

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi *Mobile Payment*: Memperluas Model Meta-UTAUT dengan Faktor *Personal Innovativeness, Anxiety, Trust, dan Grievance Redressal*

Alfan Inzaghi^{a)}, Anjar Priyono

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 18311173@students.uii.ac.id

ABSTRACT

Mobile payment system adalah masa depan sebagai langkah menuju masyarakat tanpa uang tunai. Di beberapa pasar, uang tunai sudah digantikan dengan transaksi digital, tetapi konsumen di banyak negara berkembang lebih lambat dalam transisi menuju pembayaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu utama adopsi pembayaran seluler konsumen di Indonesia. Metode yang dilakukan dalam penelitian adalah kuantitatif dengan menggunakan sampel 230 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling*. Analisis data menggunakan *structural equation modelling* (SEM) dan dilakukan menggunakan *partial least squares* (PLS) dengan *software* SmartPLS 3. Penelitian ini mengadaptasi model meta-UTAUT dengan variabel *attitude* sebagai konstruk inti dan memperluas model dengan konstruk terkait konsumen seperti *personal innovativeness, anxiety, trust, dan grievance redressal*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *personal innovativeness, trust, dan grievance redressal* memiliki efek positif dan signifikan terhadap *attitude* untuk menggunakan sistem pembayaran seluler. Namun *anxiety* memiliki efek negatif dan tidak signifikan terhadap *attitude* untuk menggunakan sistem pembayaran seluler.

Kata Kunci: *meta-UTAUT, mobile payment system, use behavior, personal innovativeness, anxiety, trust, grievance redressal*

PENDAHULUAN

Akibat terjadinya berbagai inovasi teknologi, beberapa industri dipaksa untuk menghadapi perubahan struktural yang bersifat disruptif, salah satunya industri dalam layanan keuangan. Inovasi ini secara bertahap menggeser aktivitas sehari-hari dalam lingkungan fisik ke lingkungan virtual berbasis seluler (Thakur and Srivastava, 2014). Perkembangan pengguna internet dengan penggunaan perangkat smartphone ini sangat diikuti oleh industri

perbankan Indonesia sebagai tantangan dan peluang dalam menciptakan berbagai macam inovasi bisnisnya dalam melakukan pembayaran secara digital dengan menggunakan *smarthphone*. Layanan perbankan yang menghadirkan sistem pembayaran berbasis perangkat seluler biasa dikenal dengan layanan *mobile banking*. Layanan *mobile banking* di Indonesia terdapat beberapa layanan dari perbankan masing-masing, seperti BCA Mobile, OCTO Mobile, Livin, BRImo, BNI Mobile, dsb.

Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta atau 73,7 persen dari total populasi sebesar 274,9 juta jiwa pada Januari 2021. Dari total tersebut, sebanyak 195,3 juta jiwa atau 96,4 persennya mengakses internet lewat perangkat mobile berjenis *smartphone* (Pertwi, 2021). Dalam hal ini menjadikan peluang besar bagi pengguna *smartphone* untuk menggunakan sistem pembayaran berbasis perangkat seluler, karena sebagian lebih dari masyarakat Indonesia saat ini telah menggunakan *smartphone*. Sistem pembayaran berbasis perangkat seluler saat ini mempengaruhi perilaku masyarakat di seluruh penjuru dunia sejak adanya inovasi ini dalam sejarah manusia untuk menjadi bagian integral dari masyarakat abad ke-21 (Patil *et al.*, 2020). Pembayaran seluler telah terlihat keberhasilan di negara maju seperti Inggris (Slade *et al.*, 2015).

Agarwal and Prasad (1998) mengkonseptualisasikan sebuah konstruksi yang disebut *personal innovativeness* (inovasi individu) dalam domain perkembangan sistem informasi teknologi yang baru, yang didefinisikan sebagai "kesediaan individu untuk mencoba teknologi informasi yang baru". Berkenaan dengan penggunaan suatu sistem informasi teknologi baru seperti *mobile payment*, kepercayaan (*trust*) sangat penting bagi pengguna, mengingat dengan adanya potensi bahaya suatu sistem itu bisa diretas (Shin, 2009). Dengan adanya resiko suatu sistem itu bisa diretas pengguna adopsi suatu teknologi sering merasa semakin tidak yakin atau cemas (*anxiety*) tentang penggunaan suatu sistem informasi teknologi tersebut. Terlepas dari timbulnya cemas (*anxiety*), hal yang menyebabkan merasa cemas seperti berfikir jika kehilangan informasi pribadi, data-data pribadi atau mungkin jika terjadi masalah atau eror atau terjadi kejahatan yang meretas suatu sistem informasi teknologi pada suatu sistem pembayaran seluler, seperti transaksi yang gagal yang kemungkinan akan memengaruhi pembayaran seluler dan layanan *mobile payment system*. Sebuah upaya telah dilakukan dalam penelitian ini untuk mengatasi kesenjangan di atas dan untuk menyelidiki mengenai penanganan keluhan (*grievance redressal*) terhadap kelanjutan layanan *mobile payment system* (Kumar *et al.*, 2018).

Tinjauan literatur komprehensif tentang adopsi teknologi seluler banyak ditemukan bahwa sebagian besar peneliti menggunakan model penerimaan teknologi (TAM), misalnya (Thakur and Srivastava, 2014; Sivathanu, 2019). Penelitian sebelumnya sebagai lensa teoretis yang terutama dikembangkan untuk memahami pengguna teknologi dalam konteks pengaruh dari organisasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini mengembangkan dari model penelitian dan temuan yang ada dari penelitian-penelitian sebelumnya masih sedikit diterapkan yaitu menambahkan konstruk individu, terutama untuk konteks penelitian di Indonesia, karena Indonesia merupakan salah satu negara yang termasuk pengguna *smartphone* yang besar. Indonesia juga memiliki banyak budaya dan bahasa masing-masing di setiap daerahnya. Sehingga pola hidup dan pikir di setiap daerah akan berbeda-beda, dan di Indonesia sendiri masih ditemukan beberapa masyarakat melakukan transaksi dengan berbasis uang tunai, hal ini sangat bergantung pada transaksi moneter berbasis kertas yang mendominasi aktivitas perdagangan terutama pada kehidupan masyarakat di kota-kota kecil. Penelitian ini dengan tujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat dalam penggunaan suatu layanan sistem pembayaran seluler di Indonesia dengan mengkaji ulang model UTAUT melalui kombinasi teknik *meta-analysis and structural equation modelling*

(MASEM) untuk mengatasi beberapa keterbatasan tersebut (Dwivedi *et al.*, 2019). Maka dari itu, penelitian ini akan mengacu pada model meta-UTAUT, dengan menambahkan konstruk tambahan seperti kecemasan (*anxiety*), kepercayaan (*trust*), inovasi individu (*personal innovativeness*), dan penanganan keluhan (*grievance redressal*) (Patil *et al.*, 2020).

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

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

UTAUT atau *unified theory of technology acceptance and use of technology* adalah suatu model penerimaan teknologi terbaru. UTAUT merupakan teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu terbaru yang dianggap sebagai model yang paling tepat. UTAUT memadukan delapan model yaitu *theory reasoned action* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *motivational model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *model of PC utilization* (MPCU), *innovation diffusion theory* (IDT), dan *social cognitive theory* (SCT).

Teori UTAUT ini jika dibandingkan dengan beberapa model tersebut, UTAUT terbukti berhasil menjelaskan hingga 70% varian *behavioral intention*. UTAUT mengembangkan teori yang komprehensif berdasarkan tinjauan menyeluruh dari model adopsi teknologi yang dominan. Untuk mengatasi keterbatasan teori yang ada, UTAUT mendalilkan harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), dan pengaruh sosial (*social influence*) sebagai pengaruh atau penentu langsung dari niat perilaku/pengguna yang bersama-sama dengan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) yang mempengaruhi perilaku penggunaan (Venkatesh *et al.*, 2003).

UTAUT muncul sebagai lensa teoritis yang paling populer kedua dalam memahami adopsi pembayaran seluler konsumen setelah *technology acceptance model* (TAM) (Patil *et al.*, 2017). Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Slade *et al.* (2014) melakukan penelitian menggunakan teori UTAUT untuk menguji adopsi konsumen dari pembayaran seluler (*mobile payment*) di Inggris. Namun, UTAUT juga awalnya dikembangkan dalam konteks organisasi untuk menjelaskan penerimaan teknologi. Maka dari itu, Venkatesh *et al.* (2012) menciptakan atau mengusulkan versi perpanjangan UTAUT yang menyesuaikan model dengan konteks penerimaan teknologi bagi konsumen atau individu, yang dikenal sebagai *unified theory acceptance use of technology 2* (UTAUT2) yang bertujuan untuk memberikan kerangka model yang lebih spesifik lagi untuk menjelaskan mengenai penerimaan dan penggunaan teknologi. Perluasan model teori UTAUT yang baru disebut dengan UTAUT 2. UTAUT 2 mengenalkan tiga konstruk baru yaitu motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*).

Meta-UTAUT Model

Teori berbasis UTAUT memang sudah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti, terlepas dari kelengkapan dan popularitasnya, teori berbasis UTAUT ini memiliki banyak keterbatasan yang melekat (Tamilmani, Rana and Dwivedi, 2020). Penelitian sebelumnya telah mendapati terhadap keterbatasan yang berada pada teori berbasis UTAUT baik secara eksplisit maupun implisit selama penelitian secara empiris mereka yang telah dilakukan. Mereka mengkaji ulang model UTAUT melalui kombinasi teknik *meta-analysis and structural equation modelling* (MASEM) untuk mengatasi beberapa keterbatasan tersebut (Dwivedi *et al.*, 2019).

Maka dari itu, penelitian ini akan mengacu pada model meta-UTAUT. Dalam pemeriksaan kembali sehingga menemukan bahwa para peneliti dengan menerapkan model UTAUT secara keseluruhan dengan penyertaan hubungan moderator yang terbatas. Perbedaan yang paling penting dari model UTAUT dengan meta-UTAUT adalah model UTAUT tidak memiliki atribut yang berkaitan dengan “individu” yang terlibat dengan adopsi teknologi yang dapat berpengaruh dalam menjelaskan posisi mereka terhadap penggunaan teknologi yang mendasarinya (Patil *et al.*, 2020).

Dalam penelitian meta-UTAUT menggaris bawahi peran penting sikap (*attitude*) dalam memprediksi penerimaan teknologi individu. Selain itu, sikap (*attitude*) memainkan peran yang lebih menonjol pada niat individu untuk melakukan perilaku yang mendasarinya terutama selama tahap awal adopsi teknologi (Patil *et al.*, 2020).

Oleh karena itu, model meta-UTAUT akan paling tepat untuk memahami adopsi pembayaran seluler dalam penelitian ini. Meskipun meta-UTAUT telah mengatasi beberapa keterbatasan dari model UTAUT, tetapi masih memerlukan beberapa konstruksi eksternal khusus konteks yang dapat lebih tepat menangkap semua aspek yang mungkin dari sistem pembayaran seluler ini. Menyadari hal ini, penelitian saat ini telah memasukkan beberapa konstruksi tambahan seperti kecemasan (*anxiety*), kepercayaan (*trust*), inovasi individu (*personal innovativeness*), dan keluhan (*grievance*).

Performance Expectancy

Performance expectancy dapat diartikan sebagai tingkat di mana sistem informasi atau teknologi yang dapat menawarkan atau memberikan manfaat kepada konsumen dalam melakukan aktivitas tertentu (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian yang dilakukan Wulandari (2017), menemukan pengaruh kegunaan yang dirasakan terhadap sikap pengguna sebagai signifikan ketika menganalisis penerimaan pembayaran tanpa uang tunai di Indonesia. Namun pada penelitian yang dilakukan Patil *et al.* (2020) mencoba mengganti konstruk kegunaan yang dirasakan/*perceived usefulness* menggantinya dengan *performance expectancy* (ekspektasi kinerja). Menurutnya bahwa *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) merupakan salah satu pengganti konstruk terkuat dari konstruk kegunaan yang dirasakan/*perceived usefulness*.

Dalam penelitiannya Patil *et al.* (2020) menemukan bahwa *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *attitude* (sikap) dalam penggunaan sistem pembayaran seluler di India, peran *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) muncul sebagai prediktor signifikan dari sikap konsumen India terhadap pembayaran mobile.

Performance expectancy dimaksudkan sebagai tingkat bahwa dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem pembayaran seluler akan memberikan keuntungan dalam melakukan transaksi keuangan. Keuntungan dalam hal ini merupakan keuntungan dalam bentuk kemudahan yang didapatkan dari berbagai fitur yang tersedia dalam sistem pembayaran seluler yang pada akhirnya akan bermanfaat untuk meningkatkan efisiensi dalam menyelesaikan transaksi keuangan (Patil *et al.*, 2020). Berdasarkan temuan yang ada maka peneliti ingin mencoba mengkaji ulang temuan tersebut, maka penelitian ini juga mengusulkan hipotesis berikut:

H₁: *Performance expectancy akan mempengaruhi attitude untuk mengadopsi mobile payment system.*

H₂: *Performance expectancy akan berpengaruh terhadap use behaviour untuk mengadopsi mobile payment system.*

Effort Expectancy

Effort expectancy dapat diartikan sebagai tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan teknologi (Venkatesh, Thong and Xu, 2012). Peneliti tentang penerimaan adopsi teknologi telah melaporkan hasil yang beragam yaitu dampak signifikan maupun tidak signifikan dari *effort expectancy* atau konstruksi penggantinya baik pada sikap dan niat perilaku (Patil *et al.*, 2020). *Effort expectancy* ini dimaksudkan bahwa sebagai tingkat kemudahan yang berkaitan dengan besaran usaha yang dirasakan oleh para pengguna saat menyelesaikan transaksi keuangan melalui sistem pembayaran seluler. Hadirnya sistem pembayaran seluler dapat menjadi sebuah solusi bagi masyarakat agar dapat menyelesaikan berbagai transaksi keuangan melalui *smartphone* yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dalam waktu yang relatif singkat.

Peneliti seperti Wulandari (2017) menemukan hubungan ini signifikan dalam penerimaan suatu sistem pembayaran seluler. Meskipun sejumlah besar penduduk memiliki *smartphone*, sistem pembayaran seluler masih belum matang di Indonesia, terutama pada daerah kota-kota kecil, dengan hanya beberapa dari mereka yang menggunakannya untuk pembayaran. Penelitian ini berpendapat bahwa pengaruh *effort expectancy* pada sikap konsumen akan signifikan dalam konteks tersebut. Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Effort expectancy akan berpengaruh terhadap attitude untuk mengadopsi mobile payment system.*

Social Influence

Social Influence dapat didefinisikan sebagai mana konsumen merasakan bahwa orang lain itu sangat penting (misal: keluarga, teman, sekolah, dll.) dalam hidup mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh, Thong and Xu, 2012). Atribut ini muncul sebagai prediktor yang signifikan dari niat perilaku di metode UTAUT di bawah pengaruh usia, jenis kelamin, dan pengalaman sebagai variabel moderating (Patil *et al.*, 2020). Namun, dengan menggunakan model meta-UTAUT, Dwivedi *et al.* (2019) menetapkan dampak pengaruh sosial pada niat perilaku tanpa variabel moderasi. Beberapa penelitian dalam *mobile payment system* telah menegaskan kembali dampak signifikan pengaruh sosial terhadap niat perilaku di seluruh dunia termasuk, Qatar (Musa, Khan and AlShare, 2015), Portugal (Oliveira *et al.*, 2016), dan India (Patil *et al.*, 2020).

Ketika seseorang memiliki kepercayaan terhadap penilaian orang lain atau kelompok sosial tertentu mengenai pengalamannya dalam menggunakan sistem pembayaran seluler, sehingga akan meningkatkan *behavioral intention* untuk menggunakan sistem pembayaran seluler yang serupa dengan yang orang lain gunakan. Penilaian pada hal ini diinterpretasikan sebagai penilaian dalam bentuk positif akan sistem pembayaran seluler, sehingga mendorong untuk pengguna untuk menggunakan sistem pembayaran seluler. Semakin tinggi tingkat *social influence*, maka akan semakin tinggi pula *behavioral intention* atau dengan kata lain variabel *social influence* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Maka itu, berdasarkan pembahasan di atas, dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₄: *Social Influence akan berpengaruh terhadap behavioural intention untuk mengadopsi mobile payment system.*

Facilitating Conditions

Facilitating conditions yaitu mengacu pada keyakinan dari konsumen terhadap sumber daya dan dukungan yang tersedia bagi mereka untuk melakukan suatu perilaku (Venkatesh *et al.*, 2012). Hal ini menunjukkan jika infrastruktur operasional atau mempunyai fasilitas sudah ada (misal mempunyai *smartphone*) dan memfasilitasi dalam penggunaan *mobile payment*, maka niat perilaku untuk mengadopsi *mobile payment* akan meningkat (Oliveira *et al.*, 2016). Beberapa penelitian seperti (Sivathanu, 2019) meneliti tentang adopsi pembayaran seluler telah mendukung dampak signifikan dari kondisi fasilitas pada niat perilaku. Namun, faktor penentu adopsi pembayaran seluler pelanggan di Portugal, yang dilakukan Oliveira *et al.* (2016) menemukan hubungan antara kondisi fasilitas dan niat perilaku sebagai tidak signifikan. Alasannya hubungan yang tidak signifikan ini adalah sifat responden (mahasiswa dan alumni dari salah Universitas di Portugal) dari data yang dikumpulkan. Karena mereka (mahasiswa dan alumni dari salah Universitas di Portugal) tidak memerlukan sumber daya dan dukungan potensial untuk menggunakan pembayaran seluler, tidak mengherankan bahwa hubungan ini tidak signifikan. Maka penelitian ini berusaha menguji Kembali hubungan tersebut, namun dalam penelitian saat ini bermaksud untuk mengumpulkan data dari beragam latar belakang, status pendidikan dan status keuangan. Oleh karena itu, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

H₅: *Facilitating conditions akan berpengaruh terhadap behavioural intentions untuk mengadopsi mobile payment system.*

Selain *behavioural intentions* (niat perilaku), para peneliti juga telah melaporkan pengaruh signifikan dari *facilitating conditions* pada *effort expectancy* atau konstruksi penggantinya (misalnya persepsi kemudahan penggunaan) (Venkatesh and Bala, 2008). Saat ini beberapa peneliti telah meneliti peran signifikan dari kontrol *facilitating conditions* pada *effort expectancy* yang dirasakan untuk mengevaluasi penerimaan teknologi individu di berbagai konteks teknologi dan budaya (Patil *et al.*, 2020). Dampak positif dari *facilitating conditions* pada *effort expectancy* dalam konteks adopsi pembayaran seluler konsumen menunjukkan bahwa ketersediaan infrastruktur operasional (yaitu program pelatihan, infrastruktur organisasi dan teknologi serta menyediakan sumber daya yang relevan untuk memfasilitasi penggunaan transaksi melalui pembayaran seluler) akan membantu konsumen untuk dengan mudah memahami operasi seluler untuk menyelesaikan pekerjaan mereka. Dari pembahasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆: *Facilitating conditions akan berpengaruh terhadap effort expectancy untuk mengadopsi mobile payment*

Personal Innovativeness

Istilah inovasi mengacu pada keinginan seorang individu untuk mencari atau mendapatkan sesuatu yang baru dan berbeda di dalam kehidupan mereka (Hirschman, 1980). Maka dari itu, sejauh mana seorang individu memiliki kebebasan untuk mengalami atau mencoba sesuatu yang baru dalam kehidupannya, hal ini dapat menimbulkan ekspresi baru dari keinovatifan atau kecenderungan mencari hal-hal yang bersifat kebaruan. Didalam beberapa penelitian tentang *mobile payment system* yang telah dilakukan, ada beberapa penelitian yang menyatakan bahwa inovasi individu menjadi prediktor paling signifikan dari niat perilaku untuk menggunakan pembayaran seluler komunikasi jarak dekat di Malaysia yang dilakukan oleh Tan *et al.* (2014).

Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Thakur and Srivastava (2014) menemukan inovasi individu sebagai prediktor signifikan terhadap niat pengguna pembayaran seluler yang ada dan tidak signifikan pada niat non-pengguna terhadap adopsi pembayaran seluler di India. Karena sistem pembayaran seluler di Indonesia yang secara teknis berbeda dari metode pembayaran online lainnya dan setiap waktu mengalami pembaharuan sistem, maka sangat diyakini bahwa inovasi individu sebagai konsumen akan memainkan peran sejauh niat mereka untuk mengadopsi pembayaran seluler. Dari pembahasan di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₇: Personal Innovativeness akan berpengaruh terhadap attitude untuk mengadopsi mobile payment system.

Anxiety

Anxiety dapat mengacu pada sebuah ketakutan (misalnya kesedihan, kekhawatiran, persepsi dan stres yang disebabkan oleh situasi yang menciptakan stres) yang dialami oleh seorang individu selama interaksi mereka dengan teknologi yang mendasarinya (Simonson *et al.*, 1987). Secara khusus, kecemasan juga dapat mengacu pada sebuah ketakutan akan kehilangan data atau membuat kesalahan serius saat menggunakan teknologi (Venkatesh and Davis, 2000).

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian dan menemukan bahwa kecemasan yang signifikan tentang adopsi sistem informasi/teknologi informasi telah mendapatkan relevansi kecemasan pada sikap, niat perilaku, dan adopsi, misalnya (Korobili, Togia and Malliari, 2010; Celik, 2016; Rana *et al.*, 2016; De Luna *et al.*, 2019). Penelitian ini berpendapat bahwa kecemasan dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap penggunaan sistem pembayaran mobile/*mobile payment system*. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Korobili *et al.* (2010) menemukan dalam penelitiannya bahwa hubungan yang kuat dan negatif antara kecemasan dan sikap. Meskipun hubungan antara kecemasan dan sikap telah dieksplorasi secara luas dalam literatur adopsi teknologi, masih sedikit penelitian yang meneliti hubungan ini dalam konteks adopsi pembayaran seluler. Maka dari itu, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₈: Anxiety akan berpengaruh terhadap attitude untuk mengadopsi mobile payment system.

Trust

Sebuah kepercayaan dapat mengacu kepada sebuah keyakinan yang subjektif, bahwa suatu pihak akan memenuhi kewajibannya dan memainkan peran penting dalam transaksi keuangan elektronik, di mana pengguna dihadapkan pada risiko yang lebih besar karena ketidakpastian lingkungan dan rasa kehilangan kendali (Lu *et al.*, 2011; Zhou, 2013). Sebuah kepercayaan dapat memberikan jaminan yang subjektif bahwa konsumen dapat memperoleh pengalaman yang positif tentang kemampuan, kejujuran, dan itikad baik dari penyedia layanan pembayaran seluler. Yang dimana artinya, jika konsumen tidak membangun kepercayaan pada sebuah penyedia layanan pembayaran seluler, maka mereka tidak akan dapat memperoleh pengalaman yang meyakinkan untuk menggunakan layanan pembayaran seluler (Zhou, 2013).

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyatakan bahwa kepercayaan menjadi anteseden yang paling signifikan dari adopsi layanan seluler dalam berbagai konteks (Park *et al.*, 2018). Menyadari semakin pentingnya kepercayaan dalam konteks pembayaran seluler dan beberapa penelitian yang menunjukkan bagaimana kepercayaan pada sistem

pembayaran seluler dapat meningkatkan sikap positif konsumen terhadap bertransaksi melaluinya, penelitian ini mengajukan hipotesis berikut:

H₉: *Trust terhadap mobile payment system akan berpengaruh terhadap attitude untuk mengadopsi mobile payment system.*

Grievance Redressal

Grievance redressal merupakan salah satu cara atau mekanisme yang berfokus dalam hal penanganan keluhan, dan masalah yang dihadapi oleh seorang konsumen dan menyelesaikannya oleh penyedia layanan sistem pembayaran seluler. Hal ini memberikan beberapa manfaat yang sangat besar bagi konsumen dengan menyelesaikan masalah mereka pasca pembelian tanpa banyak kerumitan (Rana *et al.*, 2016). Penanganan keluhan memberikan jaminan hukum dan sosial bahwa pengguna memiliki wewenang untuk menangani layanan penipuan dan itu menciptakan kepercayaan positif. Kepercayaan memberikan “jaminan subjektif bahwa pengguna menerima layanan berkualitas di masa depan, karena mereka percaya bahwa penyedia layanan memiliki kemampuan, integritas, dan kebajikan untuk memberikan layanan berkualitas kepada mereka” (Zhou, 2013).

Terdapat studi penelitian di bidang analisis adopsi dompet seluler yang mencakup pentingnya mekanisme penanganan keluhan untuk transaksi yang kemungkinan akan memengaruhi pembayaran seluler dan layanan m-wallet (Kumar, Adlakaha and Mukherjee, 2018). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Patil *et al.*, 2020), juga menyertakan faktor penanganan keluhan dalam adopsi penerimaan mobile payment di India yang hasilnya bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan dalam adopsi penerimaan *mobile payment* di India. Oleh karena itu, hipotesis berikut dapat dirumuskan berdasarkan pembahasan di atas:

H₁₀: *Grievance redressal akan berpengaruh terhadap use behaviour untuk mengadopsi mobile payment system.*

Attitude

Attitude dapat diartikan bahwa sejauh mana konsumen atau individu memiliki hal-hal yang positif atau negatif tentang perilaku yang bersangkutan (Ajzen, 1991). Model ini biasanya mendalilkan bahwa niat individu ditentukan oleh sikap mereka terhadap penggunaan suatu sistem (Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989). Dalam model meta-UTAUT berpendapat hal ini adalah faktor yang signifikan dan menunjukkan sikap dalam model yang dapat meningkatkan dan memahami penggunaan suatu teknologi oleh konsumen (Dwivedi *et al.*, 2019).

Penelitian yang dilakukan Wulandari (2017) menyatakan bahwa dalam lingkungan *mobile payment* telah mendukung hubungan yang signifikan antara sikap (*attitude*) dan niat perilaku (*behavioural intention*). Misalnya lagi, Schierz *et al.* (2010) menemukan hubungan yang signifikan dan positif antara sikap konsumen dan niat menggunakan layanan pembayaran seluler di Jerman. Mengingat diskusi sebelumnya dan mempertimbangkan bahwa pembayaran seluler masih dalam masa *trend* serta masa pertumbuhan di Indonesia, penelitian ini mengusulkan hipotesis berikut:

H₁₁: *Attitude terhadap penggunaan mobile payment system akan berpengaruh terhadap behavioural intention untuk mengadopsi mobile payment system.*

Behavioural Intention

Behavioural Intention (Niat perilaku) merupakan bagian yang mewakili sejauh mana kemauan dan upaya seorang individu untuk melakukan perilaku yang mendasarinya (Patil *et al.*, 2020). Beberapa peneliti berasumsi bahwa faktor niat mungkin dapat menangkap berbagai faktor motivasi dari individu yang mempengaruhi individu itu untuk melakukan suatu perilaku. Maka dari itu, semakin kuat niat dari individu, semakin tinggi kemungkinan melakukan perilaku yang mendasarinya (Ajzen, 1991).

Penelitian tentang pembayaran seluler (*mobile payment*) saat ini perlahan-lahan bergerak menuju kedewasaan dan mengingat bahwa penelitian tentang hal ini telah mengumpulkan beberapa data dari pengguna sistem pembayaran seluler (*mobile payment system*) yang ada, maka penilaian dari perilaku penggunaan mereka juga tepat pada waktunya. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Sivathanu (2019) tentang pembayaran seluler (*mobile payment*) telah menilai pengaruh niat perilaku pada perilaku penggunaan. Misalnya, saat meneliti penggunaan aktual sistem pembayaran seluler (*mobile payment system*) di India, menemukan bahwa pengaruh niat perilaku pada perilaku penggunaan sebagai hubungan paling signifikan. Dalam hal ini berkaitan dengan ketika niat seseorang untuk menggunakan sistem pembayaran seluler yang disebabkan oleh beberapa pertimbangan dan kondisi pengguna dalam konteks positif, maka niat tersebut akan membuat seseorang merasa dapat melakukan transaksi keuangan melalui sistem pembayaran seluler. Maka dapat diputuskan rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

H₁₂: *Behavioural Intention untuk mengadopsi mobile payment system akan berpengaruh terhadap use behaviour untuk mengadopsi mobile payment system.*

Use Behaviour

Use Behavior atau perilaku penggunaan dapat didefinisikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan suatu teknologi informasi. Suatu teknologi informasi akan digunakan apabila pengguna memiliki minat menggunakan sistem informasi tersebut yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor penyebabnya, dikarenakan jika keyakinan seseorang menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya maka akan sering dalam penggunaan suatu teknologi tersebut (Venkatesh, Thong and Xu, 2012). *Use behavior* dalam banyak penelitian empiris sebelumnya selalu digunakan sebagai variabel dependen. Perilaku seseorang dapat dilihat dari niat mereka untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi. Seseorang akan menggunakan sistem jika mereka percaya bahwa sistem tersebut berguna dalam membantu penyelesaian pekerjaannya, begitupun sebaliknya.

METODE

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif dengan mengumpulkan data primer yang diperoleh dengan melakukan penyebaran kuisioner melalui *google form*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik *convenience sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah responden yang menggunakan aplikasi sistem pembayaran seluler terutama aplikasi *mobile banking*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 230 responden. Penelitian ini menggunakan skala Likert tujuh poin dengan skor mulai dari 1 (Sangat tidak setuju) hingga 7 (Sangat setuju). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation modelling* (SEM) dan dilakukan analisis menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan software SmartPLS 3.

Tabel 1. Profil Responden

Variabel Demografi	N	%
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	93	40,4%
Perempuan	137	59,6%
Usia		
<20 tahun	54	23,5%
20-25 tahun	163	70,9%
26-30 tahun	5	2,2%
31-35 tahun	2	0,9%
36-40 tahun	1	0,4%
41-45 tahun	0	0%
46-50 tahun	3	1,3%
>50 tahun	2	0,9%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	197	85,7%
Pegawai Swasta	13	5,7%
PNS/TNI/POLRI	3	1,3%
Wirausaha	8	3,5%
Tidak/Belum Bekerja	7	3,0%
<i>Freelance</i>	2	0,9%
Pendapatan		
Kurang dari < Rp. 2.499.000	171	74,3%
Rp. 2.500.000 - Rp. 4.999.000	35	15,2%
Rp. 5.000.000 - Rp. 7.499.000	13	5,7%
Rp. 7.500.000 - Rp. 9.999.000	7	3,0%
Lebih dari > Rp. 10.000.000	4	1,7%
Aplikasi yang Digunakan		
BCA Mobile	127	40,4%
OCTO Mobile by Cimb Niaga	7	2,2%
Livin' Mandiri	42	13,4%
BRI Mobile (BRImo)	72	22,9%
BNI Mobile	40	12,7%
BSI Mobile	14	4,5%
BTN Mobile	4	1,3%
Jenius	5	1,6%
BTNS Mobile	1	0,3%
One mobile	1	0,3%
DBS	1	0,3%
Frekuensi Penggunaan		
<1 tahun	51	22,2%

Variabel Demografi	N	%
1-2 tahun	75	32,6%
3-4 tahun	72	31,3%
5-6 tahun	26	11,3%
7-8 tahun	6	2,6%

Sumber: Olah data (2022)

HASIL

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*) dengan Menggunakan *Partial Least Square – Structural Equation Model (PLS-SEM)*

Uji outer model bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Uji outer model ini menggunakan bantuan prosedur PLS Algorithm. Tahap analisis pada outer model diukur menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas (Ghozali and Latan, 2015). Pengukuran yang dilakukan melalui 3 model pengukuran yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*.

Convergent Validity

Dalam penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,50. Jika nilai *loading factor* \geq 0,50 maka *convergent validity* terpenuhi (Hair *et al.*, 2010). Dari pengolahan data menggunakan smart-PLS, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. *Convergent Validity Test*

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>	<i>Cut off</i>	Kesimpulan
<i>Anxiety</i>	ANX1	0.833	0,50	Valid
	ANX2	0.893	0,50	Valid
	ANX3	0.884	0,50	Valid
	ANX4	0.928	0,50	Valid
<i>Attitude</i>	AT1	0.832	0,50	Valid
	AT2	0.821	0,50	Valid
	AT3	0.847	0,50	Valid
	AT4	0.801	0,50	Valid
	AT5	0.816	0,50	Valid
<i>Behavioural Intention</i>	BI1	0.869	0,50	Valid
	BI2	0.872	0,50	Valid
	BI3	0.786	0,50	Valid
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0.801	0,50	Valid
	EE2	0.778	0,50	Valid
	EE3	0.759	0,50	Valid
	EE4	0.735	0,50	Valid
	EE5	0.789	0,50	Valid
<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	0.801	0,50	Valid
	FC2	0.812	0,50	Valid
	FC3	0.558	0,50	Valid
	FC4	0.754	0,50	Valid

Variabel	Indikator	Loading Factor	Cut off	Kesimpulan
<i>Grievance Redressal</i>	GR1	0.727	0,50	Valid
	GR2	0.874	0,50	Valid
	GR3	0.777	0,50	Valid
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0.826	0,50	Valid
	PE2	0.686	0,50	Valid
	PE3	0.830	0,50	Valid
	PE4	0.840	0,50	Valid
<i>Personal Innovativeness</i>	PIN1	0.756	0,50	Valid
	PIN2	0.846	0,50	Valid
	PIN3	0.878	0,50	Valid
	PIN4	0.858	0,50	Valid
<i>Social Influence</i>	SI1	0.952	0,50	Valid
	SI2	0.968	0,50	Valid
<i>Trust</i>	TR1	0.824	0,50	Valid
	TR2	0.906	0,50	Valid
	TR3	0.928	0,50	Valid
<i>Use Behaviour</i>	UB1	0.852	0,50	Valid
	UB2	0.841	0,50	Valid
	UB3	0.740	0,50	Valid
	UB4	0.763	0,50	Valid

Sumber: Olah data (2022)

Discriminant Validity

Discriminant validity untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai *loading* dari setiap indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai *loading* yang paling besar dengan nilai *loading* lain terhadap variabel laten lainnya.

Tabel 3. *Discriminant Validity Test*

	ANX	AT	BI	EE	FC	GR	PE	PIN	SI	TR	UB
ANX	0,885										
AT	-0,115	0,823									
BI	-0,150	0,630	0,843								
EE	-0,140	0,587	0,470	0,773							
FC	-0,087	0,614	0,479	0,604	0,738						
GR	-0,103	0,261	0,247	0,366	0,327	0,795					
PE	-0,147	0,589	0,511	0,639	0,529	0,347	0,798				
PIN	0,076	0,411	0,337	0,226	0,371	0,026	0,110	0,836			
SI	0,370	0,152	0,131	-0,043	0,091	-0,159	-0,119	0,424	0,960		
TR	-0,201	0,554	0,547	0,447	0,509	0,187	0,396	0,360	0,118	0,887	
UB	-0,131	0,505	0,511	0,571	0,521	0,346	0,663	0,221	-0,022	0,365	0,801

Sumber: Olah data (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *cross loading* untuk semua indikator dari masing-masing variabel laten sudah lebih besar dibanding nilai *cross loading* jika dihubungkan dengan variabel laten lainnya. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel laten diestimasi memenuhi *discriminant validity* yang baik.

Composite Reliability

Composite reliability adalah uji tes seberapa konsisten alat ukur mengukur konsep apa pun yang diukur. Keandalan pengukuran menunjukkan sejauh mana tanpa bias dan karenanya memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam instrumen. Dengan kata lain, reliabilitas suatu ukuran adalah indikasi stabilitas dan konsistensi yang digunakan instrumen untuk mengukur konsep dan membantu menilai “kebaikan” suatu ukuran (Sekaran and Bougie, 2016). Variabel yang mempunyai reliabilitas yang baik dapat ditunjukkan dengan nilai *composite reliability* > 0,6 (Ghozali, 2016)

Tabel 4. *Composite Reliability Test*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Rho A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>AVE</i>	Hasil
<i>Anxiety</i>	0,909	0,972	0,935	0,784	Terpenuhi
<i>Attitude</i>	0,881	0,882	0,913	0,678	Terpenuhi
<i>Behavioural Intention</i>	0,795	0,796	0,880	0,711	Terpenuhi
<i>Effort Expectancy</i>	0,832	0,838	0,881	0,597	Terpenuhi
<i>Facilitating conditions</i>	0,722	0,760	0,825	0,545	Terpenuhi
<i>Grievance Redressal</i>	0,720	0,800	0,836	0,632	Terpenuhi
<i>Performance Expectancy</i>	0,807	0,816	0,875	0,637	Terpenuhi
<i>Personal Innovativeness</i>	0,862	0,917	0,902	0,699	Terpenuhi
<i>Social Influence</i>	0,915	0,942	0,959	0,921	Terpenuhi
<i>Trust</i>	0,863	0,865	0,917	0,787	Terpenuhi
<i>Use Behaviour</i>	0,812	0,819	0,877	0,641	Terpenuhi

Sumber: Olah data (2022)

Analisis Model Struktural (Inner Model) dengan Menggunakan *Partial Least Square – Structural Equation Model (PLS-SEM)*

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikansi dan R-square dari model penelitian. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-Square untuk setiap variabel laten dependen (Ghozali, 2016).

Tabel 5. *R-Square Test*

Variabel Endogen	<i>R-Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Attitude</i>	0.552	0.542
<i>Behavioural Intention</i>	0.412	0.404
<i>Effort Expectancy</i>	0.365	0.362
<i>Use Behaviour</i>	0.491	0.484

Sumber: Olah data (2022)

Nilai R^2 sebesar 0,552 untuk *attitude* menunjukkan adanya pengaruh variabel *anxiety*, *trust*, *personal inovativene*, *performance expectancy*, *effort expectancy* terhadap *attitude* sebesar 55,2%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 44,8% dijelaskan oleh variabel lain. Demikian halnya untuk nilai R^2 untuk *behaviour intention* sebesar 0,412 menunjukkan bahwa variabel tersebut dipengaruhi oleh variabel *attitude*, *facilitating conditions*, *sosial influence* sebesar 41,2%, sedangkan sisanya yaitu 58,8% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Nilai R^2 sebesar 0,365 untuk *effort expectancy* menunjukkan adanya pengaruh variabel *facilitating conditions* terhadap *effort expectancy* sebesar 36,5%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 63,5% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai R^2 sebesar 0,491 untuk *use behaviour* menunjukkan adanya pengaruh variabel *grievance redressal*, *performance expectancy*, *behaviour intention* terhadap *use behaviour* sebesar 49,1%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 50,9% dijelaskan oleh variabel lain.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient* dan *t-statistic* dengan menggunakan *software* SmartPLS 3, melalui prosedur *bootstrapping*. Diperoleh nilai *t-statistic* yang kemudian akan dibandingkan dengan nilai t-tabel. Dari hasil *bootstrapping* diperoleh nilai *t-statistic* yang kemudian dibandingkan dengan nilai t-tabel. Apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai t-tabel (*t-statistic* > 1,96), maka hipotesis penelitian yang diajukan diterima, begitupun sebaliknya (Ghozali and Latan, 2015).

Tabel 6. Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Kesimpulan
PE-> AT	0.329	0.318	0.074	4.464	0.000	H1 Diterima
PE -> UB	0.509	0.507	0.062	8.216	0.000	H2 Diterima
EE ->AT	0.214	0.224	0.073	2.931	0.004	H3 Diterima
SI -> BI	0.037	0.039	0.050	0.732	0.465	H4 Ditolak
FC -> BI	0.149	0.152	0.067	2.215	0.027	H5 Diterima
FC -> EE	0.604	0.612	0.046	13.172	0.000	H6 Diterima
PIN -> AT	0.241	0.241	0.056	4.300	0.000	H7 Diterima
ANX-> AT	-0.007	-0.020	0.041	0.181	0.856	H8 Ditolak
TR -> AT	0.240	0.239	0.079	3.025	0.003	H9 Diterima
GR -> UB	0.114	0.121	0.054	2.094	0.037	H10 Diterima
AT -> BI	0.533	0.537	0.070	7.571	0.000	H11 Diterima
BI -> UB	0.223	0.224	0.057	3.929	0.000	H12 Diterima

Sumber: Olah data (2022)

PEMBAHASAN

Hipotesis pertama *performance expectancy* akan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *attitude* pengguna dalam penggunaan *mobile payment system*. Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Alaeddin *et al.* (2018). Hal ini jelas menunjukkan bahwa manfaat *performance expectancy* yang dirasakan dari konsumen secara langsung memengaruhi perilaku penggunaan aktual mereka dari penggunaan sistem pembayaran seluler. Adanya tingkat sebuah kepercayaan suatu individu terhadap sistem

pembayaran seluler bahwa menggunakan sistem tersebut akan dapat membantunya untuk mendapatkan keuntungan atau kinerja lebih optimal dalam pekerjaan.

Hipotesis kedua bahwa *performance expectancy* akan mempengaruhi secara positif terhadap *use behaviour* terhadap penggunaan *mobile payment system*. Bersamaan dengan penelitian yang telah ada tentang adopsi pembayaran seluler seperti Patil *et al.* (2020). Hal ini menegaskan bahwa utilitarian sebagai bantuan *mobile payment* merupakan aspek penting dalam membentuk penggunaan (*use behaviour*) yang positif konsumen untuk mengadopsi sistem pembayaran seluler.

Hipotesis ketiga bahwa *effort expectancy* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude* pengguna untuk menggunakan *mobile payment system*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Patil *et al.* (2020). Temuan penelitian saat ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* sama pentingnya bagi pengguna yang ada untuk teknologi yang relatif baru dan mutakhir seperti aplikasi pembayaran seluler agar pengguna tetap tertarik dan terlibat melalui antarmuka yang mudah digunakan. Setiap individu mengharapkan bahwa teknologi baru yang ada membutuhkan *effort* yang lebih rendah atau kecil. Hal ini bisa dipastikan bahwa saat ini menggunakan sistem pembayaran seluler melalui aplikasi M-Banking relatif mudah dan hanya membutuhkan *effort* yang rendah atau kecil.

Hipotesis keempat bahwa *social influence* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *behavioural intention* untuk mengadopsi *mobile payment system*. Hasil tersebut berlainan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Patil *et al.* (2020). Dimana bahwa pengaruh sosial (*social influence*) akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku (*behavioural intention*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Namun dukungan lain untuk hubungan ini menunjukkan bahwa kepercayaan referensi orang lain dapat mempengaruhi niat konsumen untuk mengadopsi sistem pembayaran seluler berbeda-beda tidak bisa dijadikan landasan untuk menggunakan atau mengadopsi *mobile payment system*. Misalnya, Koenig-Lewis *et al.* (2015) menunjukkan pengguna sistem pembayaran seluler sensitif terhadap pengaruh sosial (*social influence*) dan mempertimbangkan harapan teman-teman (lingkungan sosial) mereka saat menggunakan teknologi yang bersangkutan.

Hipotesis kelima *facilitating conditions* akan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *behavioural intention* untuk mengadopsi *mobile payment system*. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sivathanu (2019). Signifikansi hubungan ini dalam penelitian saat ini menjelaskan perlunya hal-hal dukungan seperti sumber daya, teknis, dan kelembagaan kepada konsumen untuk berkembang dalam niat menuju sistem *m-payment*. Oleh karena itu, penelitian ini berpendapat bahwa sumber daya, infrastruktur teknis dan kelembagaan yang lebih baik dapat membantu atau memudahkan konsumen dalam memahami dan mengoperasikan sistem *m-payment* dengan lebih baik.

Hipotesis keenam bahwa *facilitating conditions* akan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *effort expectancy* terhadap penggunaan *mobile payment system*. Hasil tersebut sama dengan penelitian sebelumnya, Stefi (2015) menemukan bahwa kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) secara signifikan menurunkan upaya pengembang perangkat lunak saat mengintegrasikan komponen yang ada. Oleh karena itu, penelitian ini berpendapat bahwa Kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) termasuk sumber daya, infrastruktur teknis dan kelembagaan yang lebih baik dapat membantu konsumen dalam memahami dan mengoperasikan sistem *mobile payment* dengan lebih baik.

Hipotesis ketujuh yaitu *personal innovativeness* akan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *attitude* pengguna terhadap penggunaan *mobile payment system*. Hasil

tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Thakur dan Srivastava (2014). Hal ini menunjukkan berpengaruh dan signifikan dalam penelitian ini karena sistem pembayaran seluler menggunakan *mobile banking* melakukan hal-hal yang inovatif yang bersifat kebaruan bagi konsumen Indonesia ditambah lagi adanya pembaharuan inovasi-inovasi baru yang dimunculkan *mobile banking* dan mengikuti pasar di Indonesia, secara teknologi *mobile banking* sedikit berbeda dengan metode pembayaran online lainnya seperti aplikasi dompet digital sehingga membuat pengguna merasa penasaran dengan adanya sistem yang baru atau berbeda dan inovasi individu (*personal innovativeness*) merasa ingin mencoba dengan hal-hal yang bersifat kebaruan tersebut.

Hipotesis kedelapan yaitu *anxiety* akan mempengaruhi secara negatif dan tidak signifikan terhadap *attitude* pengguna terhadap penggunaan *mobile payment system*. Hasil tersebut juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Igarria (1990), Pengaruh kecemasan (*anxiety*) yang tidak terlalu kuat berdampak serius terhadap sikap konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran seluler. Namun, dampak negatif dari kecemasan terhadap sikap jelas menunjukkan bahwa selama konsumen memiliki pengalaman dalam menggunakan sistem pembayaran seluler, mereka akan selalu memiliki rasa cemas, khawatir dan takut ketika mereka menggunakan pembayaran seluler tersebut.

Hipotesis kesembilan *trust* akan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *attitude* pengguna terhadap penggunaan *mobile payment system*. Hasil ini sama seperti penelitian Williams *et al.* (2015) kepercayaan (*trust*) terhadap layanan m-payment memungkinkan konsumen untuk mulai berpikir positif untuk menggunakan sistem seperti itu kedepannya. Kepercayaan awal pengguna pada layanan sistem pembayaran seluler secara positif mempengaruhi persepsi mereka tentang keuntungan yang relatif, hal ini dapat meningkatkan niat mereka untuk menggunakan layanan pembayaran seluler. Kepercayaan yang baik dan positif akan menimbulkan minat dalam menggunakan yang tinggi pada pengguna *mobile payment system*.

Hipotesis kesepuluh bahwa *grievance redressal* akan berpengaruh positif terhadap *use behaviour* untuk mengadopsi *mobile payment system*. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Patil *et al.* (2020), Penanganan keluhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan konsumen. Hal ini memberikan manfaat besar bagi konsumen dengan mengatasi masalah mereka setelah membeli barang mereka jika terjadi masalah dalam transaksinya.

Hipotesis kesebelas yaitu *attitude* akan mempengaruhi secara positif terhadap *behavioural intention* terhadap penggunaan *mobile payment system*. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Patil *et al.* (2020). Hal ini menegaskan kembali peran termasuk sikap (*attitude*) dalam memahami teknologi individu dan mengadaptasi model meta-UTAUT sebagai lensa teoretis untuk penyelidikan penelitian ini. Jika seseorang memiliki suatu kepercayaan terhadap suatu sistem pembayaran seluler, maka seseorang akan memiliki keinginan atau perbuatan yang positif untuk mendukung suatu sistem pembayaran seluler untuk digunakan sehingga bisa meningkatkan atau mampu menumbuhkan niat seseorang dalam menggunakannya.

Hipotesis kedua belas yaitu *behavioural intention* akan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap *use behaviour* pengguna terhadap penggunaan *mobile payment system*. Hasil ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sivathanu, (2019). Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat niat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan niat terhadap hal tersebut.

KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini telah diusahakan untuk dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang ada. Namun ada beberapa keterbatasan yang harus dialami, diantaranya:

1. Penelitian ini saat mencari responden tidak bertemu secara langsung, sehingga ada kemungkinan responden kurang paham dengan maksud pertanyaan kuesionernya, sehingga pengisian kuesioner terdapat beberapa kesalahan pengisian.
2. Jumlah responden dalam penelitian ini kurang dari 250 responden dan memiliki karakteristik yang tidak seimbang atau kurang bervariasi.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sampel pengguna sistem pembayaran seluler menggunakan *mobile banking*, sedangkan saat ini sistem pembayaran seluler tidak hanya *mobile banking* melainkan ada juga seperti dompet digital.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan bagi para manajer maupun pelaku usaha yang mempunyai usaha terkait dengan pembayaran seluler (*mobile payment*) terutama *m-banking*, hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bentuk pertimbangan untuk pengambilan keputusan demi menciptakan layanan pembayaran seluler (*mobile payment*) yang lebih sesuai bagi para pengguna dan untuk terus meningkatkan niat dalam penggunaan layanan sistem pembayaran seluler dan sebagai bahan evaluasi untuk terus memperbaiki layanan maupun untuk inovasi kedepannya

KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini, berdasarkan hipotesis dan pembahasan membuktikan bahwa *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap (*attitude*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. *Performance expectancy* (ekspektasi Kinerja) mempunyai pengaruh secara positif terhadap perilaku penggunaan (*use behaviour*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. *Effort expectancy* (ekspektasi usaha) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap (*attitude*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Pengaruh sosial (*social influence*) mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat perilaku (*behavioural intention*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat perilaku (*behavioural intention*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *effort expectancy* (ekspektasi usaha) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Inovasi individu (*personal innovativeness*) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap (*attitude*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Kecemasan (*anxiety*) mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap sikap (*attitude*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Kepercayaan (*trust*) terhadap *mobile payment system* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap (*attitude*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Penanganan keluhan (*grievance redressal*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna (*use behaviour*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Sikap (*attitude*) terhadap penggunaan *mobile payment system* mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat perilaku (*behavioural intention*) untuk mengadopsi *mobile payment system*. Niat perilaku (*behavioural intention*) mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaannya (*use behaviour*) untuk mengadopsi *mobile payment system*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R. and Prasad, J. (1998) 'A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology', *Information Systems Research*, 9(2), pp. 204–215.
- Ajzen, I. (1991) 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179–211. doi: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Alaeddin, O. *et al.* (2018) 'From physical to digital: Investigating consumer behaviour of switching to mobile wallet', *Polish Journal of Management Studies*, 17(2), pp. 18–30. doi: 10.17512/pjms.2018.17.2.02.
- Celik, H. (2016) 'Customer online shopping anxiety within the Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT) framework', *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Edited by I. Phau, 28(2), pp.-. doi: 10.1108/APJML-05-2015-0077.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R. (1989) 'User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models', *Management Science*, 35(8), pp. 982–1003. doi: 10.1287/mnsc.35.8.982.
- Dwivedi, Y. K. *et al.* (2019) 'Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model', *Information Systems Frontiers*, 21, pp. 719–734.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. and Latan, H. (2015) *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Edited by 2. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. *et al.* (2010) *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 7 th. Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Hirschman, E. C. (1980) 'Innovativeness, Novelty Seeking, and Consumer Creativity', *Journal of Consumer Research*, 7(3), pp. 283-295.
- Igbaria, M. (1990) 'End-user computing effectiveness: A structural equation model', *Omega*, 18(6), pp. 637–652. doi: [https://doi.org/10.1016/0305-0483\(90\)90055-E](https://doi.org/10.1016/0305-0483(90)90055-E).
- Koenig-Lewis, N. *et al.* (2015) 'Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption', *The Service Industries Journal*, 35(10), pp. 537–554. doi: 10.1080/02642069.2015.1043278.
- Korobili, S., Togia, A. and Malliari, A. (2010) 'Computers in Human Behavior Computer anxiety and attitudes among undergraduate students in Greece', *Computers in Human Behavior*, 26(3), pp. 399–405. doi: 10.1016/j.chb.2009.11.011.
- Kumar, A., Adlakaha, A. and Mukherjee, K. (2018) 'The effect of perceived security and grievance redressal on continuance intention to use M-wallets in a developing country', *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), pp. 1170–1189. doi: 10.1108/IJBM-04-2017-0077.
- Lu, Y. *et al.* (2011) 'Dynamics between the trust transfer process and intention to use

- mobile payment services: A cross-environment perspective', *Information & Management*, 48(8), pp. 393–403. doi: 10.1016/j.im.2011.09.006.
- De Luna, I. R. *et al.* (2019) 'Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied', *Technological Forecasting and Social Change*, 146(C), pp. 931–944. doi: DOI: 10.1016/j.techfore.2018.09.018.
- Musa, A., Khan, H. U. and AlShare, K. A. (2015) 'Factors influence consumers' adoption of mobile payment devices in Qatar', *International Journal of Mobile Communications (IJMC)*, 13(6), pp. 670–689.
- Oliveira, T. *et al.* (2016) 'Computers in Human Behavior Mobile payment : Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology', *Computers in Human Behavior*, 61, pp. 404–414. doi: 10.1016/j.chb.2016.03.030.
- Park, J. *et al.* (2018) 'M-payment service : Interplay of perceived risk , benefit , and trust in service adoption', *Human Factors and Ergonomics In Manufacturing*, 29(1), pp. 1–13. doi: 10.1002/hfm.20750.
- Patil, P. *et al.* (2020) 'Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal', *International Journal of Information Management*, 54, p. 102144. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144.
- Patil, P. P., Dwivedi, Y. K. and Rana, N. P. (2017) 'Digital Payments Adoption : An Analysis of Literature', pp. 61–70. doi: 10.1007/978-3-319-68557-1.
- Pertiwi, W. K. (2021) *Pengguna Internet Indonesia Tembus 200 Juta, Hampir Semua 'Online' dari Ponsel*, *kompas.com*. Available at: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/07020097/pengguna-internet-indonesia-tembus-200-juta-hampir-semua-online-dari-ponsel> (Accessed: 15 March 2021).
- Rana, N. P. *et al.* (2016) 'Computers in Human Behavior Adoption of online public grievance redressal system in India : Toward developing a uni fi ed view', *Computers in Human Behavior*, 59, pp. 265–282. doi: 10.1016/j.chb.2016.02.019.
- Schierz, P. G., Schilke, O. and Wirtz, B. W. (2010) 'Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis', *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), pp. 209–216. doi: <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2016) *Research methods for business : a skill-building approach*. Seventh Ed, Wiley. Seventh Ed. Chichester, West Sussex, United Kingdom.
- Shin, D. (2009) 'Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet', *Computers in Human Behavior*, 25 (6), pp. 1343–1354. doi: 10.1016/j.chb.2009.06.001.
- Simonson, M. R. *et al.* (1987) 'Development of a Standardized Test of Computer Literacy and a Computer Anxiety Index', *Educational Computing Research*, 3(2), pp. 231-247. doi: 10.2190/7CHY-5CM0-4D00-6JCG.
- Sivathanu, B. (2019) 'Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India', *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), pp. 143–171. doi: 10.1108/JSTPM-07-2017-0033.

- Slade, E. L. *et al.* (2015) 'Modeling Consumers ' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom : Extending UTAUT with Innovativeness , Risk , and Trust', *Psychology & Marketing*, 32(8), pp. 860–873. doi: 10.1002/mar.
- Slade, E. L., Williams, M. D. and Dwivedi, Y. K. (2014) 'Devising a research model to examine adoption of mobile payments: An extension of UTAUT2', *The Marketing Review*, 14(3), pp. 310–335. doi: <https://doi.org/10.1362/146934714X14024779062036>.
- Stefi, A. (2015) 'Do Developers Make Unbiased Decisions? – The Effect of Mindfulness and Not-Invented-Here Bias on the Adoption of Software Components', *Proceedings of the 23rd European Conference on Information Systems (ECIS 2015)*. doi: 10.18151/7217489.
- Tamilmani, K., Rana, N. P. and Dwivedi, Y. K. (2021) 'Consumer Acceptance and Use of Information Technology: A Meta-Analytic Evaluation of UTAUT2', *Information Systems Frontiers*, 23, pp. 987–1005.
- Tan, G. W. *et al.* (2014) 'NFC mobile credit card : The next frontier of mobile payment ?', *Telematics and Informatics*, 31(2), pp. 292–307. doi: 10.1016/j.tele.2013.06.002.
- Thakur, R. and Srivastava, M. (2014) 'Adoption readiness , personal innovativeness , perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India', 24(3), pp. 369–392. doi: 10.1108/IntR-12-2012-0244.
- Venkatesh, V. *et al.* (2003) 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly*, 27(3), pp. 425–478.
- Venkatesh, V. and Bala, H. (2008) 'Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions', 39(2), pp. 273–315.
- Venkatesh, V. and Davis, F. D. (2000) 'A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies', *Management Science*, 46(2), pp. 186–204.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L. and Xu, X. (2012) 'Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology', *MIS Quarterly*, 36(1), pp. 157–178.
- Williams, M. D., Rana, N. P. and Dwivedi, Y. K. (2015) 'The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): a literature review', *Journal of Enterprise Information Management*, 28(3), pp. 443–488. doi: 10.1108/JEIM-09-2014-0088.
- Wulandari, N. (2017) 'Cashless Payment in Tourism. An Application of Technology Acceptance Model', *Journal of Environmental Management and Tourism*, 8(8), pp. 1550–1553.
- Zhou, T. (2013) 'An empirical examination of continuance intention of mobile payment services', *Decision Support Systems*, 54(2), pp. 1085–1091. doi: 10.1016/j.dss.2012.10.034.