

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN LAYANAN *MOBILE PAYMENT* DALAM  
BERTRANSAKSI**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Anisah Rachmawati

No. Mahasiswa: 15312283

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2019**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN LAYANAN *MOBILE PAYMENT* DALAM  
BERTRANSAKSI**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh:

Nama: Anisah Rachmawati

No. Mahasiswa: 15312283



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2019**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

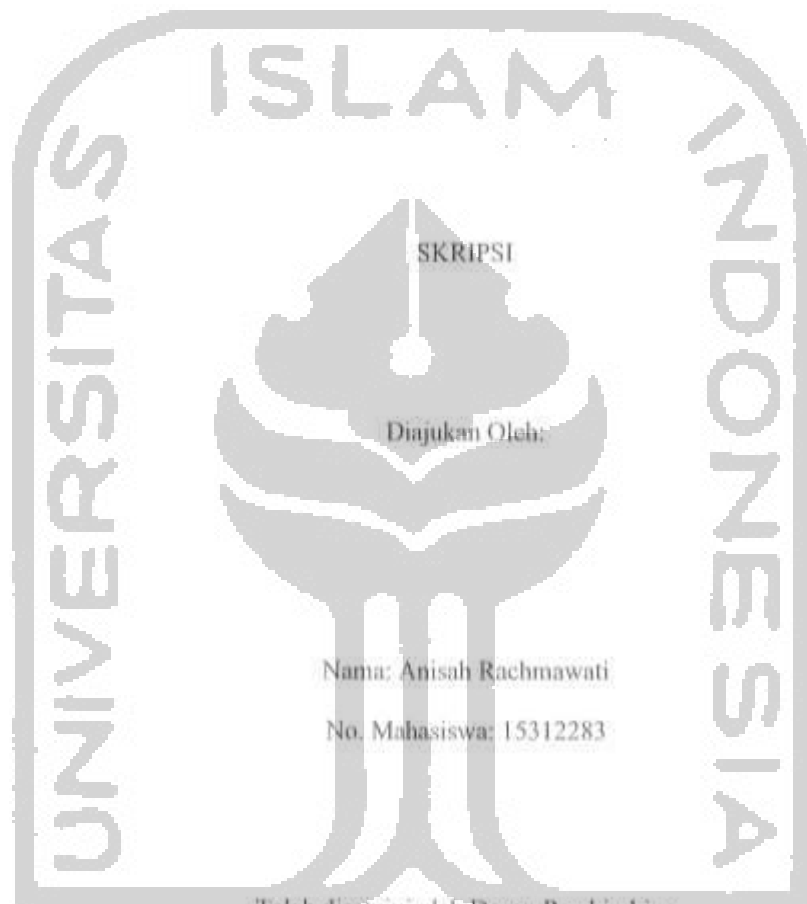
"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku"

Yogyakarta, 7 Oktober 2019  
Penulis



(Anisah Rachmawati)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN LAYANAN *MOBILE PAYMENT* DALAM  
BERTRANSAKSI



SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Anisah Rachmawati

No. Mahasiswa: 15312283

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 7 Okt 2019

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Erna Hidayah', is written over the text 'Dosen Pembimbing'.

Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN  
MOBILE PAYMENT DALAM BERTRANSAKSI

Disusun Oleh : ANISAH RACHMAWATI

Nomor Mahasiswa : 15312283

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 12 November 2019

Penguji/Pembimbing Skripsi : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.

Penguji : Sigit Handoyo, SE., M.Bus

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## MOTTO

"Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku agar mereka selalu berada dalam kebenaran."

(QS. Al Baqarah: 186)

"Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap."

(QS Al-Insyirah: 5-8)

"Selalu ada alasan terbaik kenapa sesuatu itu terjadi, meski itu menyakitkan, membuat sesak dan menangis. Kita boleh jadi tidak paham itu harus terjadi, kita juga mungkin tidak terima, tapi Tuhan selalu punya skenario terbaiknya. Jadi, jalanilah dengan tulus. Besok lusa, semoga kita bisa melihatnya dan tersenyum lapang."

(Tere Liye)

"Mulailah terlebih dahulu. Nikmati saja prosesnya dan jangan memikirkan gimana nantinya. Tidak ada yang tau akhirnya seperti apa. Setidaknya kelak tidak akan menyesal karena sudah pernah mencoba dan berjuang."

## Kata Pengantar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr Wb.*

Alhamdulillahirobbil'aalamiin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment Dalam Bertransaksi.”** Penyusunan penelitian ini ditulis untuk melengkapi salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan penelitian ini tidak lepas dari doa, bimbingan, dorongan, dan bantuan baik materi maupun non materi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya dan petunjuk serta melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat yang selalu menjadi teladan dalam perjalanan hidup.

3. Ibunda Tidjah Suryani dan Ayahanda Boudy Budiyono yang selalu memberikan dukungan, motivasi, saran, ide dan nasihatnya tanpa henti. Terimakasih yang tak terhingga untuk segala perjuangannya.
4. Ibu Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, waktu, saran, nasihat serta inspirasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Mahmudi, S.E., M.Si., Ak. CA.MCA., Dr. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Annisa Gantina Budhiyani, Arinta Ayu Febharjanti, dan Renny Triani Denka'a sahabat sejak awal kuliah yang sudah seperti keluarga penulis. Terimakasih atas segala dukungan, semangat, dan doanya serta selalu ada di kondisi apapun.
8. Silvi Auliasari, Adilla Lindri Fabiola, dan Dewi Larasati Ariani sahabat seperjuangan dari awal semester. Terimakasih atas segala dukungan, semangat, dan doanya serta selalu ada di kondisi apapun.
9. Vega Anindhitha Latoe dan Thursiana Setya Hapsari sahabat berpetualang. Terimakasih atas segala dukungan, semangat, dan doanya.
10. Sahabat penulis Regina Dwinta Yuanita, Antika Widia Rahmawati, dan Nur Cholifah yang terus memberikan dukungan, semangat, dan doanya.



11. Teman-teman KKN unit 90 : Rizki, Reshma, Endah, Sarah, Ikhsan, Evan, Mas Nugroho terimakasih atas pengalaman dan kenangan yang sangat berharga dan tak terlupakan selama ini.

12. Semua pihak yang turut membantu dalam penulisan ini baik secara materil maupun moral. Baik sahabat, maupun pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas waktu, nasihat, doa dan dukungannya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran ke arah perbaikan sangat diperlukan. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Penulis,

(Anisah Rachmawati)

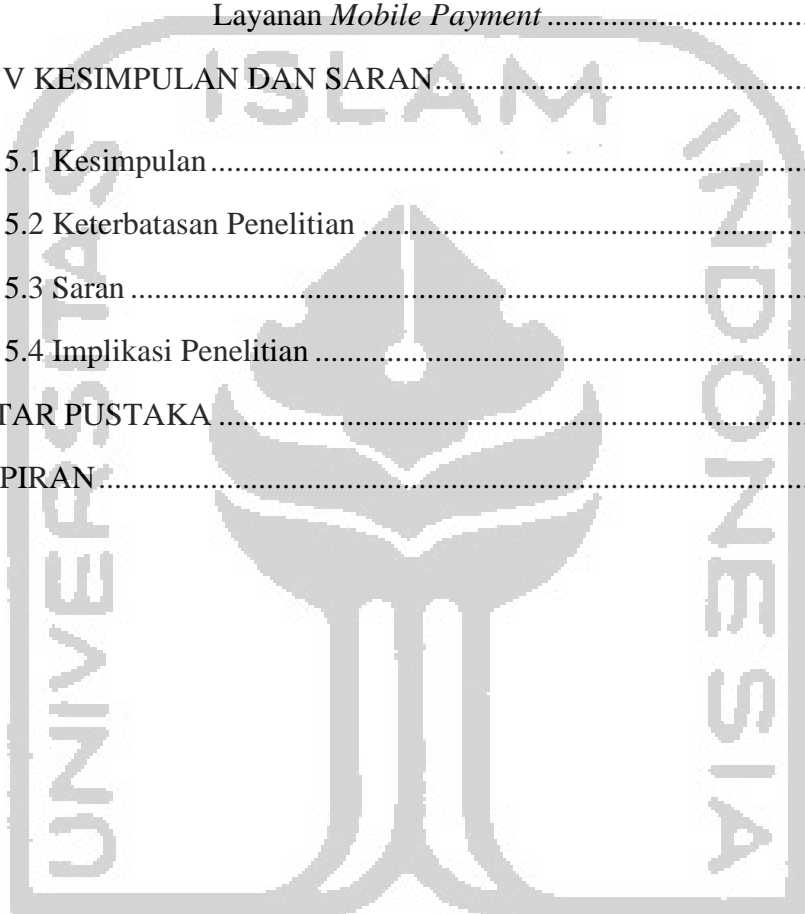
## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	13
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	14
2.1.3 <i>Mobile Payment</i> .....	15
2.1.4 Pengertian Variabel.....	17
2.1.4.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	17
2.1.4.2 Persepsi Manfaat.....	17
2.1.4.3 Sikap Terhadap perilaku .....	18
2.1.4.4 Norma Subjektif .....	18

2.1.4.5 Kontrol Perilaku .....	19
2.1.4.6 Minat Penggunaan Teknologi Informasi .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan <i>Layanan Mobile Payment</i> .....	23
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan <i>Layanan Mobile Payment</i> .....	24
2.3.3 Pengaruh Sikap Penggunaan <i>Layanan Mobile Payment</i> Terhadap Minat Menggunakan <i>Layanan Mobile Payment</i> .....	25
2.3.4 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan <i>Layanan Mobile Payment</i> .....	26
2.3.5 Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap Minat Menggunakan <i>Layanan Mobile Payment</i> .....	26
2.4 Kerangka Penelitian .....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Populasi dan Sampel.....	29
3.2 Jenis Sumber Data.....	30
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4 Variabel Penelitian.....	30
3.4.1 Persepsi Manfaat.....	31
3.4.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	31
3.4.3 Sikap Penggunaan.....	32
3.4.4 Norma Subjektif .....	32
3.4.5 Kontrol Perilaku .....	33
3.4.6 Minat Menggunakan <i>Layanan Mobile Payment</i> .....	34
3.5 Metode Analisis Data.....	34
3.5.1 Alat Analisis Data.....	34
3.5.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	35

3.5.2.1 Uji Validitas.....	35
3.5.2.2 Uji Reabilitas.....	36
3.5.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Pengumpulan Data .....	37
4.2 Karakteristik Responden.....	38
4.2.1 Berdasarkan Penggunaan Layanan <i>Mobile Payment</i> .....	38
4.2.2 Berdasarkan Jeni Kelamin .....	39
4.2.3 Berdasarkan Usia .....	40
4.2.4 Berdasarkan Jurusan .....	41
4.2.5 Berdasarkan Semester Kuliah.....	41
4.2.6 Berdasarkan Uang Saku (Per Bulan) .....	42
4.3 Analisis Deskriptif .....	42
4.4 Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	46
4.4.1 Uji Validitas.....	47
4.4.1.1 Validitas Konvergen.....	47
4.4.1.2 Validitas Diskriminan.....	49
4.4.2 Uji Reabilitas .....	51
4.5 Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	52
4.5.1 Uji <i>Goodness Fit Model</i> .....	52
4.5.2 Uji Hipotesis .....	53
4.5.3 Analisis Hipotesis .....	55
4.5.3.1 Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan Layanan <i>Mobile Payment</i> .....	55
4.5.3.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan <i>Mobile Payment</i> .....	56
4.5.3.3 Sikap Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan	

<i>Layanan Mobile Payment</i> .....	57
4.5.3.4 Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan	
<i>Layanan Mobile Payment</i> .....	57
4.5.3.5 Kontrol Perilaku Terhadap Minat Menggunakan	
<i>Layanan Mobile Payment</i> .....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	60
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	60
5.3 Saran .....	61
5.4 Implikasi Penelitian .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN .....	68



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data .....	38
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan <i>Mobile Payment</i> ..	38
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jurusan .....	41
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Semester Kuliah.....	41
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Uang Saku.....	42
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	44
Tabel 4.9 <i>Initial Item Loading</i> dan AVE.....	48
Tabel 4.10 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	49
Tabel 4.11 Nilai <i>Corelatons of Latent Variabel (Fornell-Lacker Criterion)</i> ...	50
Tabel 4.12 Nilai AVE dan Akar AVE .....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.14 Nilai <i>R-Square</i> .....	53
Tabel 4.15 Hasil <i>Path Coefficients</i> .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL</i> .....	14
Gambar 2.2 Model <i>THEORY PLANNED BEHAVIOR</i> .....	15
Gambar 2.3 Model Penelitian .....	28
Gambar 4.1 Model Hasil Penelitian .....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Analisis Deskriptif

Lampiran 4 : Hasil *Outer Model*

Lampiran 5 : Hasil *Inner Model*





## **ABSTRACT**

*Technological advances in wireless communications has increased the number of users of mobile devices, it also has accelerated the growth of mobile payment. Mobile payment is a payment system for the payment of goods, services and bills using mobile devices that are connected to a wireless network so that they can process transactions. This study aims to examine the interests of students using mobile payment services using the combined theory of TAM and TPB. Testing the hypothesis in this study using a structural model (Inner Model) with the application of smartPLS 3.0. The research data were obtained from the results of questionnaire collection from 100 respondents. The results of this study indicate that the perception of benefits and perceived ease of use have a significant positive effect on the attitude of use. In addition, the attitude of use and control behavior has a significant positive effect on the interest in using mobile payment services. While subjective norms of use do not significantly influence interest in using mobile payment services.*

*Keywords: Perception of Benefits, Perception of Ease of Use, Attitude of Use, Behavioral Control, Interest in Using Mobile Payment Services*

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi dalam dunia komunikasi nirkabel telah meningkatkan jumlah pengguna perangkat *mobile*, hal ini juga telah mempercepat pertumbuhan *mobile payment*. *Mobile payment* merupakan sistem pembayaran untuk pemabayaran barang, jasa dan tagihan dengan menggunakan perangkat *mobile* yang tersambung dengan jaringan nirkabel sehingga dapat melakukan proses transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti minat mahasiswa menggunakan layanan *mobile payment* dengan menggunakan teori gabungan TAM dan TPB. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model struktural (*Inner Model*) dengan aplikasi smartPLS 3.0. Data penelitian diperoleh dari hasil pengumpulan kuesioner dari 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan. Selain itu, sikap penggunaan dan kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*. Sedangkan norma subjektif penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap Penggunaan, Kontrol Perilaku, Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi yang terus berkembang ini memberikan perkembangan yang pesat dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu teknologi. Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat, sehingga membawa perubahan yang cukup besar dalam kehidupan kita. Semakin canggih teknologi maka akan mempermudah dalam aktivitas sehari-hari, salah satunya yaitu dalam hal bertransaksi. Setiap manusia pasti melakukan kegiatan bertransaksi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada umumnya, masyarakat menggunakan metode pembayaran menggunakan uang, kartu kredit, dan kartu debit untuk melakukan kegiatan transaksi. Namun semakin berkembangnya teknologi sehingga membuat pola dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi ini dapat menggeser pola transaksi yang sebelumnya ada dikarenakan lebih praktis dan lebih mudah. Sekarang dalam bertransaksi sudah muncul sistem pembayaran dengan menggunakan *smartphone* untuk membayar baik dalam jumlah kecil maupun besar serta dilengkapi dengan sistem keamanan.

Menurut Gosal dan Linawati (2018), metode pembayaran menggunakan perangkat digital mudah digunakan dan lebih efisien untuk menyelesaikan suatu transaksi dibandingkan menggunakan uang tunai. Penggunaan uang tunai dalam transaksi jumlah yang besar akan membuat seseorang kesulitan untuk membawanya dan adanya kemungkinan resiko untuk dicuri. Uang tunai pun juga membutuhkan

biaya yang tidak sedikit untuk mengelola dan mencetaknya. Di era modern ini, rata-rata masyarakat menggunakan *smartphone* yang sudah terkoneksi dengan internet. Internet sebagai sistem yang menghubungkan pada komunikasi publik di dunia tanpa terhambat dengan jangkauan dan jarak (Laudon dan Laudon, 2015). Sehingga *smartphone* yang sudah terkoneksi dengan internet dapat membantu seseorang untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi jarak jauh, dan sekarang ini sudah dapat mengakses layanan untuk bertransaksi dengan sistem pembayaran non tunai.

Menurut Bukhori (2018), telah disampaikan oleh Menteri Perekonomian pada pencanangan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) tanggal 14 Agustus 2014 dengan adanya gerakan non tunai dapat memberikan manfaat peningkatan efisiensi dan produktifitas keuangan yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sebagaimana diindikasikan oleh peningkatan *velocity of money*. Sistem pembayaran dengan menggunakan kartu debit atau kartu kredit sebenarnya sudah mempermudah masyarakat dalam sistem pembayaran. Namun, beberapa perbankan dan penyedia layanan telekomunikasi sudah mulai mengeluarkan sistem pembayaran menggunakan *mobile* yang disebut *mobile payment*. Sekilas dalam penggunaan kartu debit, kartu kredit, dan layanan *mobile payment* untuk bertansaksi terlihat tidak ada bedanya karena sama-sama tidak perlu membawa uang kertas, namun terdapat satu perbedaan dari ketiganya yaitu dalam menggunakan layanan *mobile payment* tidak perlu memberikan data informasi pribadi layaknya ketika bertransaksi menggunakan kartu kredit atau kartu debit (Adiyanti, 2015).

Menurut Pramono, Purusitawati, Emmy (2006), kehadiran layanan transaksi non tunai tidak hanya disebabkan dari inovasi teknologi saja namun didorong dari kebutuhan masyarakat yang menginginkan alat pembayaran yang praktis dan mudah dalam melakukan transaksi. Sehingga muncullah layanan *mobile payment* dikarenakan masyarakat menyukai hal yang praktis dan mudah serta sekarang masyarakat selalu membawa *handphone* dimanapun dan kapanpun. Menurut Tee (2017) dalam Gosal dan Linawati (2018), penerapan *cashless society* dapat mendorong efisiensi ekonomi negara, karena dengan menggunakan transaksi non tunai akan menimbulkan penghematan biaya pencetakan dan distribusi uang tunai, *cash handling*, hingga administratif manajemen.

Menurut Dahbelrg et. al dalam Nugroho, Winarno, Hartanto (2017), *mobile payment* merupakan sistem pembayaran untuk membayar barang, jasa dan tagihan dengan menggunakan perangkat *mobile* yang tersambung dengan jaringan nirkabel sehingga dapat melakukan proses transaksi. *Mobile payment* merupakan suatu sistem pembayaran yang menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan internet dalam bertransaksi barang atau jasa serta dilengkapi dengan sistem keamanan. Sistem pembayaran menggunakan *mobile payment* membuat pengguna merasa lebih praktis, mudah digunakan, transparan, cepat, fleksibel, aman dan ada beberapa promo menarik yang hanya didapatkan dengan bertransaksi *mobile payment* (Ariyanto, 2018).

Layanan *Mobile Payment* dapat digunakan sebagai alat pembayaran setelah dilakukan pengisian saldo terlebih dahulu (*top up*). Pengisian saldo dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan langsung ke gerai yang bersangkutan, ATM,

SMS Banking, Internet Banking, Mobile Banking dsb (Yulianto, Ferdinand, dan Soesanto, 2016).

Menurut Nugroho, Winarno, Hartanto (2017), penggunaan *mobile payment* di Indonesia masih di bawah rata-rata dalam keakraban, frekuensi, dan kemauan dalam menggunakan *mobile payment* dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Hal ini disebabkan masyarakat di Indonesia lebih menyukai metode pembayaran tunai atau kartu debit atau kartu kredit dibandingkan metode pembayaran menggunakan layanan *mobile payment*. Karena masyarakat Indonesia belum terbiasa menggunakan layanan *mobile payment* dan masih belum percaya atas keamanan dari layanan *mobile payment*. Namun seiring waktu berjalan di Indonesia penggunaan *mobile payment* semakin meningkat tiap tahunnya (Juhri dan Dewi, 2017).

Menurut survei yang dilakukan PricewaterhouseCoopers (PwC) berkaitan *Global Consumer Insights 2019* bahwa 47% responden di Indonesia saat ini telah menggunakan sistem pembayaran menggunakan *mobile payment* untuk bertransaksi, sedangkan tahun 2018 masyarakat Indonesia tercatat sekitar 38% yang menggunakan *mobile payment* untuk bertransaksi. Hal ini menunjukkan penggunaan *mobile payment* di Indonesia semakin meningkat tiap tahunnya.

Pengguna sudah merasakan manfaat yang didapatkan dari bertransaksi menggunakan *mobile payment* dan masyarakat sudah mulai terpengaruhi oleh orang-orang yang sudah menggunakannya. Sehingga, masyarakat menggunakan layanan *mobile payment* untuk bertransaksi kebutuhan sehari-hari meningkat. Karena, selain penggunaan layanan *mobile payment* dianggap praktis, layanan

*mobile payment* memberikan promo-promo yang menarik untuk konsumen seperti diskon dan *cashback*. Hal ini, membuat masyarakat merasakan kemudahan dalam bertransaksi dan merasa lebih untung dalam menggunakan layanan *mobile payment* sehingga semakin banyak yang menggunakan layanan *mobile payment* untuk berbelanja.

Nugroho, Winarno, Hartanto (2017) menjelaskan bahwa layanan *mobile payment* merupakan sistem pembayaran non tunai yang dapat memberikan kemudahan, keamanan, kecepatan, kenyamanan sebagai metode pembayaran serta meningkatnya niat belanja dikarenakan adanya promo-promo yang menarik. Dalam hal ini, masyarakat sudah mempunyai gambaran atas manfaat dan kemudahan dalam penggunaan layanan *mobile payment* sehingga akan membuat sikap masyarakat positif dengan adanya layanan *mobile payment*. Oleh karena itu, perlu untuk diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan *mobile payment*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan responden yang berasal dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Menteri Dalam Negeri (Mendagri) Tjahjo Kumolo (2017) menyatakan bahwa peran mahasiswa sangat penting dalam masa era globalisasi seperti ini melalui pemberdayaan ideologi, sosial budaya dan teknologi sehingga untuk mencapai kesejahteraan masyarakat yang berkeadilan (Nurmalasari, 2018). Sehingga mahasiswa yang diharapkan mempunyai keberagaman pemikiran dan pemahaman dapat memberikan peran sebagai kontrol sosial untuk memperkuat wawasan bangsa serta diharapkan

memiliki sifat terbuka terhadap perkembangan teknologi. Karena mahasiswa dituntut melakukan kegiatan sehari-hari menggunakan teknologi internet.

Peneliti juga melihat peluang dalam mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile payment*, masih ada beberapa mahasiswa yang belum menggunakan layanan *mobile payment* sebagai metode pembayaran dikarenakan masih belum terbiasa dengan hal itu dan ada beberapa mahasiswa yang sudah menggunakan layanan *mobile payment* sehingga peneliti menggunakan responden yang berasal dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang belum menggunakan layanan *mobile payment* dan yang sudah menggunakan layanan *mobile payment*.

Penelitian sebelumnya dalam penerimaan teknologi baru sudah banyak dilakukan. *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang sering digunakan peneliti terkait kepercayaan masyarakat terhadap teknologi baru dan penerimaan teknologi (Juhri dan Dewi, 2017). *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis (1989) yang menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan bagi pengguna teknologi (Juhri dan Dewi, 2017). Dalam teori TAM terdapat dua konstruk utama yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi manfaat dapat diartikan sebagai tingkat dimana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Sedangkan persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai tingkat dimana individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan bebas dari usaha. Dalam dua konstruk tersebut, diharapkan dapat memberikan penjelasan atas penerimaan pengguna



sistem informasi terhadap sistem informasi itu sendiri serta dua konstruk tersebut berpengaruh terhadap sikap seseorang yang kemudian mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku.

*Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1985), teori ini menjelaskan pada faktor-faktor yang menentukan suatu perilaku individu. Pada TPB, sikap perilaku dan norma subjektif dapat dinyatakan memengaruhi minat, dan memasukkan unsur kontrol perilaku sebagai faktor tambahan yang dapat memengaruhi perilaku sebagai faktor yang memengaruhi minat individu untuk melakukan suatu perilaku (Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti, 2015). Konstruk utama pada TPB yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Ketiga konstruk tersebut akan mempengaruhi seseorang untuk berminat menggunakan teknologi informasi.

Pada penjelasan diatas maka peneliti menggunakan kombinasi antara teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Karena dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang terdapat dua konstruk dapat berpengaruh terhadap sikap seseorang yang kemudian dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile payment* serta pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang memiliki tiga konstruk dapat langsung mempengaruhi seseorang untuk berminat untuk menggunakan layanan *mobile payment*. Sehingga dari konstruk TAM yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi ke sikap seseorang yang merupakan salah satu konstruk TPB yang akan dihubungkan dengan norma subjektif dan kontrol perilaku sehingga dapat mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan suatu

perilaku dan dapat mengetahui seberapa besar seseorang memiliki minat untuk menggunakan layanan *mobile payment* dalam bertransaksi.

Penelitian yang dilakukan Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti (2015) yang meneliti tentang pengaruh minat individu terhadap penggunaan *mobile banking* (*m-banking*): model kombinasi *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Hasil penelitiannya yaitu variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan sistem informasi yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, norma subjektif, dan sikap terhadap perilaku. Variabel yang tidak berpengaruh terhadap minat individu dalam menggunakan sistem informasi yaitu kontrol perilaku.

Penelitian yang dilakukan Safeena, Date, Hundewale, dan Kammani (2013) yang meneliti tentang *Combination of TAM and TPB in Internet Banking Adoption*. Hasil penelitiannya yaitu variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat individu yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kontrol perilaku dan norma subjektif.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* khususnya mahasiswa yang belum menggunakan layanan *mobile payment* dan mahasiswa yang sudah menggunakan layanan *mobile payment*. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment* Dalam Bertransaksi”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan layanan *mobile payment*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan layanan *mobile payment*?
3. Bagaimana pengaruh sikap penggunaan layanan *mobile payment* terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*?
4. Bagaimana pengaruh norma subyektif terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*?
5. Bagaimana pengaruh kontrol perilaku terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan layanan *mobile payment*
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan layanan *mobile payment*
3. Untuk mengetahui pengaruh sikap penggunaan layanan *mobile payment* terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*

4. Untuk mengetahui pengaruh norma subyektif terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*
5. Untuk mengetahui pengaruh kontrol perilaku terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang terlibat, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan perusahaan yang menyediakan layanan *mobile payment* dapat menjadi referensi dalam mengambil keputusan perusahaan guna meningkatkan layanan *mobile payment*. Sehingga dari meningkatkan layanan *mobile payment* akan dapat mendorong efisiensi ekonomi negara

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang layanan *mobile payment* terhadap masyarakat. Serta masyarakat dapat mengetahui manfaat yang akan didapatkan dari layanan *mobile payment* sehingga masyarakat tertarik menggunakan layanan *mobile payment*.

3. Bagi Peneliti lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi atau referensi bagi peneliti lain dalam hal variabel-variabel yang terkait.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Struktur dan sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari 5 Bab, yaitu sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN.

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II : KAJIAN PUSTAKA.

Bab ini berisi tentang landasan teoritis yang menjelaskan teori pada perumusan hipotesis. Sebagai pendukung, terdapat penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang menjelaskan permasalahan yang akan diteliti.

### BAB III : METODE PENELITIAN.

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel dalam penelitian, definisi operasional yang mendeskripsikan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum responden, metode analisis, dan interpretasi hasil penelitian.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan penyajian secara singkat apa yang ada di dalam pembahasan.

Saran sebagai masukan pada penelitian yang mendatang dan digunakan untuk perbaikan dalam penelitian selanjutnya.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

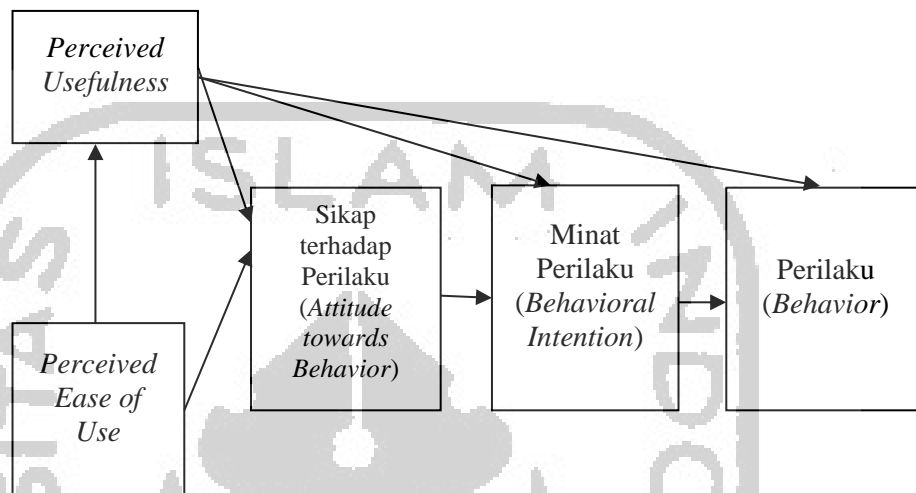
Menurut Jogiyanto (2007), *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori yang berkaitan dengan penerimaan sistem teknologi informasi seseorang terhadap pengguna sistem teknologi informasi.

Menurut Jogiyanto (2007), *Technology Acceptance Model (TAM)* mempunyai dua konstruk yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). TAM menjelaskan bahwa perilaku pengguna teknologi informasi ditentukan oleh minat perilaku, sedangkan minat perilaku penggunaan teknologi ditentukan oleh sikap penggunaan teknologi tersebut. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan menentukan sikap penggunaan teknologi informasi (Jimantoro dan Tjondro, 2014).

Menurut Davis (1989) faktor yang dapat mempengaruhi minat individu untuk menggunakan teknologi informasi yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Penjelasan mengenai model TAM diatas dapat digambarkan sebagai berikut:

**GAMBAR 2.1**  
**MODEL TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL**



Sumber : Jogiyanto (2007)

### 2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

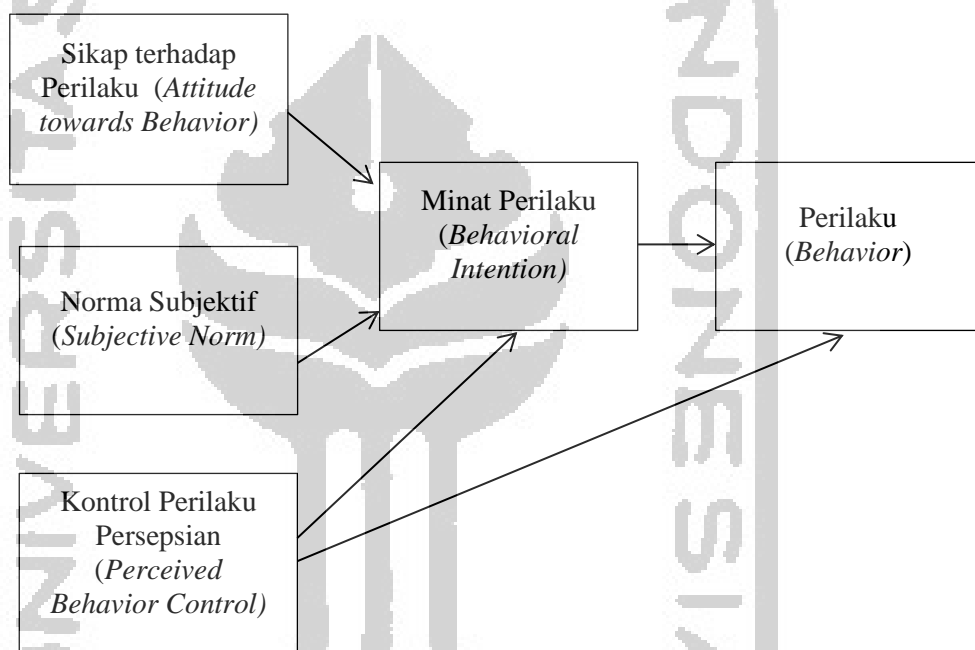
*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan perkembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Menurut Ajzen (1991) dalam Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti (2015), TPB dikembangkan lagi dengan menambahkan konstruk yang belum ada di TRA, yaitu konstruk persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Sehingga dalam TPB, sikap terhadap perilaku dan norma subjektif dinyatakan dapat mempengaruhi minat suatu perilaku dan kontrol perilaku sebagai faktor tambahan dapat memengaruhi minat konsumen (Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti, 2015).

Menurut Jogiyanto (2007), *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah teori yang menambahkan konsep kontrol perilaku dalam suatu perilaku seseorang karena banyak perilaku yang tidak semuanya dibawah kontrol penuh individual. Teori ini



berhubungan dengan keyakinan dan tingkah laku. Sehingga teori ini menunjukkan minat seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Minat seseorang tersebut dapat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku. Model dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat digambarkan sebagai berikut:

**GAMBAR 2.2**  
**MODEL THEORY PLANNED BEHAVIOR**



Sumber : Jogiyanto (2007)

### 2.1.3 *Mobile Payment*

Menurut Pertawijaya (2015), *mobile payment* adalah sistem pembayaran bagi barang atau jasa menggunakan perangkat bergerak seperti telepon genggam atau PDA. *Mobile payment* adalah metode pembayaran yang menggunakan perangkat *mobile* seperti *mobile phone*, *smartphone*, *personal digital assistant*

untuk melaksanakan dan mengkonfirmasi pembayaran jasa atau barang serta dapat dilakukan dimanapun.

*Mobile payment* dapat digunakan untuk membayar kebutuhan barang atau jasa secara non tunai apabila sudah terdaftar pada aplikasi yang menyediakan sistem *mobile payment* dengan menggunakan perangkat *mobile* serta memiliki saldo yang cukup untuk bertransaksi. Pengisian saldo (*top up*) dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan langsung ke gerai yang bersangkutan, ATM, SMS Banking, Internet Banking, Mobile Banking dsb (Yulianto, Ferdinand, dan Soesanto, 2016). Aplikasi yang menyediakan layanan *mobile payment* untuk bertransaksi antara lain Go-Pay, Ovo, LinkAja, Doku, PayPro, Dana dan lain-lain. Rata-rata *mobile payment* menggunakan tiga platform untuk pembayaran yaitu QR Code, Near-Field Communication (NFC), dan One-Time Password (OTP) (Johnson et al, 2017).

Sistem *mobile payment* dalam metode pembayaran akan membuat seseorang merasakan lebih praktis, mudah digunakan, transparan, cepat, fleksibel dan ada beberapa promo menarik yang hanya didapatkan dengan bertransaksi *mobile payment* (Ariyanto, 2018). Pada layanan *mobile payment* terdapat promo-promo yang menarik dan tidak bisa didapatkan dengan metode pembayaran yang lain. Promo-promo yang ditawarkan layanan *mobile payment* bisa berupa diskon dan *cashback*.

## **2.1.4 Pengertian Variabel**

### **2.1.4.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)**

Menurut Jogiyanto (2007), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Hal ini, dapat dikatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan tentang kepercayaan seseorang bahwa teknologi informasi tersebut memberikan kemudahan dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha yang besar. Jika seseorang merasa percaya bahwa teknologi mudah digunakan maka akan membuat seseorang menggunakan teknologi tersebut. Sebaliknya jika seseorang merasa tidak percaya bahwa teknologi tidak mudah digunakan maka akan membuat seseorang tidak menggunakan teknologi tersebut. Concult (2012) dalam Rochmawati (2016) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan kombinasi dari kenyamanan yang diberikan seperti mudah diakses internet, tersedianya keamanan, dan kebutuhan layanan.

### **2.1.4.2 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)**

Menurut Jogiyanto (2007), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dari definisi tersebut bahwa persepsi manfaat merupakan kepercayaan terhadap teknologi dapat memberikan manfaat dalam hal kinerja pekerjaannya. Jika seseorang merasa percaya bahwa teknologi bermanfaat maka akan membuat seseorang menggunakan teknologi

tersebut. Sebaliknya jika seseorang merasa tidak percaya bahwa sistem kurang bermanfaat maka akan membuat seseorang tidak menggunakan teknologi tersebut.

#### **2.1.4.3 Sikap Terhadap Perilaku**

Menurut Jogiyanto (2007), sikap terhadap perilaku merupakan evaluasi positif atau negatif dari seseorang dalam melakukan perilaku tertentu. Sikap penggunaan tersebut dari penilaian seseorang yang sudah merasakan kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna dalam penggunaan sistem informasi. Sehingga dari persepsi kemudahan dan persepsi manfaat akan mempengaruhi sikap terhadap perilaku dan baru akan mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi.

#### **2.1.4.4 Norma Subyektif**

Menurut Jogiyanto (2007), norma subyektif adalah persepsi seseorang terhadap kepercayaan orang lain terhadap suatu hal, sehingga dapat mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan yang sedang dipertimbangkan. Menurut Ajzen (1991) dalam Kusumaningrum (2017), norma subyektif merupakan situasi dimana tindakan tersebut dianggap sebagai norma di masyarakat sehingga hal tersebut akan mempengaruhi seseorang dalam masyarakat untuk melakukan tindakan yang sama. Hal tersebut membuat norma subyektif penting dalam hal untuk mempengaruhi perilaku tertentu. Jika orang-orang percaya akan suatu hal, sehingga akan membuat seseorang akan percaya hal yang sama. Hal ini membuat seseorang akan termotivasi untuk melakukan perilaku yang sama.

#### **2.1.4.5 Kontrol Perilaku (*Perceived Behavior Control*)**

Menurut Ajzen (1991) dalam Kusumaningrum (2017), kontrol perilaku adalah persepsi adanya dukungan atau hambatan seseorang dalam hal mewujudkan suatu perilaku. Menurut Jogiyanto (2007), kontrol perilaku ini merefleksikan pengalaman masa lalu sehingga dapat mengantisipasi hambatan yang ada.

#### **2.1.4.6 Minat Penggunaan Teknologi Informasi**

Menurut Jogiyanto (2007), minat penggunaan merupakan suatu keinginan dari individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat tersebut berasal dari keinginan dari seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu, minat akan berubah-berubah sesuai dengan dukungan atau tidak ada dukungan dari diri sendiri maupun dari orang lain untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

Menurut Ajzen (1991) dalam Hardanti dan Saraswati (2013), minat adalah sebagai faktor motivasi yang dapat mempengaruhi seseorang yang dapat dilihat dari seberapa keras usaha untuk mencoba dan seberapa banyak usaha yang telah direncanakan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat pada seseorang menunjukkan bahwa ada kecenderungan dalam diri seseorang terhadap suatu objek yang menurutnya menarik, pada dasarnya minat seseorang timbul karena adanya pengaruh dari dalam dan luar dirinya yaitu lingkungan dimana individu berada (Rahman dan Dewantara, 2017).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan minat menggunakan teknologi informasi dengan dasar teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Penelitian-penelitian tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

**TABEL 2.1**  
**TABEL PENELITIAN TERDAHULU**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti (2015)	Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking (M-Banking)</i> : Model Kombinasi <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> dan <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dependen: minat individu menggunakan <i>mobile banking (m-banking)</i></li> <li>2. Independen: persepsi manfaat, persepsi kemudahan, norma subjektif, kontrol perilaku</li> <li>3. Intervening: sikap terhadap perilaku</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, norma subjektif, dan sikap terhadap perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan <i>mobile banking</i>.</li> <li>2. Kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat individu dalam menggunakan <i>mobile banking</i>.</li> </ol>
2.	Safeena, Date, Hundewale, Kammani (2013)	<i>Combination of TAM and TPB in Internet Banking Adoption</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dependen: minat menggunakan internet banking</li> <li>2. Independen: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif,</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kontrol perilaku dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat individu dalam</li> </ol>

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
			persepsi kontrol perilaku, persepsi kontrol perilaku	menggunakan internet banking
3.	Juhri dan Dewi (2017)	Kepercayaan dan Penerimaan Layanan <i>Mobile Money</i> T-Cash di Bandung dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dependen: minat menggunakan layanan <i>mobile money</i> T-Cash</li> <li>2. Independen: kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan.</li> <li>3. Intervening: sikap terhadap penggunaan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan layanan <i>mobile money</i> T-Cash di Bandung,</li> <li>2. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan layanan <i>mobile money</i> T-Cash di Bandung,</li> <li>3. Kepercayaan dan sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan <i>mobile money</i> T-Cash di Bandung,</li> <li>4. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan <i>mobile money</i> T-Cash di Bandung.</li> </ol>

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
4.	Octavia dan Pratiwi (2019)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pengguna dalam Bertransaksi Menggunakan <i>E-Money</i> yang Dimediasi oleh Sikap Pengguna (Studi Empiris Pada Pengguna <i>E-Money</i> Berbasis OVO)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dependen: minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan <i>e-money</i></li> <li>2. Independen: persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat</li> <li>3. Mediasi: sikap pengguna</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna dalam bertransaksi menggunakan <i>e-money</i>,</li> <li>2. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan <i>E-money</i>,</li> <li>3. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna dalam bertransaksi menggunakan <i>E-money</i>.</li> </ol>
5.	Peniarsih dan Andriandi (2018)	Analisis Determinan Sistem Informasi <i>E-Ticketing</i> (Pendekatan <i>Extended Theory of Planned Behaviour</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dependen: minat penggunaan sistem informasi <i>e-ticketing</i></li> <li>2. Independen: sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, Kepercayaan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sikap dan kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi <i>e-ticketing</i>,</li> <li>2. Norma subjektif dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi <i>e-ticketing</i>.</li> </ol>



## 2.3 Pengembangan Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

Menurut Yogananda dan Dirgantara (2017), persepsi manfaat dalam penggunaan sistem informasi didapat dari kepercayaan pengguna dalam memutuskan penerimaan sistem informasi, hal ini berdasar bahwa pengguna percaya apabila sistem informasi tersebut akan memberikan dampak positif dalam pekerjaannya. Sehingga pengguna akan percaya dengan teknologi terbaru dengan melihat kinerja teknologi tersebut dapat lebih cepat dan lebih baik dalam menyelesaikan pekerjaannya. Jadi, teknologi yang bermanfaat akan meningkatkan kinerja pekerjaan bagi penggunanya.

Semakin layanan *mobile payment* berguna dalam meningkatkan kinerja maka semakin banyak orang yang akan berpikiran positif terhadap layanan *mobile payment*. Penelitian Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti (2015) serta Octavia dan Pratiwi (2019) menjelaskan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan sistem informasi. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut :

**H<sub>1</sub> : Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan layanan *mobile payment*.**

### **2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *Mobile Payment***

Menurut Rahman dan Dewantara (2017), persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam penggunaan teknologi akan bebas dari usaha. Menurut penjelasan tersebut, maka persepsi kemudahan penggunaan itu memberikan pengguna kemudahan dalam menggunakan layanan *mobile payment* sehingga tidak memerlukan usaha yang besar dan pengguna memiliki harapan tinggi dalam kinerjanya. Semakin seseorang yang merasa pekerjaannya lebih dimudahkan dengan menggunakan layanan *mobile payment* maka semakin banyak orang yang akan berfikir positif terhadap layanan *mobile payment*.

Penelitian dari Yudhi, Arthana, Rukhviyanti (2015), Juhri dan Dewi (2017), Octavia dan Pratiwi (2019) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan sistem informasi. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut :

**H<sub>2</sub> : Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan layanan *mobile payment*.**

### **2.3.3 Pengaruh Sikap Penggunaan Layanan *Mobile Payment* Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment***

Menurut Davis (1989), sikap penggunaan didefinisikan sebagai penilaian terhadap dampak dari penggunaan sistem informasi dalam pekerjaannya. Sikap tersebut dapat dilihat dari faktor manfaat dan kemudahan. Sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh dalam menggunakan layanan *mobile payment* dan semakin mudah dalam penggunaannya maka akan membuat seseorang lebih berminat dalam menggunakan layanan *mobile payment*. Menurut Davis (1989) sikap pengguna merupakan tingkat penilaian dari seseorang terhadap dampak yang dialami oleh seseorang bila sudah menggunakan suatu sistem tertentu dalam pekerjaannya. Sikap penggunaan ini berakibat dari pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.

Dari hasil penelitian dari Yudhi, Arthana, Rukhviyanti (2015), Juhri dan Dewi (2017), Octavia dan Pratiwi (2019), Peniarsih dan Andriandi (2018) yang menunjukkan bahwa sikap penggunaan sistem informasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem informasi. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut :

**H<sub>3</sub> : Sikap penggunaan layanan *mobile payment* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment***

#### **2.3.4 Norma Subyektif Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment***

Menurut Kazemi (2013) dalam Dewi dan Ardani (2016), norma subyektif merupakan persepsi seseorang dengan melihat pada orang-orang yang dianggap penting untuk sebagai panutannya tentang melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Sehingga pengaruh dari keluarga, teman, tetangga, rekan kerja, individual-individual yang dianggap penting oleh seseorang dapat mempengaruhi suatu perilaku seseorang. Hal ini dapat membuat seseorang menjadi berminat dalam menggunakan layanan *mobile payment* dikarenakan pengaruh orang lain.

Penelitian Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti (2015) dan Safeena, Date, Hundewale, dan Kammani (2013) menjelaskan bahwa norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem informasi. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut :

**H<sub>4</sub> : Norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment***

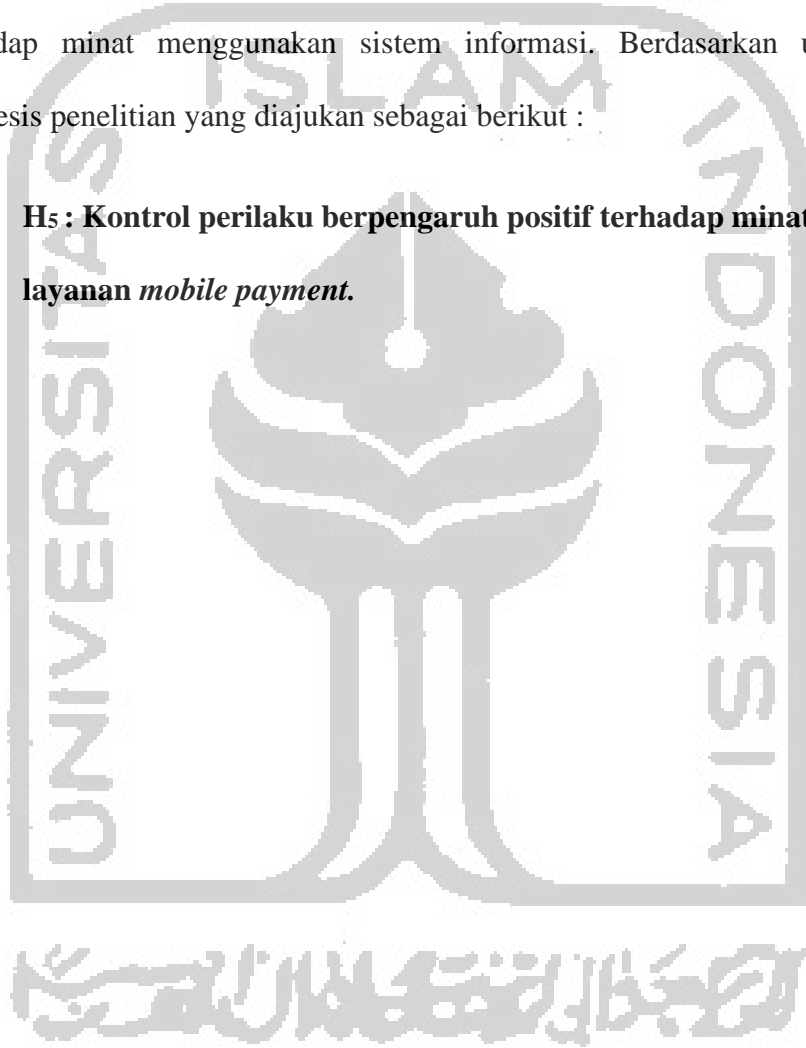
#### **2.3.5 Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap Minat Penggunaan Layanan *Mobile Payment***

Menurut Ajzen (1991) dalam Peniarsih dan Andriandi (2018), kontrol perilaku sebagai persepsi kemudahan atau kesulitan dalam hal untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Sehingga semakin besar dukungan terhadap suatu perilaku tertentu maka semakin besar juga minat seseorang dalam melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Jika seseorang memiliki persepsi terhadap layanan

*Mobile payment* yang positif, maka akan memiliki minat untuk menggunakan layanan *mobile payment*.

Penelitian Safeena, Date, Hundewale, dan Kammani (2013) dan Peniarsih dan Andriandi (2018) menjelaskan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan sistem informasi. Berdasarkan uraian diatas, hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut :

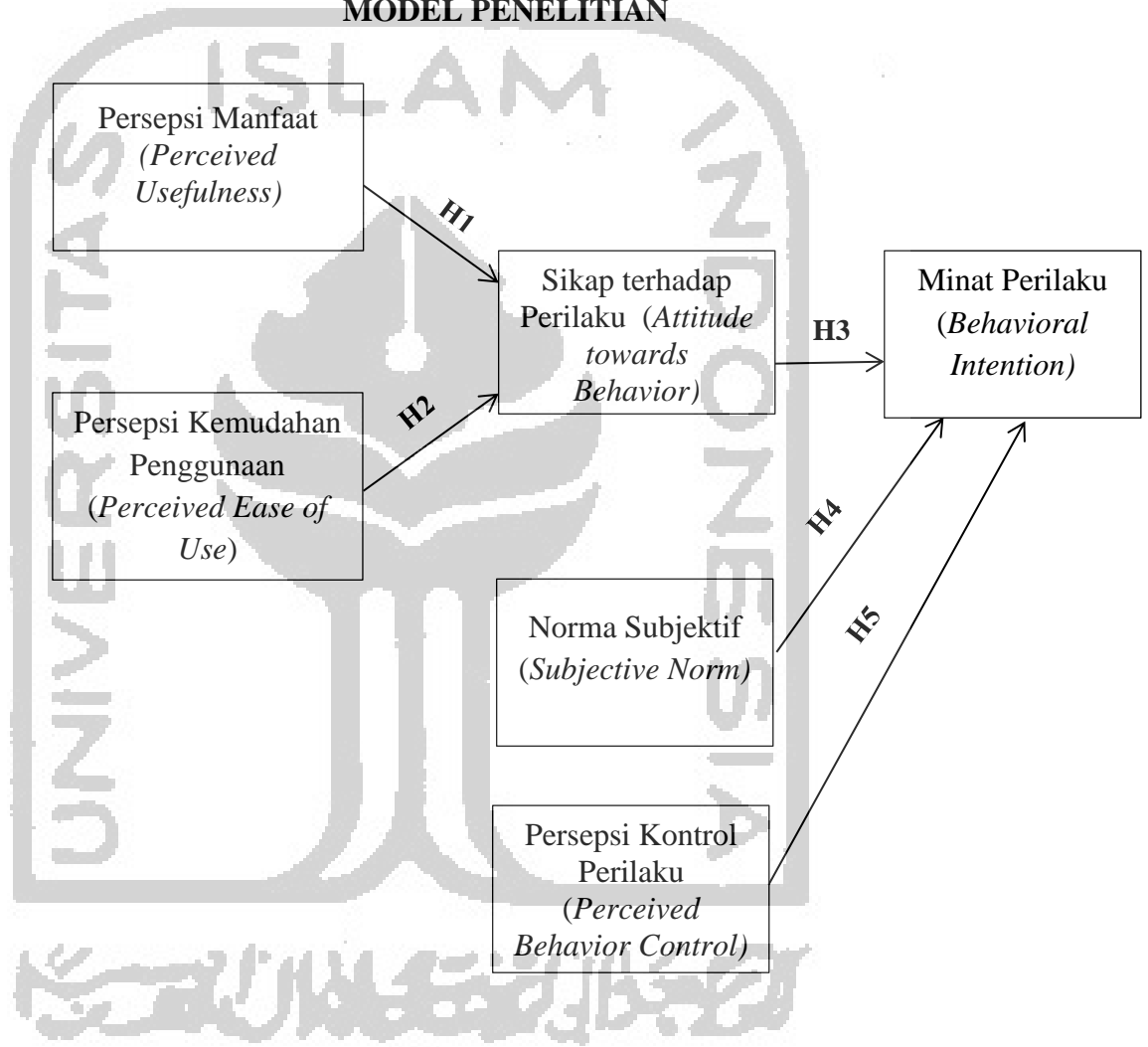
**H<sub>5</sub> : Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *mobile payment*.**



## 2.4 Kerangka Pemikiran

Dari penjelasan diatas, dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut :

**GAMBAR 2.3**  
**MODEL PENELITIAN**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiarto (2017), populasi adalah sekelompok orang yang memiliki karakteristik tertentu yang akan ingin diteliti. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara non probabilitas yaitu *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (2015), *convenience sampling* merupakan metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti. Metode pengambilan sampel ini dipilih untuk memudahkan pelaksanaan riset dengan alasan responden yang digunakan yaitu mahasiswa yang belum menggunakan layanan *mobile payment* dan mahasiswa yang sudah menggunakan layanan *mobile payment*.

Menurut Hair, Ringle, dan Sarstedt (2011), jumlah minimum sampel pada penelitian yaitu 10 kali dari jumlah indikator terbanyak dari salah satu variabel. Sehingga perhitungan jumlah minimum sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= \text{Jumlah indikator terbanyak} \times 10 \\ &= 5 \times 10 \\ &= 50 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel minimum pada penelitian ini sebanyak 50 sampel.

### 3.2 Jenis Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuesioner. Kuesioner tersebut akan disebarakan kepada mahasiswa yang belum menggunakan layanan *mobile payment* dan mahasiswa yang sudah menggunakan layanan *mobile payment*.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara online dengan menggunakan *google forms online*. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara online yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas pertanyaan-pertanyaan tersebut sehingga dapat diolah datanya dan dianalisis.

Penelitian ini variabel akan diukur dengan menggunakan skala likert empat poin disetiap pertanyaan yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S) dan sangat setuju (SS). Skor tersebut akan menunjukkan jawaban dari intensitas dari paling rendah sampai paling tinggi

### 3.4 Variabel Penelitian

Menurut Sugiarto (2017), variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang memiliki variasi antara satu objek dengan objek yang lain. Dalam penelitian ini variabel-variabel akan diukur dengan menggunakan skala



likert empat poin disetiap pertanyaan yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S) dan sangat setuju (SS). Skor tersebut akan menunjukkan jawaban dari intensitas dari paling rendah sampai paling tinggi.

#### **3.4.1 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)**

Menurut Siri, Fitriyani, dan Herliana (2017), persepsi manfaat merupakan persepsi seseorang dimana percaya bahwa sistem atau teknologi dapat meningkatkan kualitas kerja dan kinerjanya. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didasarkan pada sejauh mana pengguna percaya bahwa layanan *mobile payment* telah memberikan manfaat. Hal ini memberikan dampak positif bagi penggunanya. Indikator untuk variabel persepsi manfaat menggunakan indikator menurut Widyaharsana (2010) yaitu:

- 1) Teknologi informasi dapat mempercepat dalam pekerjaan
- 2) Teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja
- 3) Teknologi informasi dapat diakses dimana dan kapan saja
- 4) Teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi
- 5) Teknologi informasi dapat memberikan banyak manfaat

#### **3.4.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)**

Menurut Gu et al. (2009) dalam Yogananda dan Dirgantara (2017), menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yaitu seseorang merasakan seberapa besar pada teknologi tersebut untuk dipahami dan digunakan relatif

mudah. Indikator untuk variabel persepsi manfaat menggunakan indikator menurut Gosal dan Linawati (2018) yaitu:

- 1) Adanya teknologi informasi mudah untuk dipelajari dan mudah untuk diakses
- 2) Adanya teknologi informasi mendukung apa yang saya inginkan
- 3) Adanya teknologi informasi mudah dimengerti dan sangat jelas
- 4) Teknologi informasi memberikan keamanan yang baik

### **3.4.3 Sikap Penggunaan**

Menurut Roberts (2008), sikap penggunaan adalah sejauh mana seseorang mengevaluasi teknologi informasi tersebut atas perilakunya. Sehingga dapat dikatakan bahwa sikap terhadap teknologi tersebut merupakan penerimaan atau penolakan atas dampak dari penggunaan teknologi dalam melakukan pekerjaannya. Indikator untuk variabel persepsi manfaat menggunakan indikator menurut Tallaha, Shukor, dan Hassan (2014) yaitu:

- 1) Ide baik untuk menggunakan teknologi informasi
- 2) Keinginan untuk menggunakan teknologi informasi
- 3) Sistem pada teknologi informasi menarik

### **3.4.4 Norma Subjektif**

Menurut Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti (2015), norma subjektif adalah pandangan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang sekitar mengenai

dilakukan atau tidak dilakukan terhadap perilaku tertentu. Indikator untuk variabel persepsi manfaat menggunakan indikator menurut Jogiyanto (2007) yaitu:

- 1) Orang-orang sekitar memiliki kelebihan dalam menggunakan teknologi informasi
- 2) Orang-orang sekitar mempengaruhi untuk menggunakan teknologi informasi tersebut
- 3) Orang-orang sekitar mendukung untuk menggunakan teknologi informasi
- 4) Orang-orang sekitar memberikan harapan agar menggunakan teknologi informasi

#### 3.4.5 Kontrol Perilaku

Menurut Ajzen (2005), Kontrol perilaku adalah perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu dikarenakan adanya hambatan dan dukungan. Indikator untuk variabel persepsi manfaat menggunakan indikator menurut Tallaha, Shukor, dan Hassan (2014) yaitu:

- 1) Merasakan nyaman dalam menggunakan teknologi informasi
- 2) Merasakan mudah menggunakan teknologi informasi
- 3) Dapat menggunakan teknologi informasi tanpa ada yang membantu cara penggunaannya
- 4) Merasakan mudah memahami informasi pada aplikasi layanan *mobile payment*

### 3.4.6 Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment*

Menurut Tjini dan Baridwan (2012), minat merupakan aspek psikis manusia yang dapat mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu atau melakukan suatu pekerjaan. Sehingga minat tersebut merupakan perilaku seseorang karena adanya keinginan untuk melakukan suatu hal. Indikator untuk variabel persepsi manfaat menggunakan indikator menurut Fathia dan Arlini (2012) yaitu:

- 1) Berniat menggunakan layanan *mobile payment*
- 2) Bermaksud menggunakan layanan *mobile payment*
- 3) Dimasa depan mungkin akan menggunakan layanan *mobile payment*

## 3.5 Metode Analisis Data

### 3.5.1 Alat Analisis Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner *online* yang disebar kepada responden yang belum menggunakan layanan *mobile payment* dan yang sudah menggunakan layanan *mobile payment* dalam bertransaksi. Data yang dikumpulkan terdiri dari data demografi responden dan data persepsi responden terhadap variabel penelitian. Data-data yang sudah dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis dengan analisis deskriptif. Metode deskriptif adalah metode untuk menganalisis hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang luas (Sugiyono, 2015). Analisis deskriptif digunakan untuk menunjukkan informasi mengenai statistik dari variabel-variabel penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS. Sementara untuk pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat ukur *Partial Least Square* (PLS). Pada

penelitian ini menggunakan *SmartPLS 3*. PLS merupakan salah satu teknik dari *Structural Equation Model (SEM)* yang berbasis variance (Hair, Ringle, dan Sarstedt, 2013). Pengujian SEM menggunakan PLS untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada pengaruh antar konstruk. Analisis PLS-SEM melalui dua tahap yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

### **3.5.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Menurut Abdullah (2015), model pengukuran ini merupakan bagian dari suatu model SEM yang berhubungan dengan variabel-variabel laten dan indikator-indikatornya. Model ini dapat digunakan untuk mengevaluasi data dengan menentukan validitas dan reliabilitas.

#### **3.5.2.1 Uji Validitas**

Menurut Azwar (2011), validitas adalah ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan setiap indikator dalam mengukur variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Skala validitas menurut (Hair, Ringle, dan Sarstedt, 2013) terbagi menjadi dua yaitu analisis validitas konvergen dan analisis validitas diskriminan. Kriteria setiap analisis sebagai berikut:

1. Validitas Konvergen: nilai *Average Variance Extracted (AVE)* diatas dari 0,50 dan nilai *outer loading* diatas 0,70.
2. Validitas Diskriminan: nilai akar AVE setiap variabel dan *loading factor* setiap indikator harus lebih tinggi dari *cross loading*.

### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Swandrastri (2017), uji reliabilitas yaitu uji kehandalan untuk mengetahui suatu alat ukur pada penelitian dapat dipercaya. Uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama (Sugiyono, 2015). Suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* diatas 0,70 (Ghozali, 2014).

### 3.5.3 Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Sugiarto (2017), model struktural menggambarkan hubungan-hubungan yang ada di antara variabel laten. Pengujian terhadap model struktural dengan melihat *R-square* melalui uji *goodness-fit model*. Ukuran signifikansi pengaruh antar variabel dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik dan t-tabel. Jika nilai t-statistik > t-tabel, maka hasilnya signifikan. Nilai signifikan yang digunakan (two-tailed) t-value 1,985 (t-tabel signifikansi = 5%).

## BAB IV

### ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile payment* dalam bertransaksi. Bagian ini menjelaskan semua hasil data yang sudah terkumpul dan selanjutnya dianalisis oleh peneliti. Dalam menganalisis data yang sudah terkumpul, peneliti menganalisis data sesuai dengan pokok permasalahan dan hipotesis yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya. Penelitian ini menggunakan data primer yang telah diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner online yang sudah disebar. Sehingga hasil dari pengumpulan jawaban responden dapat dianalisis oleh peneliti sehingga dapat mengetahui hipotesis dapat diterima atau ditolak.

#### 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia baik yang belum menggunakan layanan *mobile payment* maupun yang sudah menggunakan layanan *mobile payment* dalam bertransaksi. Hasil pengumpulan data berupa *google form* yang berhasil dikembalikan dan memenuhi syarat sebagai berikut:

**TABEL 4.1**  
**HASIL PENGUMPULAN DATA**

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	115
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang pengisiannya tidak lengkap	0
Kuesioner yang dianalisis	100

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 4.1 yang menunjukkan hasil pengumpulan data. Dapat disimpulkan bahwa terdapat 115 kuesioner yang telah disebar dan kuesioner yang kembali sebanyak 100 kuesioner. Sehingga dalam penelitian ini kuesioner yang dapat diolah dan dianalisis sejumlah 100 kuesioner.

#### 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan penggunaan layanan *mobile payment*, jenis kelamin, usia, jurusan, semester kuliah, uang saku (per bulan). Penjelasan tentang karakteristik responden dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

##### 4.2.1 Berdasarkan Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

**TABEL 4.2**  
**RESPONDEN BERDASARKAN PENGGUNAAN LAYANAN *MOBILE PAYMENT***

Keterangan	Jumlah	Persentase
Belum Pernah Menggunakan	15	15%
Sudah Pernah Menggunakan	85	85%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer, diolah 2019



Berdasarkan hasil dari tabel 4.2 yang menunjukkan hasil responden berdasarkan penggunaan layanan *mobile payment*. Hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan dari 100 responden terdapat 15 responden yang belum pernah menggunakan layanan *mobile payment* dengan persentase 15% dan terdapat 85 responden yang sudah pernah menggunakan layanan *mobile payment* dengan persentase 85%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan penggunaan layanan *mobile payment* pada penelitian ini mayoritas adalah yang sudah pernah menggunakan layanan *mobile payment*.

#### 4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin

**TABEL 4.3**  
**RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-laki	23	23%
Perempuan	77	77%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 4.3 yang menunjukkan hasil responden berdasarkan jenis kelamin. Hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan dari 100 responden terdapat 23 responden laki-laki dengan persentase 23% dan terdapat 77 responden perempuan dengan persentase 77%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini mayoritas adalah perempuan.

#### 4.2.3 Berdasarkan Usia

**TABEL 4.4**  
**RESPONDEN BERDASARKAN USIA**

Keterangan	Jumlah	Presentase
18 Tahun	4	4%
19 Tahun	11	11%
20 Tahun	12	12%
21 Tahun	22	22%
22 Tahun	46	46%
23 Tahun	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 4.4 yang menunjukkan hasil responden berdasarkan usia. Hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan dari 100 terdapat usia 18 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase 4% , terdapat usia 19 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 11%, terdapat usia 20 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 12%, terdapat usia 21 tahun sebanyak 22 orang dengan persentase 22%, terdapat usia 22 tahun sebanyak 46 orang dengan persentase 46% dan terdapat usia 23 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan usia pada penelitian ini mayoritas adalah berusia 22 tahun.

#### 4.2.4 Berdasarkan Jurusan

**TABEL 4.5**  
**RESPONDEN BERDASARKAN JURUSAN**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Akuntansi	52	52%
Manajemen	27	27%
Ilmu Ekonomi	21	21%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 4.5 yang menunjukkan hasil responden berdasarkan jurusan. Hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan dari 100 responden terdapat 52 orang yang jurusan akuntansi dengan persentase 52%, terdapat 27 orang yang jurusan manajemen dengan persentase 27%, terdapat 21 orang yang jurusan ilmu ekonomi dengan persentase 21%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan jurusan pada penelitian ini mayoritas adalah jurusan akuntansi.

#### 4.2.5 Berdasarkan Semester Kuliah

**TABEL 4.6**  
**RESPONDEN BERDASARKAN SEMESTER KULIAH**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Semester 2	10	10%
Semester 4	8	8%
Semester 6	22	22%
Semester 8	60	60%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 4.6 yang menunjukkan hasil responden berdasarkan semester kuliah. Hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan dari 100 responden terdapat 10 orang yang semester 2 dengan persentase 10%, terdapat 8 orang yang semester 4 dengan persentase 8%, terdapat 22 orang yang semester 6 dengan persentase 22%, terdapat 60 orang yang semester 8 dengan persentase 60% Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan semester kuliah pada penelitian ini mayoritas adalah semester 8.

#### 4.2.6 Berdasarkan Uang Saku (Per Bulan)

**TABEL 4.7**  
**RESPONDEN BERDASARKAN UANG SAKU (PER BULAN)**

Keterangan	Jumlah	Persentase
< Rp 500.000, 00	11	11%
Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00	29	29%
Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00	32	32%
> Rp 1.500.000,00	28	28%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 4.7 yang menunjukkan hasil responden berdasarkan uang saku (per bulan). Hasil dari pengumpulan data yang telah dilakukan dari 100 responden terdapat 11 orang yang uang saku per bulannya < Rp 500.000,00 dengan persentase 11%, terdapat 29 orang yang uang saku per bulannya Rp 500.000,00 – Rp 1.000.000,00 dengan persentase 29%, terdapat 32 orang yang uang saku per bulannya Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00 dengan persentase 32% dan terdapat 28 orang yang uang saku per bulannya > Rp 1.500.000,00 dengan persentase 28%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan uang

saku per bulan pada penelitian ini mayoritas adalah uang saku per bulannya Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00.

### 4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendiskripsikan data sampel yaitu dengan mengetahui nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum dan standar deviasi dari variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku, sikap terhadap perilaku, dan minat menggunakan layanan *mobile payment*. Penentuan kriteria penilaian responden dilakukan dengan menentukan kategori dari skor terendah yaitu 1 (sangat tidak setuju) dan skor tertinggi yaitu 4 (sangat setuju). Penentuan kriteria penelitian responden terhadap variabel penelitian ditentukan dengan interval berikut ini:

$$\text{Interval} = (4-1) / 4 = 0,75$$

Sehingga diperoleh batasan sebagai berikut:

1,00 – 1,75 : Sangat Rendah

1,76 – 2,51 : Rendah

2,52 – 3,27 : Tinggi

3,28 – 4,03 : Sangat Tinggi

Hasil dari analisis deskriptif variabel penelitian dapat ditunjukkan pada tabel 4.8 berikut ini:

**TABEL 4.8**  
**HASIL ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Persepsi Manfaat	100	2.40	4	3.66	0.41
Persepsi Kemudahan Pengguna	100	1.50	4	3.49	0.52
Sikap Penggunaan Layanan Mobile Payment	100	2.33	4	3.48	0.52
Norma Subyektif	100	1.25	4	3.22	0.60
Kontrol Perilaku	100	2.25	4	3.50	0.49
Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	100	2.00	4	3.51	0.55
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data primer, diolah 2019

Pada tabel 4.8 yang merupakan tampilan dari hasil data analisis statistik deskriptif yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi manfaat memiliki nilai minimum 2,40 yang merupakan penilaian terendah yang diberikan oleh seluruh responden dan nilai maksimum 4,00 yang merupakan penilaian tertinggi yang diberikan oleh seluruh responden. Nilai *mean* 3,66 yang berarti bahwa responden menilai penggunaan *mobile payment* memberikan manfaat yang sangat tinggi. Standar deviasi sebesar 0,41 yang berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi manfaat sebesar 0,41 dari 100 responden.
2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai minimum 1,50 yang merupakan penilaian terendah yang diberikan oleh seluruh

responden dan nilai maksimum 4,00 yang merupakan penilaian tertinggi yang diberikan oleh seluruh responden. Nilai *mean* 3,49 yang berarti bahwa responden menilai penggunaan *mobile payment* memberikan kemudahan penggunaan yang sangat tinggi. Standar deviasi sebesar 0,52 yang berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi kemudahan pengguna sebesar 0,52 dari 100 responden.

3. Variabel sikap penggunaan layanan *mobile payment* memiliki nilai minimum 2,33 yang merupakan penilaian terendah yang diberikan oleh seluruh responden dan nilai maksimum 4,00 yang merupakan penilaian tertinggi yang diberikan oleh seluruh responden. Nilai *mean* 3,48 yang berarti bahwa responden menilai penggunaan *mobile payment* memiliki sikap penggunaan yang sangat tinggi. Standar deviasi sebesar 0,52 yang berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel sikap penggunaan layanan *mobile payment* pengguna sebesar 0,52 dari 100 responden.

4. Variabel norma subyektif memiliki nilai minimum 1,25 yang merupakan penilaian terendah yang diberikan oleh seluruh responden dan nilai maksimum 4,00 yang merupakan penilaian tertinggi yang diberikan oleh seluruh responden. Nilai *mean* 3,22 yang berarti bahwa responden menilai penggunaan *mobile payment* memiliki norma subyektif yang tinggi. Standar deviasi sebesar 0,60 yang berarti bahwa

ukuran penyebaran data dari variabel norma subyektif sebesar 0,60 dari 100 responden.

5. Variabel kontrol perilaku memiliki nilai minimum 2,25 yang merupakan penilaian terendah yang diberikan oleh seluruh responden dan nilai maksimum 4,00 yang merupakan penilaian tertinggi yang diberikan oleh seluruh responden. Nilai *mean* 3,50 yang berarti bahwa responden menilai penggunaan *mobile payment* memiliki kontrol perilaku yang sangat tinggi. Standar deviasi sebesar 0,49 yang berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel kontrol perilaku sebesar 0,49 dari 100 responden.
6. Variabel minat menggunakan layanan *mobile payment* memiliki nilai minimum 2,00 yang merupakan penilaian terendah yang diberikan oleh seluruh responden dan nilai maksimum 4,00 yang merupakan penilaian tertinggi yang diberikan oleh seluruh responden. Nilai *mean* 3,51 yang berarti bahwa responden menilai penggunaan *mobile payment* memiliki minat yang sangat tinggi untuk menggunakan layanan *mobile payment*. Standar deviasi sebesar 0,55 yang berarti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat menggunakan layanan *mobile payment* memiliki sebesar 0,55 dari 100 responden.

#### **4.4 Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan *SmartPLS 3*. Dalam pengujian PLS dilakukan dua tahap untuk menganalisis yaitu uji model pengukuran (*outer*



*model*) dan uji model struktural (*inner model*). Uji model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian.

#### **4.4.1 Uji Validitas**

Menurut Ghazali (2014), uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur penelitian dapat dikatakan sah atau valid dalam suatu kuesioner. Pengukuran validitas dalam suatu penelitian berfokus pada validitas konvergen dan validitas diskriminan (Hair et al, 2011). Sehingga dalam penelitian ini pengukuran validitas menggunakan validitas konvergen dan validitas diskriminan.

##### **4.4.1.1 Validitas Konvergen**

Pengujian validitas konvergen ditunjukkan dengan adanya korelasi tinggi antara nilai konstruk dengan indikatornya. Indikator konstruk dikatakan validitas jika memiliki *outer loadings* diatas 0,70 dan nilai AVE diatas 0,50 (Ghozali, 2014). Namun apabila nilai *outer loadings* 0,60 sampai 0,70 masih dianggap cukup atau diterima (Hair et al, 2011). Pengukuran validitas konvergen ini dapat dilihat dari besarnya *outer loadings*. Hasil validitas konvergen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**TABEL 4.9**  
**INITIAL ITEMS LOADINGS DAN AVE**

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loadings	AVE
Minat Menggunakan Layanan <i>Mobile</i> <i>Payment</i> (MM)	MM1	0.918	0.826
	MM2	0.939	
	MM3	0.868	
Persepsi Manfaat (PM)	PM1	0.832	0.614
	PM2	0.749	
	PM3	0.735	
	PM4	0.863	
	PM5	0.728	
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)	PKP1	0.819	0.692
	PKP2	0.743	
	PKP3	0.904	
	PKP4	0.852	
Sikap Penggunaan (SP)	SP1	0.805	0.715
	SP2	0.902	
	SP3	0.826	
Norma Subjektif (NS)	NS1	0.765	0.709
	NS2	0.865	
	NS3	0.863	
	NS4	0.870	
Kontrol Perilaku (KP)	KP1	0.907	0.697
	KP2	0.847	
	KP3	0.740	
	KP4	0.835	

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.9 yang menunjukkan bahwa hasil uji yang telah dilakukan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini nilai *outer loadings* nya sudah diatas 0,70 dan nilai AVE juga sudah diatas 0,50. Dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini valid dan konstruk memiliki validitas konvergen yang baik.

#### 4.4.1.2 Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan cara melihat pada nilai *cross loading* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Pada validitas diskriminan dikatakan cukup jika nilai *cross loading* setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya serta nilai *cross loading* diatas 0,60 sesuai dengan syarat. Hasil *cross loading* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**TABEL 4.10  
NILAI CROSS LOADING**

	KP	MM	NS	PKP	PM	SP
KP1	0.907	0.682	0.313	0.586	0.542	0.639
KP2	0.847	0.655	0.442	0.707	0.445	0.616
KP3	0.740	0.498	0.245	0.457	0.315	0.492
KP4	0.835	0.619	0.400	0.673	0.455	0.670
MM1	0.666	0.918	0.495	0.641	0.549	0.715
MM2	0.737	0.939	0.497	0.648	0.475	0.759
MM3	0.607	0.868	0.419	0.554	0.419	0.604
NS1	0.330	0.365	0.765	0.462	0.275	0.389
NS2	0.274	0.402	0.865	0.419	0.443	0.364
NS3	0.339	0.464	0.863	0.498	0.299	0.423
NS4	0.463	0.500	0.870	0.439	0.384	0.505
PKP1	0.549	0.503	0.401	0.819	0.521	0.495
PKP2	0.584	0.575	0.477	0.743	0.591	0.628
PKP3	0.652	0.601	0.499	0.904	0.552	0.616
PKP4	0.635	0.557	0.396	0.852	0.534	0.552
PM1	0.404	0.335	0.264	0.538	0.832	0.404
PM2	0.429	0.503	0.420	0.556	0.749	0.510
PM3	0.342	0.388	0.285	0.437	0.735	0.473
PM4	0.531	0.448	0.339	0.609	0.863	0.588
PM5	0.364	0.377	0.324	0.437	0.728	0.388
SP1	0.534	0.561	0.348	0.592	0.585	0.805
SP2	0.658	0.717	0.465	0.623	0.559	0.902
SP3	0.652	0.658	0.462	0.550	0.417	0.826

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.10 yang menunjukkan bahwa hasil uji yang telah dilakukan bahwa nilai korelasi indikator dengan konstruk lebih besar dibandingkan dengan konstruk lainnya serta nilai *cross loadings* sudah sesuai syarat yaitu diatas 0,60. Sehingga dapat disimpulkan memiliki validitas diskriminan yang baik.

Cara yang lain untuk menilai variabel diskriminan yaitu dengan melihat akar kuadrat AVE. Hasil uji dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada korelasi dengan semua konstruk. Hasil uji validitas diskriminan ditunjukkan pada tabel 4.11 dan tabel 4.12 sebagai berikut:

**TABEL 4.11**  
**NILAI CORELATIONS OF LATENT VARIABLE (FORNELL-LARCKER CRITERION)**

Item Pertanyaan	KP	MM	NS	PK	PM	SP
KP	0.835					
MM	0.740	0.909				
NS	0.424	0.520	0.842			
PKP	0.732	0.678	0.539	0.832		
PM	0.537	0.531	0.417	0.665	0.784	
SP	0.728	0.766	0.504	0.697	0.616	0.845

Sumber: data primer, diolah 2019

**TABEL 4.12**  
**NILAI AVE DAN AKAR AVE**

Variabel	AVE	$\sqrt{\text{AVE}}$	Keterangan
Kontrol Perilaku (KP)	0.697	0.835	Valid
Minat Menggunakan Layanan <i>Mobile Payment</i> (MM)	0.826	0.909	Valid
Norma Subjektif (NS)	0.709	0.842	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)	0.692	0.832	Valid
Persepsi Manfaat (PM)	0.614	0.784	Valid
Sikap Penggunaan (SP)	0.715	0.846	Valid

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.11 dan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antar semua konstruk pada tabel 4.12. Sebagai contoh pada konstruk kontrol perilaku lebih besar dibandingkan dengan koefisien korelasi antara variabel kontrol perilaku dengan variabel lain yang masing-masing memiliki nilai antara KP dengan MM sebesar 0,740, KP dengan NS sebesar 0,424, KP dengan PKP sebesar 0,732, KP dengan PM sebesar 0,537, KP dengan SP sebesar 0,728. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel kontrol perilaku memiliki tingkat validitas diskriminan yang baik dan dapat dinyatakan valid. Begitu pula dengan variabel-variabel yang lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki validitas diskriminan yang cukup baik.

#### **4.4.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan dari pengukurannya. Konstruk dikatakan reliabel apabila nilai *composite*

*reability* dan *cronbach alpha* diatas 0,70 (Ghozali, 2014). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**TABEL 4.13**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Minat Menggunakan Layanan <i>Mobile Payment</i>	0.895	0.934
Persepsi Manfaat	0.842	0.888
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.850	0.899
Sikap Penggunaan	0.799	0.882
Norma Subjektif	0.863	0.907
Kontrol Perilaku	0.853	0.901

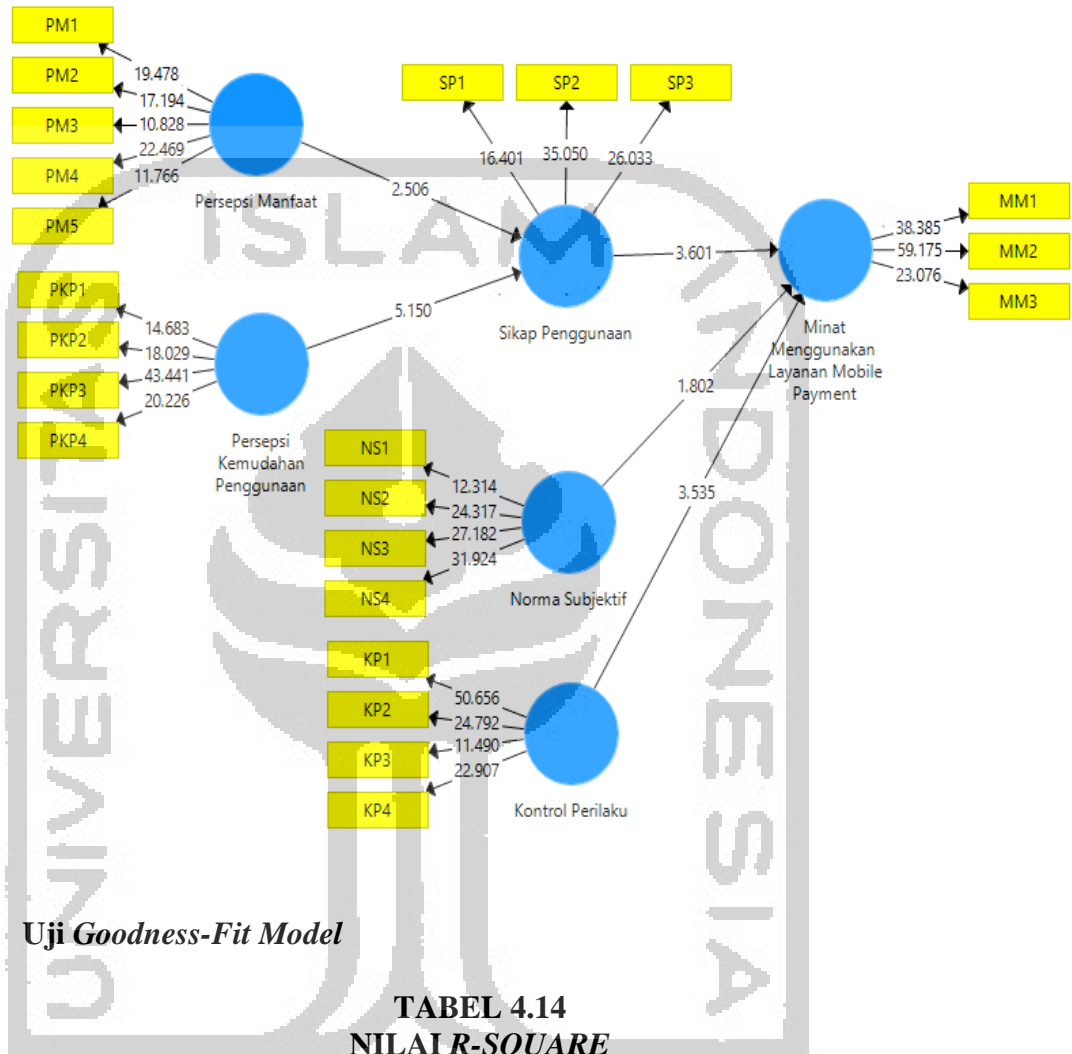
Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.13 yang menunjukkan bahwa hasil uji yang telah dilakukan bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70. Sehingga dapat disimpulkan seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

#### 4.5 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Dalam pengujian PLS dilakukan dua tahap untuk menganalisis yaitu uji model pengukuran (*outer model*) dan uji model struktural (*inner model*). Pada uji model struktural melihat pada nilai *R-square* yang meupakan uji *goodness-fit model* dan melihat signifikansi pengaruh antar variable dengan menggunakan hasil dari *Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)*. Berikut ini merupakan model hasil penelitian dengan menggunakan PLS:

**GAMBAR 4.1**  
**MODEL HASIL PENELITIAN**



**4.5.1 Uji Goodness-Fit Model**

**TABEL 4.14**  
**NILAI R-SQUARE**

Variabel	R Square
Sikap Penggunaan	0.527
Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	0.675

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan table 4.14 diatas menunjukkan bahwa nilai *R-Square* pada sikap penggunaan sebesar 0,527 yang berarti konstruk sikap penggunaan yang dijelaskan oleh konstruk persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dengan persentase 52,7% dan sisanya sebesar 47,3% dijelaskan oleh konstuk lain

diluar penelitian ini. Sedangkan nilai *R-Square* pada minat menggunakan layanan *mobile payment* sebesar 0,675 yang berarti konstruk sikap penggunaan, norma subjektif, dan kontrol perilaku dengan persentase 67,5% dan sisanya sebesar 32,5% dijelaskan oleh konstuk lain diluar penelitian ini.

#### 4.5.2 Uji Hipotesis

**TABEL 4.15**  
**HASIL PATH COEFFICIENTS**

	Hipotesa	Original Sample	T Statistics	Keterangan
H1	Persepsi Manfaat -> Sikap Penggunaan	0.274	2.506	Didukung
H2	Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Sikap Penggunaan	0.515	5.150	Didukung
H3	Sikap Penggunaan -> Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	0.421	3.601	Didukung
H4	Norma Subjektif -> Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	0.151	1.802	Tidak Didukung
H5	Kontrol Perilaku -> Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	0.370	3.535	Didukung

Sumber: data primer, diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.15 yang merupakan hasil uji hipotesa yang menguji pengaruh hubungan variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan serta untuk menguji pengaruh hubungan variabel sikap penggunaan, kontrol perilaku, norma subjektif terhadap minat menggunakan layanan mobile payment. Dalam tabel diatas, dengan melihat nilai *original sample*



dapat mengidentifikasi koefisien pengaruh antar variabel dan untuk mengetahui tingkat signifikansi hubungan antar variabel dapat melihat nilai t-statistik. Jika nilai t-statistik > t-tabel maka hasilnya signifikan (Ghozali, 2014). Dalam hal ini apabila nilai t-statistik pada tabel > t-tabel (1,985) maka hasilnya akan signifikan. Berikut ini merupakan penjelasan hasil uji hipotesa sebagai berikut:

### 4.5.3 Analisis Hipotesis

#### 4.5.3.1 Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

Pada hasil *path coefficients* untuk pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan diperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,274 dan nilai t-statistik sebesar 2,506 > 1,985. Dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan.

Apabila setiap mahasiswa merasakan manfaat yang besar pada layanan *mobile payment* maka mahasiswa akan bersikap positif terhadap layanan *mobile payment*. Dalam hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin bermanfaat layanan *mobile payment* maka semakin tinggi sikap penggunaan.

Sebelumnya dalam pembayaran transaksi hanya menggunakan uang tunai dan debit saja tetapi sekarang sudah bisa menggunakan layanan *mobile payment* yang sudah terinstal pada *handphone*. Dengan adanya layanan *mobile payment* dalam bertransaksi dapat memberikan manfaat seperti mempercepat dalam bertransaksi, meningkatkan kinerja, dapat diakses dimana dan kapan saja, meningkatkan efisiensi dan memberikan keamanan. Sehingga dari manfaat layanan

*mobile payment* maka akan membuat seseorang berpikiran positif terhadap layanan *mobile payment*. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian dari Octavia dan Pratiwi (2019) menjelaskan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan sistem informasi.

#### **4.5.3.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan *Mobile Payment***

Hasil *path coefficients* untuk pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan diperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,515 dan nilai t-statistik sebesar  $5,150 > 1,985$ . Dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan.

Apabila setiap mahasiswa merasakan kemudahan yang besar pada layanan *mobile payment* maka mahasiswa akan bersikap positif terhadap layanan *mobile payment*. Dalam hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi kemudahan yang didapat dari layanan *mobile payment* maka semakin tinggi sikap penggunaan.

Layanan *mobile payment* memberikan petunjuk cara penggunaannya dalam bertransaksi sehingga para pengguna tidak kesulitan dalam melakukan transaksi dan memudahkan pengguna menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian dari Octavia dan Pratiwi (2019) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan sistem informasi.

#### **4.5.3.3 Sikap Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment***

Hasil *path coefficients* untuk pengaruh sikap penggunaan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* diperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,421 dan nilai t-statistik sebesar  $3,601 > 1,985$ . Dapat disimpulkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*.

Apabila setiap mahasiswa merasa sangat percaya pada layanan *mobile payment* maka mahasiswa akan berminat terhadap layanan *mobile payment*. Dalam hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi kepercayaan pada layanan *mobile payment* maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan *mobile payment*.

Para mahasiswa dapat menilai apakah layanan *mobile payment* memberikan dampak positif atau negatif pada dirinya dalam bertransaksi. Sehingga para mahasiswa dapat bersikap terhadap tindakan yang diambil atas penilaian tersebut. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian dari Yudhi, Arthana, Rukhviyanti (2015) menjelaskan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*.

#### **4.5.3.4 Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment***

Hasil *path coefficients* untuk pengaruh norma subjektif terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* diperoleh nilai koefisien parameternya

sebesar 0,151 dan nilai t-statistik sebesar  $1,802 < 1,985$ . Dapat disimpulkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*.

Hal ini disebabkan karena rendah atau tingginya ajakan dari orang-orang di sekitarnya, mahasiswa akan tetap berminat untuk menggunakan layanan *mobile payment*. Karena mereka menganggap bahwa orang yang menggunakan layanan *mobile payment* akan lebih praktis, cepat, dan fleksibel dalam bertransaksi.

Adanya kemungkinan bahwa seseorang yang mempunyai pengetahuan yang lebih tentang sistem biasanya akan berminat menggunakan sistem atas kehendaknya sendiri bukan pengaruh dari orang sekitarnya. Seseorang yang tidak memiliki ilmu akan lebih mudah terpengaruh oleh orang-orang disekitarnya dibandingkan seseorang yang memiliki ilmu (Peniarsih dan Andriandi, 2018). Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian dari Peniarsih dan Andriandi (2018) menjelaskan bahwa norma subjektif berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*.

#### **4.5.3.5 Kontrol Perilaku Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment***

Hasil *path coefficients* untuk pengaruh kontrol perilaku terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment* diperoleh nilai koefisien parameternya sebesar 0,370 dan nilai t-statistik sebesar  $3,535 > 1,985$ . Dapat disimpulkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menggunakan layanan *mobile payment*.

Apabila setiap mahasiswa merasa sangat mampu menggunakan layanan *mobile payment* maka mahasiswa akan berminat terhadap layanan *mobile payment*. Dalam hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi seseorang mampu menggunakan layanan *mobile payment* maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan *mobile payment*.

Layanan *mobile payment* mampu menangani transaksi sesuai dengan keinginan penggunanya, dapat memberikan sesuatu yang dibutuhkan, dan memberikan bantuan ketika mengalami masalah dalam bertransaksi. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian dari Peniarsih dan Andriandi (2018) menjelaskan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile payment*.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan:

1. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap penggunaan yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan.
2. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan layanan *mobile payment* yaitu sikap penggunaan dan kontrol perilaku.
3. Variabel yang tidak berpengaruh signifikan pada variabel minat menggunakan layanan *mobile payment* yaitu norma subjektif.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan dan diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini hanya Mahasiswa Fakultas Ekonomi UII yang sudah menggunakan layanan *mobile payment* dan yang belum menggunakan layanan *mobile payment*.
2. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah layanan *mobile payment*.

3. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, sikap penggunaan, norma subjektif dan kontrol perilaku.

### 5.3 Saran

Penelitian ini masih terdapat banyak keterbatasan sehingga saran untuk dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan responden yang sudah menggunakan layanan *mobile payment* saja agar dapat menunjukkan hasil yang sebenarnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih spesifik pada objek penelitiannya misalnya penggunaan ovo, gopay, dana, dan lain-lain.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model ini dengan mempertimbangkan variabel potensial lainnya yang belum digunakan pada penelitian ini misalnya variabel risiko, kondisi dari fasilitas, motivasi hedonis, pengaruh social, kebiasaan dan lain-lain.

## 5.4 Implikasi Penelitian

### 1. Bagi Perusahaan Layanan *Mobile Payment*

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan layanan *mobile payment* untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment*. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* secara langsung yaitu sikap penggunaan dan kontrol perilaku dan faktor yang tidak langsung mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile payment* yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Apabila masyarakat merasa layanan *mobile payment* berdampak positif maka minat menggunakan layanan *mobile payment* menjadi lebih besar. Perusahaan layanan *mobile payment* dapat membuat layanan *mobile payment* semakin berkembang dan meningkatkan layanannya agar makin banyak yang berminat terhadap layanan *mobile payment*.

### 2. Bagi Calon Pengguna dan Pengguna Layanan *Mobile Payment*

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pengguna dan calon pengguna yang berminat menggunakan layanan *mobile payment*. Menurut hasil penelitian ini bahwa penggunaan layanan *mobile payment* banyak kelebihan seperti lebih mudah digunakan, praktis, efektif, mudah dipahami sehingga responden pada penelitian ini merasa layanan *mobile payment* berdampak positif bagi dirinya sehingga akan bersikap positif terhadap layanan *mobile*



*payment*. Diharapkan bagi pengguna layanan *mobile payment* yang sudah berminat akan tetap menggunakan layanan *mobile payment* dalam bertransaksi dan bagi calon pengguna akan berminat pada layanan *mobile payment* karena sudah mengetahui kelebihan dari layanan *mobile payment*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Adiyanti, A.I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah FEB*. Vol. 3 No. 1.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior: Organizational Behavior and Human Decision Process*, hal 179-211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Persolity, and Behavior*. New York : Open University Press.
- Ariyanto, Debby. (2018). Pengaruh *Attitude, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control* terhadap *Repurchase Intention E-Money*. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*. Vol. 6 No.4, hal 583-588.
- Azwar, S. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bukhori, Imam. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Dampak Adopsi *Mobile Payment* di Kalangan *Merchant*. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *Massachusetts Institute of Technology*. Vol. 13 No. 3, hal 319-335.
- Dewi dan Ardani. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif terhadap Niat Beli Ulang Produk Fashion Via Online di Kota Denpasar. *Jurnal Universitas Udayana*. Vol. 5 No. 1, hal 650-674.
- Fathia, Arlini. (2012). Faktor Determinan Minat Individu Menggunakan Kartu Kredit : Model Kombinasi TAM dan TPB. *Jurnal Universitas Brawijaya*.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gosal dan Linawati. (2018). Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap *Spending Behavior*. *Seminar Nasional dan Call for Papers*, hal 455- 461.
- Hair, et al. (2014). *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. New Jersey : Pearson.

- Hair, J., Ringle, C., dan Sarstedt, M. (2013). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Rigorous Applications, Better Results and Higher Acceptance*, hal 1-12.
- Hardanti, K.N. dan Saraswati, E. (2013). Faktor Minat Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce. *Simposium Nasional Akuntansi XVI*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Yogyakarta : Andi.
- Jimantoro, C., dan Tjondro, E. (2014). Analisis Niat Penggunaan E-Filing di PT "X" dan PT"Y" Surabaya dengan *Structural Equation Modeling*. *Jurnal Universitas Kristen Petra*. Vol.4 No. 2, hal 1-7.
- Juhri, J. dan Dewi, C.K. (2017), Kepercayaan dan Penerimaan Layanan *Mobile Money T-Cash* di Bandung dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Jurnal Universitas Telkom*. Vol. 10 No. 1, hal 36-49
- Kusumaningrum, Fitra. (2017). Analisis Faktor-Faktor Potensial terhadap Minat Penggunaan E-Filling: Modifikasi *Technology Acceptance Model (TAM)* Dan *Theory Of Planned Behavior (TPB)*. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Laudon dan Laudon. (2015). *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Nugroho, Winarno, Hartanto. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *Mobile Payment* dengan Pendekatan *Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. *Jurnal Universitas Gajah Mada*, hal 226-232.
- Nurmalasari, Ajeng. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Octavia, G.G. dan Pratiwi, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Pengguna dalam Bertransaksi Menggunakan E-Money yang Dimediasi oleh Sikap Pengguna (Studi Empiris pada Pengguna E-Money Berbasis Ovo). *Jurnal STIE Multi Data Palembang*, hal 1-15.
- Peniarsih dan Andriandi. (2018). Analisis Determinan Sistem Informasi E-Ticketing (Pendekatan *Extended Theory Of Planned Behaviour*). *Journal of Information System, Applied, Managemen, Accounting and Reseachr*. Vol.2 No.3, hal 40-51.
- Pertawijaya, Immar. (2015). Analisis Komparatif *Mobile Technology Acceptance Model* Pada Aplikasi Telkom T-Money dan Mandiri E-Cash. *Jurnal Universitas Telkom*. Vol. 2 No. 2.

- Pramono, B., Yanuarti, T., Purusitawati, P.D., dan Emmy. Y.T. (2006). Dampak Pembayaran Non Tunai terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter. *Working Paper*.
- Rahman, A. dan Dewantara, R.Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli *Online* (Studi Kasus pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 52 No. 1, hal 1-7.
- Roberts, K.R. (2008). Using The Theory of Planned Behavior to Explore Restaurant Managers Support for Employee Safety Food Training. *An Abstract of a Dissertation*.
- Rochmawati, Unnia. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Sikap Nasabah terhadap Penerimaan Penggunaan E-Banking bagi Nasabah Bank BNI di Surabaya. *Jurnal STIE Perbanas Surabaya*., hal 1-12.
- Safeena, R., Date, H., Hundewale, N., dan Kammani, A. (2013). *Combination of TAM and TPB in Internet Banking Adoption. International Journal of Computer Theory and Engineering*. Vol. 5 No. 1, hal 146-149.
- Siri, M., Fitriyani, dan Herliana, A. (2017). Analisis Sikap Pengguna *Paytren* Menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Informatika*. Vol. 4 No. 1, hal 66-73.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Swandrastri, Gege. (2017). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Tallaha, A.M., Shukor. Z.A., dan Hassan, N.S.A. (2014). *Factors Influencing E-Filing Usage Among Malaysian Tax Payers: Does Tax Knowledge Matters?. Jurnal Pengurusan*, hal 91-101.
- Tjini dan Baridwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Universitas Brawijaya*. Vol. 1 No. 2.
- Widyaharsana. (2010). *Mobile Marketing Sebagai Media Pemasaran*. Jakarta: PPM.
- Yogananda, A.S. dan Dirgantara, M.B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko

terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 6 No. 4, hal 1-6.

Yudhi, W., Arthana, R., dan Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Of Planned Behavior* (TPB). Vol. 7 No.1, hal 25-41.

Yulianto, Y., Ferdinand, A.T., dan Soesanto, H. (2016). Studi Mengenai Pengaruh Tekanan Waktu untuk Membeli, Derajat Diferensiasi Produk dan Customer Value terhadap Minat Bertransaksi Ulang Menggunakan Uang Elektronik (Studi pada Penggunaan Uang Elektronik E-Money di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 15 No. 3, hal 152-167.



**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth.

Saudara/i

Di Tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan saya mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi persyaratan dalam penyelesaian pendidikan. Penelitian yang sedang saya lakukan berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan *Mobile Payment* Dalam Bertransaksi”. Sehubungan dengan hal tersebut, saya menyusun kuesioner yang didalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan yang dimaksudkan untuk memperoleh penilaian Saudara/i, khususnya berkenaan dengan layanan *mobile payment*. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sesuai dengan petunjuk pengisian dalam kuesioner ini. Atas partisipasi saudara/i sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan seluruh jawaban Saudara/i akan dirahasiakan. Atas bantuan dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Anisah Rachmawati

15312283

## KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk: Berilah tanda (√) dan isilah titik – titik dibawah ini sesuai kondisi saudara/i saat ini.

### A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
2. Usia : ..... tahun
3. Semester : .....
4. Jurusan : .....
5. Penggunaan Layanan *Mobile Payment*  
 Sudah Pernah  Belum Pernah
6. Uang Saku :  
 < Rp 500.000, 00  
 Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00  
 Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00  
 > Rp 1.500.000,00

### B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda “centang” (√) pada skala yang ada untuk masing-masing pertanyaan sesuai jawaban yang paling cocok dengan saudara/i.

#### Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

## PERSEPSI MANFAAT

Keterangan: pertanyaan berikut ini digunakan untuk menggambarkan persepsi manfaat yang saudara/i dengan adanya layanan *mobile payment*.

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1	Dengan adanya layanan <i>mobile payment</i> , dapat mempercepat dalam bertransaksi				
2	Dengan adanya layanan <i>mobile payment</i> , dapat meningkatkan kinerja				
3	Dengan adanya layanan <i>mobile payment</i> , dapat diakses dimana dan kapan saja				
4	Dengan adanya layanan <i>mobile payment</i> , dapat meningkatkan efesiesnsi				
5	Dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> , dapat memberikan banyak manfaat				



## PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNA

Keterangan: pertanyaan berikut ini digunakan untuk menggambarkan persepsi kemudahan pengguna yang saudara/i adanya layanan *mobile payment*.

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1	Saya merasa bahwa adanya aplikasi layanan <i>mobile payment</i> mudah untuk dipelajari dan mudah untuk diakses				
2	Saya merasa bahwa adanya layanan <i>mobile payment</i> mendukung transaksi yang saya inginkan				
3	Saya merasa bahwa intruksi pada layanan <i>mobile payment</i> mudah dimengerti dan sangat jelas				
4	Saya merasa layanan <i>mobile payment</i> memberikan keamanan yang baik dalam proses bertransaksi				

## SIKAP PENGGUNAAN

Keterangan: pertanyaan berikut ini digunakan untuk menggambarkan sikap saudara/i pada penggunaan layanan *mobile payment*.

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1	Saya merasa dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i> merupakan ide yang baik untuk bertransaksi				
2	Saya ingin dalam bertransaksi dapat menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				
3	Saya merasa bahwa sistem pada layanan <i>mobile payment</i> menarik				

## NORMA SUBYEKTIF

Keterangan: pertanyaan berikut ini digunakan untuk menggambarkan norma subyektif yang membuat saudara/i berminat menggunakan layanan *mobile payment*.

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1	Orang-orang sekitar saya memiliki kelebihan dalam menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				
2	Orang-orang sekitar saya mempengaruhi saya untuk menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				
3	Orang-orang sekitar saya mendukung saya untuk menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				
4	Orang-orang sekitar saya memberikan harapan kepada saya untuk melakukan bertransaksi dengan menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				

## KONTROL PERILAKU

Keterangan: pertanyaan berikut ini digunakan untuk menggambarkan kontrol perilaku saudara/i menggunakan layanan *mobile payment*.

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1	Saya merasakan nyaman dalam menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				
2	Saya merasakan mudah menggunakan layanan <i>mobile payment</i>				
3	Saya dapat menggunakan layanan <i>mobile payment</i> bahkan ketika tidak ada seseorang yang membantu saya tentang cara menggunakannya.				
4	Saya merasa mudah memahami informasi pada aplikasi layanan <i>mobile payment</i>				

## MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE PAYMENT

Keterangan: pertanyaan berikut ini digunakan untuk menggambarkan minat saudara/i pada minat menggunakan layanan *mobile payment*.

No	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Setuju (3)	Sangat Setuju (4)
1	Saya berniat menggunakan layanan <i>mobile payment</i> dalam bertransaksi				
2	Saya bermaksud menggunakan layanan <i>mobile payment</i> dalam bertransaksi				
3	Saya akan tetap menggunakan layanan <i>mobile payment</i> di masa depan				

LAMPIRAN 2

TABULASI DATA

Persepsi Manfaat					Persepsi Kemudahan Penggunaan				Sikap Penggunaan			Norma Subjektif				Kontrol Perilaku				Minat Menggunakan Layanan <i>Mobile Payment</i>		
P M1	P M2	P M3	P M4	P M5	PK P1	PK P2	PK P3	PK P4	SP 1	SP 2	SP 3	NS 1	NS 2	NS 3	NS 4	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	M M1	M M2	M M3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3
4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Persepsi Manfaat					Persepsi Kemudahan Penggunaan				Sikap Penggunaan			Norma Subjektif				Kontrol Perilaku				Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment		
4	3	4	3	4	4	2	4	4	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	1	1	1	4	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Persepsi Manfaat					Persepsi Kemudahan Penggunaan				Sikap Penggunaan			Norma Subjektif				Kontrol Perilaku				Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment		
4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3
3	2	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3	3	4	4	3	3	4	4
4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
3	3	2	2	2	4	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	1	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	3	3	4	3	2	2	3
4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4

Persepsi Manfaat					Persepsi Kemudahan Penggunaan				Sikap Penggunaan			Norma Subjektif				Kontrol Perilaku				Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4
3	2	4	3	4	1	3	1	1	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3
3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	4	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4



Persepsi Manfaat					Persepsi Kemudahan Penggunaan				Sikap Penggunaan				Norma Subjektif				Kontrol Perilaku				Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	
4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	
3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	
4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	
4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	
3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	2	3	2	4	3	1	3	4	1	3	2	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	
4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	

Persepsi Manfaat					Persepsi Kemudahan Penggunaan				Sikap Penggunaan			Norma Subjektif				Kontrol Perilaku				Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment		
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3

Jenis Kelamin	Usia	Semester	Jurusan	Penggunaan Layanan Mobile Payment	Uang Saku
Perempuan	21 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	21 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	21 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	18 tahun	4	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Laki-Laki	19 tahun	4	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Laki-Laki	20 tahun	6	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Laki-Laki	18 tahun	2	Ilmu Ekonomi	Belum Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Laki-Laki	19 tahun	4	Manajemen	Belum Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	19 tahun	4	Akuntansi	Belum Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00

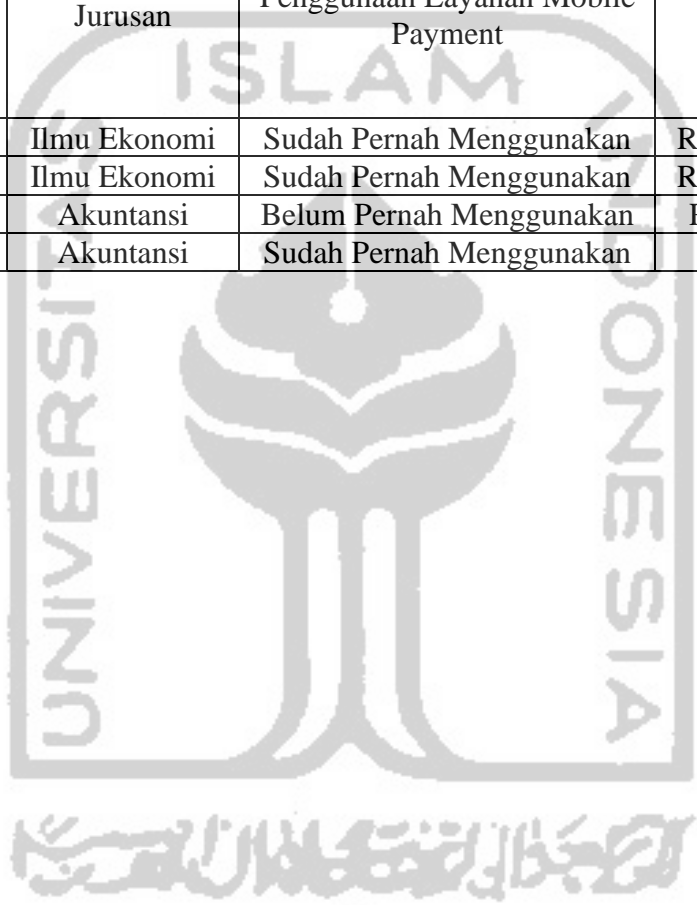
Jenis Kelamin	Usia	Semester	Jurusan	Penggunaan Layanan Mobile Payment	Uang Saku
Laki-Laki	22 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	19 tahun	4	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	20 tahun	6	Manajemen	Belum Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	18 tahun	2	Manajemen	Belum Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	20 tahun	6	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Perempuan	23 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	21 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	6	Akuntansi	Belum Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	6	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	21 tahun	6	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	23 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	21 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Perempuan	22 tahun	6	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	20 tahun	6	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	21 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00

Jenis Kelamin	Usia	Semester	Jurusan	Penggunaan Layanan Mobile Payment	Uang Saku
Laki-Laki	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	6	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Belum Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	21 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	21 tahun	6	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	22 tahun	6	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	20 tahun	6	Akuntansi	Belum Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	20 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	18 tahun	2	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	21 tahun	6	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	21 tahun	6	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	19 tahun	2	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	20 tahun	6	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00

Jenis Kelamin	Usia	Semester	Jurusan	Penggunaan Layanan Mobile Payment	Uang Saku
Laki-Laki	20 tahun	2	Akuntansi	Belum Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	20 tahun	6	Ilmu Ekonomi	Belum Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Laki-Laki	21 tahun	6	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	20 tahun	6	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	19 tahun	2	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	19 tahun	2	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Laki-Laki	21 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	21 tahun	6	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	21 tahun	6	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	21 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Perempuan	23 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	23 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	22 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	22 tahun	8	Manajemen	Belum Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	19 tahun	2	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	19 tahun	4	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00

Jenis Kelamin	Usia	Semester	Jurusan	Penggunaan Layanan Mobile Payment	Uang Saku
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	23 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Laki-Laki	21 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	21 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Belum Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Perempuan	19 tahun	2	Akuntansi	Belum Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	19 tahun	2	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Perempuan	20 tahun	6	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	22 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	21 tahun	6	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Perempuan	20 tahun	4	Akuntansi	Belum Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	21 tahun	4	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Manajemen	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00
Perempuan	21 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Laki-Laki	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	< Rp 500.000, 00
Laki-Laki	22 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00

Jenis Kelamin	Usia	Semester	Jurusan	Penggunaan Layanan Mobile Payment	Uang Saku
Laki-Laki	22 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	21 tahun	8	Ilmu Ekonomi	Sudah Pernah Menggunakan	Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Belum Pernah Menggunakan	Rp 500.000, 00 – Rp 1.000.000,00
Perempuan	22 tahun	8	Akuntansi	Sudah Pernah Menggunakan	> Rp 1.500.000,00



### LAMPIRAN 3

#### ANALISIS DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Manfaat	100	2.40	4.00	3.6580	.40829
Persepsi Kemudahan Pengguna	100	1.50	4.00	3.4875	.51661
Sikap Penggunaan Layanan Mobile Payment	100	2.33	4.00	3.4833	.51981
Norma Subyektif	100	1.25	4.00	3.2150	.59989
Kontrol Perilaku	100	2.25	4.00	3.5000	.49237
Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	100	2.00	4.00	3.5133	.54520
Valid N (listwise)	100				



## LAMPIRAN 4

### HASIL OUTER MODEL

#### 1. Validitas Konvergen

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loadings	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Minat Menggunakan Layanan <i>Mobile Payment (MM)</i>	MM1	0.918	0.895	0.934	0.826
	MM2	0.939			
	MM3	0.868			
Persepsi Manfaat (PM)	PM1	0.832	0.842	0.888	0.614
	PM2	0.749			
	PM3	0.735			
	PM4	0.863			
	PM5	0.728			
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PKP)	PKP1	0.819	0.850	0.899	0.692
	PKP2	0.743			
	PKP3	0.904			
	PKP4	0.852			
Sikap Penggunaan (SP)	SP1	0.805	0.799	0.882	0.715
	SP2	0.902			
	SP3	0.826			
Norma Subjektif (NS)	NS1	0.765	0.863	0.907	0.709
	NS2	0.865			
	NS3	0.863			
	NS4	0.870			
Kontrol Perilaku (KP)	KP1	0.907	0.853	0.901	0.697
	KP2	0.847			
	KP3	0.740			
	KP4	0.835			

## 2. Validitas Diskriminan

### a) Nilai *Cross Loading*

	KP	MM	NS	PKP	PM	SP
KP1	0.907	0.682	0.313	0.586	0.542	0.639
KP2	0.847	0.655	0.442	0.707	0.445	0.616
KP3	0.740	0.498	0.245	0.457	0.315	0.492
KP4	0.835	0.619	0.400	0.673	0.455	0.670
MM1	0.666	0.918	0.495	0.641	0.549	0.715
MM2	0.737	0.939	0.497	0.648	0.475	0.759
MM3	0.607	0.868	0.419	0.554	0.419	0.604
NS1	0.330	0.365	0.765	0.462	0.275	0.389
NS2	0.274	0.402	0.865	0.419	0.443	0.364
NS3	0.339	0.464	0.863	0.498	0.299	0.423
NS4	0.463	0.500	0.870	0.439	0.384	0.505
PKP1	0.549	0.503	0.401	0.819	0.521	0.495
PKP2	0.584	0.575	0.477	0.743	0.591	0.628
PKP3	0.652	0.601	0.499	0.904	0.552	0.616
PKP4	0.635	0.557	0.396	0.852	0.534	0.552
PM1	0.404	0.335	0.264	0.538	0.832	0.404
PM2	0.429	0.503	0.420	0.556	0.749	0.510
PM3	0.342	0.388	0.285	0.437	0.735	0.473
PM4	0.531	0.448	0.339	0.609	0.863	0.588
PM5	0.364	0.377	0.324	0.437	0.728	0.388
SP1	0.534	0.561	0.348	0.592	0.585	0.805
SP2	0.658	0.717	0.465	0.623	0.559	0.902
SP3	0.652	0.658	0.462	0.550	0.417	0.826

b) Nilai Corelations Of Latent Variable (Fornell-Larcker Criterion)

Item Pertanyaan	KP	MM	NS	PK	PM	SP
KP	0.835					
MM	0.740	0.909				
NS	0.424	0.520	0.842			
PKP	0.732	0.678	0.539	0.832		
PM	0.537	0.531	0.417	0.665	0.784	
SP	0.728	0.766	0.504	0.697	0.616	0.845



## LAMPIRAN 5

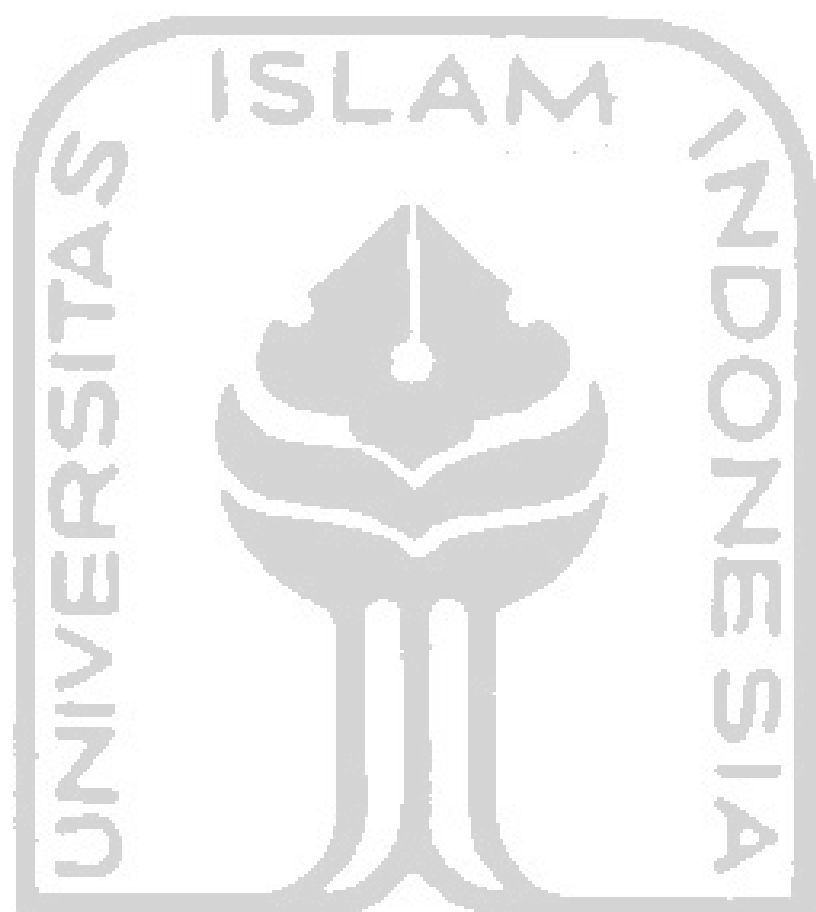
### HASIL INNER MODEL

#### 1. R Square

Variabel	R Square	R Squaure Adjusted
Sikap Penggunaan	0.527	0.517
Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	0.675	0.665

#### 2. Path Coefficients

	Hipotesa	Original Sample	Sample Mean	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	Persepsi Manfaat -> Sikap Penggunaan	0.274	0.274	2.506	0.013	Diterima
H2	Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Sikap Penggunaan	0.515	0.519	5.150	0.000	Diterima
H3	Sikap Penggunaan -> Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	0.421	0.411	3.601	0.000	Diterima
H4	Norma Subjektif -> Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	0.151	0.158	1.802	0.072	Tidak Diterima
H5	Kontrol Perilaku -> Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment	0.370	0.375	3.535	0.000	Diterima



جامعة الإسلام في إندونيسيا