU* (Thompson et al., 1991), *The Social Cognitive Theory/SCT* (Wood & Bandura, 1989); (Compeau & Higgins, 1995).

Penelitian ini juga mengambil sudut pandang dari UTAUT dengan melibatkan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitasi sebagai variabel independen, minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* sebagai variabel dependen, dan dikombinasikan dengan variabel kemampuan IT yang diambil dari teori sosial kognitif sebagai variabel pemoderasi.

3. Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja adalah derajat kepercayaan individu atas penggunaan sistem yang akan membantu mereka untuk mencapai tingkat kinerja tertentu dalam pekerjaannya (Venkatesh, Morris, Davis, et al., 2003). Adapun komponen yang mendukung variabel ini adalah persepsi kemanfaatan, motivasi ekstrinsik, kesesuaian kerja, keuntungan relatif dan ekspektasi terhadap hasil.

Dalam konteks penggunaan *mobile payment*, studi di Korea menemukan bahwa ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan *mobile payment* (Lee et al., 2019). Hasil itu diperkuat dengan temuan studi di India yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kebiasaan dan kondisi pemfasilitasi berpengaruh terhadap penggunaan *mobile payment* (Gupta & Arora, 2019). Hasil studi literatur pada publikasi tahun yang sama juga menemukan bahwa terdapat 7 faktor kunci terkait dengan teknologi yang mempengaruhi penggunaan *mobile payment*, yaitu keamanan, ekspektasi kinerja, kondisi pemfasilitasi, daya

serap, ketersediaan, konsistensi dan keterikatan produk (Karsen et al., 2019).

4. Ekspektasi Usaha

Ekspektasi usaha merupakan derajat kemudahan yang berhubungan dengan penggunaan sistem, dengan komponen pendukungnya berupa persepsi kemudahan, kompleksitas, dan kemudahan penggunaan (Venkatesh, Morris, Davis, et al., 2003). Dalam hal ini yang dimaksud dengan kemudahan penggunaan adalah terbebas dari usaha apapun (Davis, 1989), sementara kompleksitas terkait dengan tingkat kesulitan yang mungkin akan dihadapi oleh individu ketika menggunakan (Thompson et al., 1991).

Secara umum, hasil temuan penelitian terdahulu tentang penggunaan *mobile payment* di India menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* (Gupta & Arora, 2019). Sedangkan secara lebih spesifik, penelitian terkini tentang penggunaan *mobile payment* khususnya pada jasa transportasi publik menunjukkan bahwa kepuasan, ekspektasi usaha, kualitas layanan dan persepsi resiko merupakan faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan teknologi tersebut (Liébana-Cabanillas et al., 2019).

5. Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial merupakan derajat persepsi individu tentang dukungan dari orang-orang kepercayaannya untuk menggunakan sistem atau teknologi baru (Venkatesh, Morris, Davis, et al., 2003). Adapun komponen utama yang berkontribusi terhadap pengaruh sosial adalah norma subyektif (Fishbein & Ajzen, 1975), faktor sosial, dan kesan publik/*image*. Secara khusus, kesan bahwa menggunakan inovasi teknologi terbaru akan meningkatkan derajat sosial seseorang.

Dalam konteks penggunaan *mobile payment*, temuan studi di Korea menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile payment* (Lee et al., 2019), meskipun hal tersebut berbeda dengan yang ditemukan di India. Secara khusus, terkait penggunaan *mobile payment* pada jasa

transportasi publik, penelitian terbaru yang juga meneliti dengan melibatkan variabel pengaruh sosial, menemukan bahwa pengaruh sosial tidak berkontribusi terhadap penggunaan *mobile payment* di jasa transportasi publik. Mereka hanya mempertimbangkan faktor kepuasan, ekspektasi usaha, kualitas layanan dan persepsi resiko (Liébana-Cabanillas et al., 2019).

6. Kondisi Pemfasilitasi

Kondisi pemfasilitasi adalah faktor pendukung yang memiliki pengaruh langsung terhadap penggunaan sebuah sistem atau teknologi. Kondisi pemfasilitasi juga bisa diartikan sebagai derajat kepercayaan individu bahwa kondisi yang ada di sekitarnya memberikan dukungan teknis maupun kelembagaan untuk menggunakan sistem atau teknologi tersebut (Venkatesh, Morris, Davis, et al., 2003). Adapun elemen utama dari kondisi pemfasilitasi adalah persepsi kontrol perilaku, kondisi pemfasilitasi, dan kesesuaian.

Penggunaan *mobile payment* yang terintegrasi dengan ekosistem *traveling* seperti rencana perjalanan dan sosial media menjadi faktor yang berkontribusi terhadap penggunaan transportasi publik, terlebih jika difasilitasi dengan keberadaan aplikasi yang mudah digunakan dan bermanfaat (Ferreira et al., 2017). Sedangkan hasil literatur review belakangan juga memperkuat temuan penelitian sebelumnya bahwa kondisi pemfasilitasi secara umum mempengaruhi tingkat penggunaan *mobile payment* (Karsen et al., 2019).

7. Minat Menggunakan Mobile Payment

Minat menggunakan didefinisikan sebagai derajat kekuatan minat individu untuk mewujudkan perilaku tertentu (Davis, 1989). Dalam hal ini, minat menggunakan *mobile payment* merupakan faktor yang memiliki pengaruh langsung terhadap realisasi/tindakan penggunaan *mobile payment*. Individu yang mengklaim dirinya memiliki minat untuk menggunakan, akan dilihat tingkat kekuatan minatnya dengan wujud realisasi tindakannya. Dalam penelitian ini, tingginya minat penggunaan *mobile payment* pada layanan transportasi publik akan menentukan seberapa tinggi terhadap penggunaan teknologi tersebut.

8. Kemampuan Teknologi Informasi

Pada era 1980, kemampuan teknologi informasi ditemukan sebagai salah satu faktor dominan yang menjadi pembeda kualitas antara layanan perbankan satu dengan yang lain (Bharadwaj, 2000). Bahkan, dalam penelitian tersebut juga diteliti lebih lanjut bagaimana kemampuan teknologi informasi dari sumberdaya manusia yang ada di perusahaan yang didukung dengan fasilitas yang memadai mampu menjadi pendorong meningkatnya kinerja organisasi. Bahkan, sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan teknologi informasi yang unggul akan berkontribusi dalam mewujudkan tujuan strategis perusahaan. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan kemampuan teknologi informasi adalah kemampuan sumberdaya manusia yang diukur dengan tingkat ketrampilan dan kompetensi teknis dan manajerial dalam menggunakan teknologi informasi sesuai dengan tujuan yang dimilikinya (Bharadwaj, 2000). Didasarkan pada teori kognitif sosial (Wood & Bandura, 1989), keahlian dapat didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang yang mempunyai kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Individu yang mempunyai perasaan anxiety yang tinggi menunjukkan kurangnya kemampuan diri.

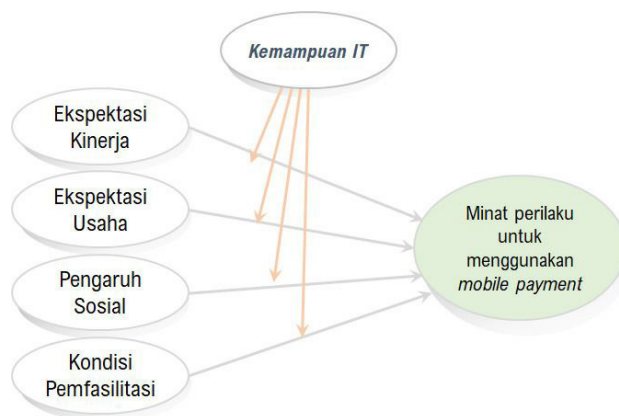
Dalam konteks penggunaan *mobile payment*, individu yang merasa bahwa penggunaan *mobile payments* sama sekali tidak menjumpai kompleksitas atau kerumitan akan memiliki kecenderungan untuk menikmati kenyamanan dan kepraktisan (J. K. Park et al., 2019), meskipun beberapa individu masih menemukan kekhawatiran terkait dengan resiko keamanan transaksi finansial (Pal et al., 2020). Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, variabel kemampuan teknologi informasi, diajukan sebagai variabel pemoderasi yang akan memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap minat dalam menggunakan *mobile payment*.

METODE PENELITIAN

1. Variabel yang diukur

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitasi sebagai

variabel independen, variabel kemampuan IT menjadi variabel moderasi dan variabel minat penggunaan *mobile payment* khususnya pada layanan transportasi publik sebagai variabel dependen. Adapun model penelitiannya adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Model Penelitian

2. Model yang digunakan

Untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian, digunakan model penelitian analisis regresi berganda/*Moderating Regression Analysis* (MRA) dengan *dummy variabel* dengan rumus sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_1 X_5 + e$$

$$Y_1 = \alpha + \beta_2 X_2 + \beta_5 X_5 + \beta_7 X_2 X_5 + e$$

$$Y_1 = \alpha + \beta_3 X_3 + \beta_5 X_5 + \beta_8 X_3 X_5 + e$$

$$Y_1 = \alpha + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_9 X_4 X_5 + e$$

Keterangan:

X1 = Ekspektasi Kinerja (EK)

X2 = Ekspektasi Usaha (EU)

X3 = Pengaruh Sosial (PS)

X4 = Kondisi Pemfasilitasi (KP)

X5 = Kemampuan Teknologi Informasi sebagai variabel pemoderasi

Y1 = Minat untuk Menggunakan *Mobile Payment*

3. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui survei dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden baik melalui perantara (*contact person*) maupun diberikan secara langsung ke individu yang bersangkutan dengan *google form*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan transportasi publik. Sedangkan sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive*

sampling dengan kriteria responden yang memiliki pengetahuan tentang *mobile payment* berikut kemungkinan penggunaannya dalam layanan transportasi publik.

Pada proses awal, telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data. Untuk menguji validitas ini digunakan *Pearson's correlation*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* dengan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 25. Adapun kuesioner yang digunakan mengadaptasi dari kuesioner penelitian UTAUT (Venkatesh, Morris, And, et al., 2003) dan untuk variabel pemoderasi kemampuan IT menggunakan variabel dummy 0 dan 1.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda dengan uji interaktif (*Moderating Regression Analysis/MRA*) dengan menggunakan *dummy variabel*. Secara umum data dianalisis dengan melakukan olah data terhadap hubungan langsung antar variabel independen dengan dependennya dan analisis selanjutnya melibatkan variabel moderasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Responden Penelitian

Responden penelitian 153 orang yang terdiri dari 60,78% laki-laki dan 39,22% perempuan. Responden di dominasi oleh usia 31-40 tahun sebesar 40,52% (lihat Tabel 1.).

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin		
Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	93	60,78%
Perempuan	60	39,22%
Total	153	100%

Usia		
Keterangan	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	12	7,84%
20 - 30 tahun	34	22,22%
31 - 40 tahun	62	40,52%
40 – 50 tahun	32	20,92
>50 tahun	13	8,5%
Total	153	100%

2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dan Uji Asumsi Klasik

2.1. Hasil Uji Validitas

Dari Tabel 2 terlihat bahwa semua butir pertanyaan dalam instrument penelitian valid, sehingga dapat dikatakan bahwa instrument penelitian memiliki derajat ketepatan yang baik untuk mengukur isi instrument tersebut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

		EK	
EK1	Pearson Correlation	.770**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
EK2	Pearson Correlation	.684**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
EK3	Pearson Correlation	.911**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
EK4	Pearson Correlation	.786**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
		EU	
EU1	Pearson Correlation	.785**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
EU2	Pearson Correlation	.761**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
EU3	Pearson Correlation	.843**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
EU4	Pearson Correlation	.769**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
		PS	
PS1	Pearson Correlation	.751**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
PS2	Pearson Correlation	.811**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
PS3	Pearson Correlation	.790**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
PS4	Pearson Correlation	.843**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
		KP	
KP1	Pearson Correlation	.735**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
KP2	Pearson Correlation	.774**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
KP3	Pearson Correlation	.790**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
		MMMP	
MMMP1	Pearson Correlation	.920**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
MMMP2	Pearson Correlation	.926**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
MMMP3	Pearson Correlation	.894**	
	Sig. (2-tailed)	.000	Valid
	N	153	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2.2. Reliabilitas

Dari Tabel 3 terlihat bahwa kelima variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel, dan menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

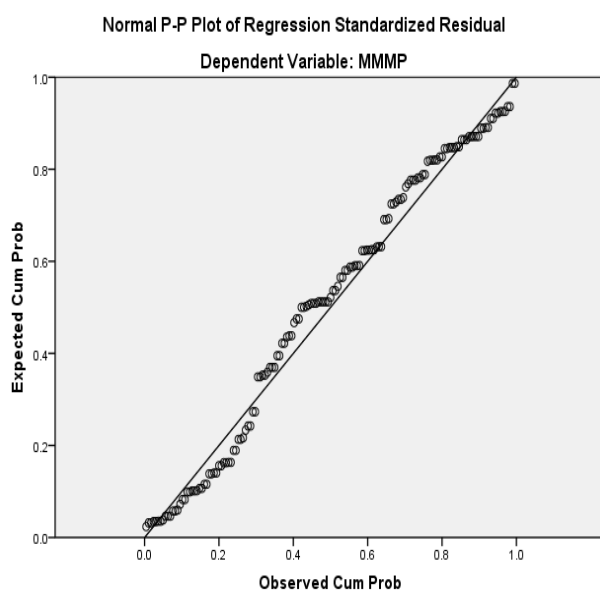
Variable	Cronbach' Alpha	N of Items	
EK	.799	4	Reliabel
EU	.794	4	Reliabel
PS	.811	4	Reliabel
KP	.637	4	Reliabel
MMP	.900	4	Reliabel

2.3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar 3 menunjukkan bahwa data terdistribusi normal, karena semua data menyebar mengikuti garis diagonal. Selain dengan melihat grafik, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov pada alpha 5%. Jika nilai signifikansi dari pengujian lebih besar dari 0,05 maka data normal.

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada data sebesar 0,256 lebih besar dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.



Gambar 3. Scatter Plot Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		153
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64031837
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.075
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		1.013
Asymp. Sig. (2-tailed)		.256

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Multikoleniaritas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikoleniaritas dalam model regresi dengan melihat nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan ada atau tidaknya multikoleniaritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$. Terlihat dalam tabel bahwa nilai VIF semua diatas 0,10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikoleniaritas dalam data penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolenieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)			
1	EK	.688	1.453
	EU	.616	1.622
	PS	.717	1.394
	KP	.646	1.548

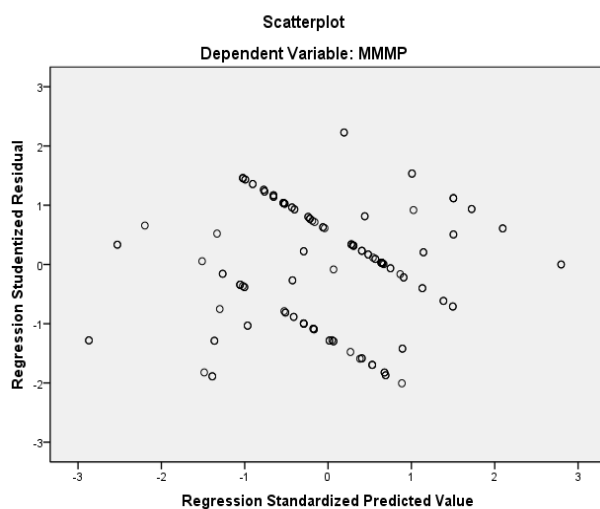
c. Uji Heteroskedastisitas (Uji *Spearman Rho*)

Dari Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kedelapan variabel independen dalam penelitian ini lebih dari 0,05. Gambar 4. menunjukkan titik-titik di *scatterplot* menyebar atau tidak berkumpul di bawah angka 0 pada sumbu Y, artinya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada data tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

Kesimpulan dari gambar 4 juga dikuatkan dengan hasil pada tabel 6 dalam uji *Spearman Rho*, dimana nilai sig. (2-tailed) variabel EK, EU, PS, dan KP $> 0,05$ yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

			EK	EU	PS	KP	Unstandardized Residual
Spearman's rho	EK	Correlation Coefficient	1.000	.638**	.256**	.358**	.011
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.001	.000	.892
	EU	Correlation Coefficient	.638**	1.000	.309**	.503**	-.015
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.853
	PS	Correlation Coefficient	.256**	.309**	1.000	.531**	-.039
		Sig. (2-tailed)	.001	.000	.	.000	.634
	KP	Correlation Coefficient	.358**	.503**	.531**	1.000	-.015
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.856
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.011	-.015	-.039	-.015	1.000
		Sig. (2-tailed)	.892	.853	.634	.856	.



Gambar 4. Scatterplot Uji Spearman Rho

d. Uji Autokorelasi

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai D yang dihasilkan adalah sebesar 1,822 dan jumlah data (n) = 153 serta $k = 4$ (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh nilai $dL = 1,682$ dan $dU = 1,790$. Karena nilai $DU < D < 4-DU = 1,790 < 1,822 < 2,110$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

3. Hasil Uji Hipotesis

3.1. Uji hipotesis dengan KIT sebagai variabel dummy

Dari Tabel 8 terlihat bahwa variabel ekspektasi kinerja dan kondisi pemfasilitasi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile payment*, sementara ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kemampuan IT berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile payment*.

Nilai beta untuk variabel yang signifikan semua positif, sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kemampuan IT, maka minat menggunakan *mobile payment* pada transportasi publik juga semakin baik.

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson					
1,822					
N	D	DL	DU	4-DL	4-DU
153	1,822	1,682	1,790	2,318	2,210

a. Predictors: (Constant), KP, EK, PS, EU

b. Dependent Variable: MMMP

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.014	1.266		.801	.424
EK	.023	.066	.025	.343	.732
EU	.429	.079	.431	5.439	.000
PS	.333	.063	.375	5.278	.000
KP	-.203	.108	-.142	-1.880	.062
KIT	1.078	.321	.218	3.359	.001

Dependent Variable: MMMP

3.2. Uji hipotesis EK terhadap MMMP dengan KIT sebagai variabel moderasi

Tabel 9 menunjukkan nilai beta -1,304 dari variabel EK_KIT (interaksi antara variabel ekspektasi kinerja dengan variabel kemampuan IT) bernilai negatif yang berarti variabel kemampuan IT memperlemah pengaruh dari ekspektasi kinerja (EK) terhadap minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* (MMMP). Dalam hal ini pengguna yang memiliki ekspektasi

kinerja yang baik atas penggunaan *mobile payment* namun tidak memiliki kemampuan IT yang cukup, maka akan berdampak memperlemah minatnya menggunakan *mobile payment*.

Sedangkan untuk memastikan kedudukan variabel moderator, dapat dilihat pada regresi model 1, dimana nilai signifikansi variabel kemampuan IT (KIT) sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan) dan pada regresi model 2 nilai signifikansi dari variabel EK_KIT (interaksi antara variabel ekspektasi kinerja dengan variabel kemampuan IT) sebesar $0,032 < 0,05$ (signifikan). Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel kemampuan IT (KIT) merupakan variabel *quasi moderator* antara ekspektasi kinerja (EK) terhadap minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* (MMMP), karena dari dua model regresi diatas kedua nya signifikan antara KIT (model 1) dan EK_KIT (model 2). Dalam hal ini, variabel kemampuan IT juga dapat berposisi sekaligus sebagai variabel independen.

Tabel 9. Uji hipotesis EK terhadap MMMP dengan KIT sebagai variabel moderasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.820	1.084		5.370	.000
EK	.243	.067	.267	3.653	.000
KIT	1.696	.362	.342	4.680	.000
2 (Constant)	1.000	2.467		.405	.686
EK	.552	.157	.607	3.520	.001
KIT	7.604	2.748	1.536	2.768	.006
EK_KIT	-.374	.173	-1.304	-2.169	.032

Dependent Variable: MMMP

3.3. Uji hipotesis EU terhadap MMMP dengan KIT sebagai variabel moderasi

Tabel 10 menunjukkan nilai beta $-0,213$ dari variabel EU_KIT (interaksi antara variabel ekspektasi usaha dengan variabel kemampuan IT) bernilai negatif yang berarti variabel kemampuan IT memperlemah pengaruh dari ekspektasi usaha (EU) terhadap minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* (MMMP). Dalam hal ini pengguna yang memiliki ekspektasi usaha yang minimal atas penggunaan *mobile payment* namun tidak memiliki kemampuan IT yang cukup, maka akan berdampak memperlemah minatnya menggunakan *mobile payment*.

Tabel 10. Uji hipotesis EU terhadap MMMP dengan KIT sebagai variabel moderasi

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.461	1.045		2.355	.020
EU	.490	.069	.492	7.104	.000
KIT	1.083	.343	.219	3.155	.002
2 (Constant)	1.841	1.791		1.028	.306
EU	.532	.121	.535	4.394	.000
KIT	2.038	2.263	.411	.900	.369
EU_KIT	-.063	.147	-.213	-.427	.670

Dependent Variable: MMMP

Sedangkan untuk memastikan kedudukan variabel moderator, dapat dilihat pada regresi model 1, dimana nilai signifikansi variabel kemampuan IT (KIT) sebesar $0,002 < 0,05$ (signifikan) dan pada regresi model 2 nilai signifikansi dari variabel EU_KIT (interaksi antara variabel ekspektasi usaha dengan variabel kemampuan IT) sebesar $0,670 > 0,05$ (tidak signifikan). Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel kemampuan IT (KIT) merupakan variabel *pure moderator* antara ekspektasi usaha (EU) terhadap minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* (MMMP), karena dari dua model regresi diatas hanya salah satu yang signifikan antara KIT (model 1) dan EU_KIT (model 2). Dalam hal ini, variabel kemampuan IT hanya berfungsi sebagai variabel moderator tanpa berposisi menjadi variabel independen.

3.4. Uji hipotesis PS terhadap MMMP dengan KIT sebagai variabel moderasi

Tabel 11 menunjukkan nilai beta $-0,249$ dari variabel PS_KIT (interaksi antara variabel pengaruh sosial dengan variabel kemampuan IT) bernilai negatif yang berarti variabel kemampuan IT memperlemah pengaruh dari variabel Pengaruh Sosial (PS) terhadap minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* (MMMP). Dalam hal ini pengguna yang tidak terpengaruh secara sosial sekaligus tidak memiliki kemampuan IT yang cukup, maka akan berdampak memperlemah minatnya menggunakan *mobile payment*.

Sedangkan untuk memastikan kedudukan variabel moderator, dapat dilihat pada regresi model 1, dimana nilai signifikansi variabel

kemampuan IT (KIT) sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan) dan pada regresi model 2 nilai signifikansi dari variabel PS_KIT (interaksi antara variabel pengaruh sosial dengan variabel kemampuan IT) sebesar $0,534 > 0,05$ (tidak signifikan). Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel kemampuan IT (KIT) merupakan variabel *pure moderator* antara pengaruh sosial (PS) terhadap minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* (MMMP), karena dari dua model regresi diatas hanya salah satu yang signifikan antara KIT (model 1) dan PS_KIT (model 2). Dalam hal ini, variabel kemampuan IT hanya berfungsi sebagai variabel moderator tanpa berposisi menjadi variabel independen.

3.5. Uji hipotesis KP terhadap MMMP dengan KIT sebagai variabel moderasi

Tabel 12 menunjukkan nilai beta 0,832 dari variabel KP_KIT (interaksi antara variabel kondisi pemfasilitasi dengan variabel kemampuan IT) bernilai positif yang berarti variabel kemampuan IT memperkuat pengaruh dari variabel Kondisi Pemfasilitasi (KP) terhadap minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* (MMMP). Dalam hal ini pengguna yang memiliki kondisi pemfasilitasi yang baik sekaligus memiliki kemampuan IT yang cukup, maka akan berdampak memperkuat minatnya menggunakan *mobile payment*.

Sedangkan untuk memastikan kedudukan variabel moderator, dapat dilihat pada regresi model 1, dimana nilai signifikansi variabel kemampuan IT (KIT) sebesar $0,000 < 0,05$ (signifikan) dan pada regresi model 2 nilai signifikansi dari variabel KP_KIT (interaksi antara variabel kondisi pemfasilitasi dengan variabel kemampuan IT) sebesar $0,121 > 0,05$ (tidak signifikan). Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel kemampuan IT (KIT) merupakan variabel *pure moderator* antara kondisi pemfasilitasi (KP) terhadap minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* (MMMP), karena dari dua model regresi diatas hanya salah satu yang signifikan antara KIT (model 1) dan KP_KIT (model 2). Dalam hal ini, variabel kemampuan IT hanya berfungsi sebagai variabel moderator tanpa berposisi menjadi variabel independen.

Tabel 11. Uji hipotesis PS terhadap MMMP dengan KIT sebagai variabel moderasi

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		
		B		Beta		
1	(Constant)	4.991	.822		6.071	.000
	PS	.364	.061	.410	6.007	.000
	KIT	1.622	.338	.328	4.795	.000
2	(Constant)	4.185	1.533		2.730	.007
	PS	.428	.119	.482	3.607	.000
	KIT	2.734	1.814	.552	1.507	.134
	PS_KIT	-.086	.138	-.249	-.623	.534

a. Dependent Variable: MMMP

Tabel 12. Uji hipotesis KP terhadap MMMP dengan KIT sebagai variabel moderasi

		Coefficients ^a			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		
		B		Beta		
1	(Constant)	6.319	1.242		5.089	.000
	KP	.298	.108	.209	2.743	.007
	KIT	1.650	.377	.333	4.380	.000
2	(Constant)	8.262	1.754		4.709	.000
	KP	.122	.156	.086	.784	.434
	KIT	-2.231	2.516	-.450	-1.887	.377
	KP_KIT	.337	.216	.832	1.560	.121

a. Dependent Variable: MMMP

3.6. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Tabel 13 menunjukkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) pada penelitian ini digunakan untuk menguji besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 27,476 pada tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile payment* pada jasa layanan transportasi publik.

3.7. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil olah data, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,411 (Tabel 14). Angka ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel ekpektasi kerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi pemfasilitasi dalam menjelaskan variabel minat perilaku untuk menggunakan *mobile payment* sebesar 41,1%

sedangkan sisanya ($100\% - 41,1\% = 58,1\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel independen yang diteliti.

Tabel 13. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	303.702	4	75.925	27.476	.000 ^a
	Residual	408.978	148	2.763		
	Total	712.680	152			

a. Predictors: (Constant), KP, EK, PS, EU

b. Dependent Variable: MMMP

Tabel 14. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.653 ^a	.426	.411	1.662

a. Predictors: (Constant), KP, EK, PS, EU

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan paparan yang telah disampaikan diatas, temuan penelitian ini terdiri dari 2 tahap pengujian, dimana tahap pertama yaitu pengujian secara langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen, dan menghasilkan kesimpulan bahwa variabel ekspektasi kinerja dan kondisi pemfasilitasi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile payment*, sementara ekspektasi usaha berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile payment*. Temuan penelitian ini selaras dengan temuan studi terdahulu di India (Gupta & Arora, 2019) dan secara spesifik pada penggunaan *mobile payment* di jasa transportasi publik (Liébana-Cabanillas et al., 2019). Sementara hasil temuan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile payment* selaras dengan temuan penelitian di Korea (Lee et al., 2019), meskipun pada konteks penggunaan pada jasa transportasi publik tidak selaras dengan temuan Cabanillas (Liébana-Cabanillas et al., 2019). Sedangkan variabel kemampuan IT yang dalam penelitian ini berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile payment*, selaras dengan temuan penelitian terdahulu dalam Teori Difusi dan Inovasi (Rogers, 1983) dan penelitian tentang *computer self-efficacy* (Compeau & Higgins, 1995).

Sedangkan temuan pada interaksi antara variabel independen dengan variabel pemoderasi, ditemukan bahwa variabel kemampuan teknologi informasi menjadi variabel pemoderasi murni/*pure moderator* pada jalur pengaruh antara ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi pemfasilitasi terhadap minat menggunakan *mobile payment* pada layanan transportasi publik, sehingga tanpa kehadiran variabel kemampuan teknologi informasi, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya akan kembali seperti sebelum adanya variabel pemoderasi seperti pada tahap pertama.

Temuan berikutnya adalah bahwa kemampuan teknologi informasi berkedudukan sebagai *quasi moderator/moderator* semu pada pengaruh antara variabel ekspektasi kinerja dengan minat menggunakan *mobile payment* di layanan transportasi publik. Artinya adalah baik sebagai pemoderasi maupun sebagai variabel yang berdiri sendiri, kedudukan kemampuan teknologi informasi terhadap minat menggunakan *mobile payment* menjadi penting dalam konteks ekspektasi kinerja. Artinya, individu yang mengharapkan kemudahan, kemanfaatan dan keuntungan atas layanan berbasis *mobile payment* pada transportasi publik menganggap kemampuan teknologi informasi yang baik akan semakin menambah kepercayaan mereka untuk menggunakan teknologi ini.

Hasil temuan ini merupakan kontribusi yang menjadi kebaruan pada riset di bidang penggunaan *mobile payment* khususnya pada layanan transportasi publik, sehingga diharapkan temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam implementasi penggunaan *mobile payment* yang lebih luas.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. In *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (Vol. 50).
- Bandura, A. (1999). A social cognitive theory of personality. *Handbook of Personality: Theory and Research*, 154–196.
- Bank Indonesia. (2018). *Transaksi e-wallet di Indonesia*.

- Bharadwaj, A. S. (2000). A Resource-Based Perspective on Information Technology Capability and Firm Performance: An Empirical Investigation. *MIS Quarterly*, 24(1), 169–196.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 19(2), 189–210.
- Contini, D., Crowe, M., & Merritt, C. (2011). Mobile Payments in the United States: Mapping Out the Road Ahead. *Federal Reserve Bank of ...*. <https://www.bos.frb.org/bankinfo/payment-strategies/publications/2011/mobile-payments-mapping.htm%5Cnhttps://www.bostonfed.org/bankinfo/payment-strategies/publications/2011/mobile-payments-mapping.htm>
- Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2015). A critical review of mobile payment research. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 265–284. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.07.006>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111–1132. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00945.x>
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. *Technological Forecasting and Social Change*, 146(September), 931–944. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- Di Pietro, L., Guglielmetti Mugion, R., Mattia, G., Renzi, M. F., & Toni, M. (2015). The Integrated Model on Mobile Payment Acceptance (IMMPA): An empirical application to public transport. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 56, 463–479. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2015.05.001>
- Djuhari, D., & Dewi, S. (2021). Fenomena Transaksi Bisnis Online Di Era 4.0. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 13(1), 27–38. <https://doi.org/10.33508/jako.v13i1.2509>
- Ferreira, M. C., Fontesz, T., Costa, V., Dias, T. G., Borges, J. L., & E Cunha, J. F. (2017). Evaluation of an integrated mobile payment, route planner and social network solution for public transport. *Transportation Research Procedia*, 24, 189–196. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2017.05.107>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-Technology Fit and Individual Performance. *MIS Quarterly*, 19(2), 213–236.
- Gupta, K., & Arora, N. (2019). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Jocevski, M., Ghezzi, A., & Arvidsson, N. (2020). Exploring the growth challenge of mobile payment platforms: A business model perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 40, 100908. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100908>
- Kang, J. (2018). Mobile payment in Fintech environment: trends, security challenges, and services. *Human-*

- Centric Computing and Information Sciences*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.1186/s13673-018-0155-4>
- Karsen, M., Chandra, Y. U., & Juwitasary, H. (2019). Technological factors of mobile payment: A systematic literature review. *Procedia Computer Science*, 157, 489–498. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.004>
- Lee, J. M., Lee, B., & Rha, J. Y. (2019). Determinants of mobile payment usage and the moderating effect of gender: Extending the UTAUT model with privacy risk. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 10(1), 43–64. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1644>
- Liébana-Cabanillas, F., Molinillo, S., & Ruiz-Montañez, M. (2019). To use or not to use, that is the question: Analysis of the determining factors for using NFC mobile payment systems in public transportation. *Technological Forecasting and Social Change*, 139(August 2018), 266–276. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.012>
- Lu, H. P., & Yang, Y. W. (2014). Toward an understanding of the behavioral intention to use a social networking site: An extension of task-technology fit to social-technology fit. *Computers in Human Behavior*, 34, 323–332. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.020>
- Lwoga, E. T., & Lwoga, N. B. (2017). User acceptance of mobile payment: The effects of user-centric security, system characteristics and gender. *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 81(1), 1–24. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2017.tb00595.x>
- MDI Ventures. (2019). *Mobile Payments in Indonesia, Race to Big Data Domination*.
- Nguyen, M. H., & Khoa, B. T. (2019). Perceived mental benefit in electronic commerce: Development and validation. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su11236587>
- Pal, A., De', R., & Herath, T. (2020). The Role of Mobile Payment Technology in Sustainable and Human-Centric Development: Evidence from the Post-Demonetization Period in India. *Information Systems Frontiers*, 22(3), 607–631. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-09982-7>
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-payment service: Interplay of perceived risk, benefit, and trust in service adoption. *Human Factors and Ergonomics In Manufacturing*, 29(1), 31–43. <https://doi.org/10.1002/hfm.20750>
- Park, J. K., Ahn, J., Thavisay, T., & Ren, T. (2019). Examining the role of anxiety and social influence in multi-benefits of mobile payment service. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47(November 2018), 140–149. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.015>
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (Third). The Free Press. <https://doi.org/10.4324/9780203710753-35>
- Shaw, N., & Sergueeva, K. (2019). The non-monetary benefits of mobile commerce: Extending UTAUT2 with perceived value. *International Journal of Information Management*, 45(November), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.024>
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176. <https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal computing: Toward a conceptual model of utilization. *MIS*

Quarterly: Management Information Systems, 15(1), 125–142. <https://doi.org/10.2307/249443>

Venkatesh, V., Morris, M. G., And, G. B. D., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/DOI:10.2307/30036540>

Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social Cognitive Theory of Organizational Management. *Academy of Management Review*, 14(3), 361–384. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4279067>

