

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN RISIKO YANG DIRASAKAN TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN APLIKASI PEMBAYARAN SELULER

Argo Wiranata Prasetya

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

argowiranata_pb17s1@mahasiswa.unj.ac.id

Ryna Parlyna, MBA

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

rynaparlyna@unj.ac.id

Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

terrylina@unj.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of trust and perceived risk on the intention to use mobile payment applications in millennial generation in DKI Jakarta. The research method that researchers used was purposive sampling of 200 people. The data analysis technique used is multiple linear regression. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 2.030 + 0.543X_1 + 0.146X_2$. Based on the overall data analysis, it can be concluded that the results obtained are in accordance with all the proposed hypotheses.

Keywords: *Trust, Perceived Risk, Intention to Use.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepercayaan dan risiko yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi pembayaran seluler pada generasi milenial di DKI Jakarta. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 200 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 2,030 + 0,543X_1 + 0,146X_2$. Berdasarkan analisis data secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang didapat sesuai dengan semua hipotesis yang diajukan.

Kata Kunci: **Kepercayaan, Risiko yang Dirasakan, Niat Menggunakan.**

PENDAHULUAN

Pada tahun 2020, seluruh negara termasuk Indonesia menghadapi pandemi COVID-19. Dalam masa pandemi ini, masyarakat diwajibkan oleh pemerintah untuk melakukan *physical distancing*/jarak fisik dengan orang lain dalam aktivitas dan kegiatan di luar rumah. Perkembangan di bidang kemajuan informasi teknologi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan besar pada aktivitas kehidupan manusia di berbagai sektor, terutama di dalam sektor keuangan. Perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih modern dan semakin majunya teknologi telah membawa suatu peralihan kebutuhan konsumen terhadap alat pembayaran yang lebih praktis dengan menggunakan telepon pintar (*smartphone*). Sistem pembayaran seluler memiliki maksud yaitu sebagai proses di mana berbagai transaksi dapat dilakukan menggunakan perangkat seluler seperti telepon pintar (*smartphone*), *PDA (Personal Digital Assistant)* atau instrument berkemampuan nirkabel lainnya yang mampu mengoperasikan transaksi keuangan melalui berbagai teknologi nirkabel *NFC, Bluetooth, RFID, QRIS, Fingerprint, Microchip* (Ghezzi et al., 2010).

Di era revolusi industri 4.0 saat ini memberikan dampak langsung bagi kegiatan ekonomi untuk beralih menjadi ekonomi berbasis seluler, sehingga memberikan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi pembayaran di dalam aktivitas ekonomi dan bisnis. Seiring perkembangan teknologi telepon pintar, maka banyak perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan berbasis web dan aplikasi serta membentuk *e-money* berbasis aplikasi untuk menunjang layanan dari perusahaan tersebut. Menurut data Bank Indonesia (BI), pada akhir tahun 2019 jumlah transaksi dan nilai transaksi mata uang elektronik mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2018, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini

Tabel 1. Jumlah Transaksi dan Nilai Transaksi Uang Elektronik

Tahun	Jumlah Transaksi	Nilai Transaksi
2018	2,9 Miliar	47 Triliun
2019	5,2 Miliar	145 Triliun

Sumber : cnbcindonesia.com

Di Indonesia saat ini sudah banyak penyedia layanan yang mendukung pembayaran dengan telepon pintar untuk memudahkan pembayaran secara cepat, mudah dan praktis. Salah satu perusahaan fintech yang sedang dalam pengembangan adalah aplikasi dompet digital Gopay yang disediakan oleh PT Dompot Anak Bangsa (Gopay) milik PT Aplikasi

Karya Anak Bangsa (Gojek). Gojek pertama kali memperkenalkan layanan pembayaran seluler *Gopay* pada April 2016. *Gopay* adalah uang elektronik yang dapat digunakan dengan memindai kode QR atau menggunakan kode untuk berbagai keperluan seperti membayar layanan transportasi, pemesanan makanan, membayar berbagai transaksi keuangan di *merchant* yang bekerjasama dan pembayaran parkir di sejumlah mall yang sudah bekerja sama dengan Gojek.

Perubahan perilaku dan kesadaran konsumen akan kemudahan bertransaksi membuat keberadaan e-wallet Indonesia diterima oleh masyarakat. Salah satu kompetitor sejenis yang bersaing ketat dengan *Gopay* yaitu dompet digital OVO. OVO merupakan uang elektronik dalam bentuk aplikasi digital digunakan sebagai alat pembayaran online. OVO adalah layanan yang dikembangkan oleh PT.Visionet Internasional yang disponsori oleh Lippo Group. Perusahaan Grab menggandeng Lippo Group untuk berkerja sama untuk penyediaan dompet digital OVO di dalam aplikasi Grab. OVO awalnya merupakan metode pembayaran yang digunakan di unit bisnis Grup Lippo untuk parkir di pusat perbelanjaan atau gedung di bawah naungan Grup Lippo. Selain Grab, OVO juga menjadi metode pembayaran utama di Tokopedia.

Dikutip dari wartaekonomi.co.id, (2019), *Gopay* menjadi pembayaran seluler dengan jumlah konsumen aktif tertinggi pada kuartal kedua 2019, menurut data yang didapatkan oleh *iPrice* dan App Annie dalam laporan terbarunya. Peringkat itu sudah didapatkan oleh *Gopay* mulai kuartal keempat 2017, dinilai dari tingkat konsumen aktif bulanan dan unduhan. Laporan yang sama menyebutkan, *Gopay* berhasil meraih transaksi sebesar US\$6,3 pada Februari 2019 dengan 70% transaksi Gojek dilakukan melalui *Gopay*. OVO berada di peringkat kedua dari tingkat konsumen aktif bulanan. Di Google Play Store, aplikasi Gojek atau *Gopay* mendapat rating 3+ dari 5 bintang dan sudah didownload sebanyak 50 juta lebih. Tidak terlalu beda dengan di App Store, aplikasi Gojek atau *Gopay* mendapat rating 4+ dari 5 bintang. Terlihat berbeda dengan kompetitornya yaitu OVO, di google *play store* aplikasi OVO mendapat rating 3+ dari 5 bintang dan sudah di download sebanyak 10 juta lebih. Di *App Store*, aplikasi OVO mendapat rating 4+ dari 5 bintang. Dalam penelitian oleh Liebana et al. (2018), pentingnya kepercayaan sebagai instrumen untuk meningkatkan interaksi konsumen, meningkatkan loyalitas serta kredibilitas konsumen dalam sistem teknologi pembayaran seluler tersebut. Ketika seseorang yang ingin melakukan transaksi pembayaran melalui

telepon seluler (*smartphone*), maka rasa kecemasan dan kegelisahannya menjadi prioritas pertimbangan utama konsumen, memastikan uang yang diberikan tidak hilang begitu saja tetapi mendapatkan imbalan produk atau layanan yang diinginkan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Kepercayaan awal akan memberikan pengaruh langsung pada niat menggunakan, Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh Yang et al. (2015) karena adanya kecemasan pelanggan terhadap risiko keuangan dan keamanan menggunakan platform pembayaran seluler.

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam niat menggunakan pada konsumen, karena adanya rasa kepercayaan dan risiko yang dirasakan untuk memutuskan dalam niat menggunakan pembayaran seluler Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Ting et al. (2016), niat menggunakan sistem pembayaran seluler pada seseorang dipengaruhi oleh perilaku, pemahaman individu terhadap kontrol sosial yang dirasakan untuk menggunakan atau tidak hal-hal yang dipengaruhi oleh keyakinan, rangsangan dari orang lain atau memaksa individu untuk beradaptasi dengan kebiasaan dan nilai-nilai kelompok, yang mana turut serta mempengaruhi didalamnya mengenai perasaan seseorang untuk mudah atau sulitnya menciptakan suatu tindakan tertentu.

Dari beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi pembayaran seluler?

H2 :Risiko yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan aplikasi pembayaran seluler?

H3 : Kepercayaan dan risiko yang dirasakan secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi pembayaran seluler?

KAJIAN TEORETIK

Kepercayaan

Phonthanakitithaworn et al. (2015) menjelaskan kepercayaan dapat diartikan sebagai perasaan pada seseorang yang lebih mengarah untuk menggunakan layanan pembayaran seluler ketika seseorang memandang penyedia pembayaran seluler dapat dipercaya serta reliable dan mulai meninggalkannya ketika mereka merasa tidak mendapat ketidakpastian dari layanan pembayaran seluler itu. Shaw (2014) mengatakan

konsumen yang memiliki kepercayaan rendah terhadap pembayaran seluler akan menganggap layanan tersebut kurang bermanfaat dan cenderung tidak menggunakan layanan pembayaran tersebut. Konsumen akan menerima pembayaran seluler ketika mereka melihat adanya unsur kegunaan dan manfaat yang dimiliki oleh aplikasi tersebut. Penyedia aplikasi pembayaran seluler harus memahami berbagai inovasi teknologi, dan tidak hanya mengutamakan aspek menguntungkan atau tidak menguntungkan, tetapi meningkatkan atau mengurangi kepercayaan pada sistem pembayaran seluler yang dimilikinya.

Risiko yang Dirasakan

(Featherman dan Pavlou, 2003) menjelaskan risiko yang dirasakan adalah melibatkan ukuran kegunaan negatif atau peluang kerugian yang disebabkan oleh penggunaan layanan elektronik. Faktor-faktor dalam layanan pembayaran seluler seperti risiko yang dirasakan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan layanan pembayaran seluler. Sangat penting bagi merchant, bank, penyedia layanan dan pengembang aplikasi pembayaran seluler untuk memperhatikan berbagai risiko yang dirasakan yang terjadi pada pengguna, karena sukses atau tidaknya pembayaran seluler akan bergantung pada analisis pentingnya risiko yang dirasakan. Berbagai faktor risiko yang dirasakan pada pengguna diantaranya, pembayaran seluler tersebut mempunyai fakta bahwa itu adalah teknologi baru yang dapat digunakan melalui perangkat tertentu atau telepon pintar (*smartphone*) yang sangat rentan terhadap risiko kehilangan atau pencurian, yang karenanya harus menambahkan karakteristik sosial dan sistem teknologi dari lingkungan itu sendiri (Liebana et al., 2020).

Niat Menggunakan

Dahlberg et al. (2015) mengatakan niat menggunakan dalam sektor pembayaran seluler adalah niat untuk merekomendasikan, menganjurkan, memberi saran, masukan dan pandangan kepada orang lain. Penentu utama adopsi dan niat untuk mereferensikan teknologi pembayaran seluler disebabkan oleh pembaruan, keamanan, ekspektasi kinerja pada layanan pembayaran seluler sehingga seseorang bisa menyesuaikan dirinya terhadap teknologi tersebut. Menurut penelitian Oliveira et al. (2016) untuk memahami sikap konsumen saat mulai menggunakan layanan pembayaran seluler, faktor paling penting

sebagai kemungkinan konsumen menggunakan layanan pembayaran seluler adalah kemudahan penggunaan, kegunaan, keamanan, kepercayaan tinggi, dan sejauh mana anggota sistem sosial menerima inovasi dengan lebih baik dan terkait dengan kecepatan adopsi inovasi merupakan aspek pendorong niat untuk menggunakan. Hal ini sejalan dengan penelitian Johnson et al. (2018) yang mengatakan bahwa keadaan seseorang dapat melihat dan mengamati layanan pembayaran seluler serta tingkatan di mana suatu inovasi dianggap lebih baik daripada inovasi yang digantikan secara positif mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan pembayaran seluler.

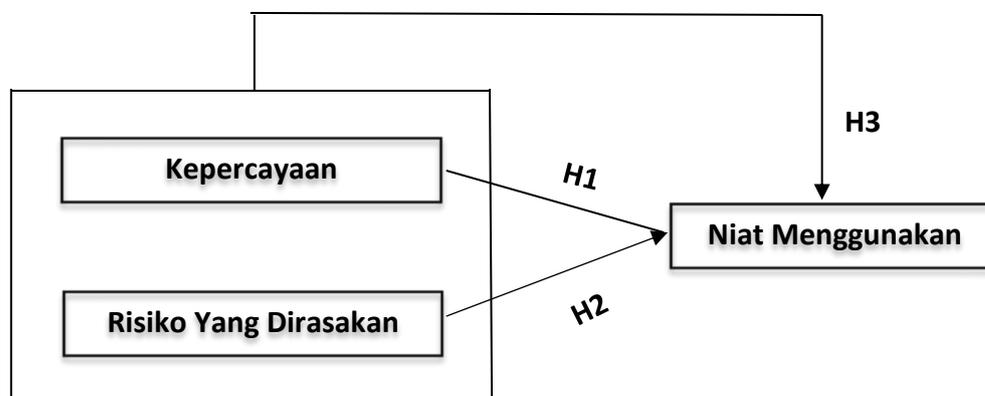
METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada generasi milenial pengguna aplikasi pembayaran seluler di Jakarta. Penelitian dilaksanakan selama 4 (lima) bulan, yaitu dimulai dari bulan Agustus 2020 sampai bulan Januari 2021. Peneliti memilih waktu tersebut karena dirasa efektif bagi peneliti untuk melakukan penelitian

Metode Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode survei. Metode survei menurut Sugiyono (2014) adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh suatu data pada zaman dahulu atau saat ini tentang kepercayaan, pandangan, perilaku, hubungan variabel dan menguji hipotesis tertentu, teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.



Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian ialah generasi milenial di DKI Jakarta. Pemilihan sampel dilakukan setelah melakukan pemilihan populasi yang sesuai dengan judul penelitian. Pada penelitian ini, responden yang akan dijadikan sampel adalah generasi milenial pengguna Gopay di DKI Jakarta dan peneliti berhasil menjangkau sebanyak 200 responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Suatu teknik pengumpulan data sangat diperlukan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini memiliki 3 (tiga) variabel, yaitu kepercayaan (T), risiko yang dirasakan (PR) dan niat menggunakan (ITU). Agar mendapatkan informasi yang jelas, maka dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner.

Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk dapat menentukan pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung dalam suatu besaran pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (1) Uji Prasyaratan Analisis yang meliputi Uji Normalitas dan Linearitas, (2) Persamaan Regresi Linear Berganda dan (3) Uji hipotesis yang meliputi Uji Signifikansi Simultan (Uji F) dan Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian uji normalitas menggunakan pengujian One Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dapat diketahui nilai signifikansi (Asymp. Sig) yaitu 0,200. Karena data variabel tersebut memiliki signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, yang artinya data berdistribusi normal. Karena data variabel tersebut memiliki signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, yang artinya data berdistribusi normal.

Hasil pengujian uji linearitas dengan melihat nilai signifikan pada Linearity dari setiap variabel < 0,05 dapat dikatakan bahwa keseluruhan uji linearitas dari setiap variabel memiliki hubungan yang linier.

Tabel 2. Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.030	1.156		1.756	.081
	Kepercayaan	.543	.051	.590	10.728	.000
	Risiko Yang Dirasakan	.146	.042	.190	3.455	.001
a. Dependent Variable: Niat Menggunakan						

Analisis regresi linear berganda terhadap pasangan data penelitian antara kepercayaan dan risiko yang dirasakan dengan niat menggunakan menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 0,543, koefisien regresi variabel risiko yang dirasakan sebesar 0,146 dan konstanta sebesar 2,030 sehingga bentuk pengaruh kepercayaan dan risiko yang dirasakan terhadap niat menggunakan memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 2,030 + 0,543X_1 + 0,146X_2$. Selain itu, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu skor kepercayaan (X1) dan setiap peningkatan satu skor risiko yang dirasakan (X2) akan menyebabkan peningkatan niat menggunakan (Y) sebesar 0,543 dan 0,146 dengan konstanta 2,030.

Tabel 3. Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	645.111	2	322.556	73.983	.000 ^b
	Residual	858.889	197	4.360		
	Total	1504.000	199			

a. Dependent Variable: Niat Menggunakan
b. Predictors: (Constant), Risiko Yang Dirasakan, Kepercayaan

Pada tabel di atas terlihat bahwa nilai sig = 0,000 < 0,05 dan F hitung = 73.983 > F tabel = 3,04 (df1 = 2 dan df2 = 198), maka Ho ditolak yang dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan dan risiko yang dirasakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel niat menggunakan.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.030	1.156		1.756	.081
	Kepercayaan	.543	.051	.590	10.728	.000
	Risiko Yang Dirasakan	.146	.042	.190	3.455	.001
a. Dependent Variable: Niat Menggunakan						

Hasil dari pengujian secara parsial untuk variabel kepercayaan (X1) terhadap niat menggunakan (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000 dan t hitung = 10,728, sedangkan t tabel dengan taraf kesalahan 0,05 dan dk (n-3) = (200-3) = 1,652. Sehingga t hitung (10,728) > t tabel (1,652) dan batas signifikansi sebesar 0,05, maka nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisiennya adalah positif, dengan demikian hipotesis yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan dapat diterima.

Hasil dari pengujian secara parsial untuk risiko yang dirasakan (X2) terhadap niat menggunakan (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,001 dan t hitung = 3,455 sedangkan t tabel dengan taraf kesalahan 0,05 dan dk (n-3) = (200-3) = 1,652. Sehingga t hitung (3,455) > t tabel (1,652) dan batas signifikan 0,05 maka nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisiennya adalah positif, dengan demikian hipotesis yang menyatakan risiko yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat

menggunakan dapat diterima.

Tabel 5 Hasil Uji Analisis Korelasi Berganda

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.655 ^a	.429	.423	2.088	.429	73.983	2	197	.000
a. Predictors: (Constant), Risiko Yang Dirasakan, Kepercayaan									

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa antara kepercayaan (X1) dan risiko yang dirasakan (X2) terhadap niat menggunakan (Y), dengan nilai signifikansi F change 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel kepercayaan (X1) dan Risiko Yang Dirasakan (X2) terhadap niat menggunakan (Y) sebesar 0,655. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi antara kepercayaan (X1) dan Risiko Yang Dirasakan (X2) terhadap niat menggunakan (Y) memiliki tingkat hubungan korelasi yang kuat.

Tabel 6. Perhitungan Koefisien Determinasi (R²) X1 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.391	2.145
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan				

Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi dari tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi (R²) yang didapat sebesar 0.394 atau 39,4%. Hal ini memperlihatkan bahwa 39,4% niat menggunakan dipengaruhi oleh kepercayaan, sedangkan sisanya sebesar 60,6% oleh variabel-variabel lain di luar model regresi ini.

Tabel 7. Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) X2 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.309 ^a	.095	.091	2.621
a. Predictors: (Constant), Risiko Yang Dirasakan				

Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi dari tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi (R^2) yang didapat sebesar 0.095 atau 9,5%. Hal ini memperlihatkan bahwa 9,5% niat menggunakan dipengaruhi oleh risiko yang dirasakan, sedangkan sisanya sebesar 90,5% oleh variabel-variabel lain di luar model regresi ini.

Tabel 8. Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) X1 dan X2 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 ^a	.429	.423	2.088
a. Predictors: (Constant), Risiko Yang Dirasakan, Kepercayaan				

Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi dari tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi (nilai adjust R^2) yang di dapat sebesar 0,429. Hal ini memperlihatkan bahwa 42,9% niat menggunakan dipengaruhi oleh kepercayaan dan risiko yang dirasakan sedangkan sisanya sebesar 57,1% oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap niat menggunakan aplikasi pembayaran seluler pada Generasi Milenial di DKI Jakarta. Apabila kepercayaan baik, maka niat menggunakan akan meningkat. Terdapat pengaruh positif dan signifikan risiko yang dirasakan terhadap niat menggunakan aplikasi pembayaran seluler pada Generasi Milenial di DKI Jakarta. Apabila risiko yang dirasakan baik, maka niat menggunakan akan meningkat. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan dan risiko yang dirasakan secara simultan terhadap niat menggunakan

aplikasi pembayaran seluler pada Generasi Milenial di DKI Jakarta. Apabila kepercayaan dan risiko yang dirasakan sama-sama tinggi maka niat menggunakan akan meningkat pula.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat membantu dan bermanfaat dikemudian hari. Adapun saran tersebut adalah:

Diketahui bahwa variabel kepercayaan memiliki skor terendah yaitu pada indikator “Saya percaya bahwa aplikasi pembayaran seluler Gopay terjamin dari pencurian data” sebesar 19,09%. Hal ini disebabkan karena mereka tidak merasa Gopay menjamin pencurian data dibanding dengan aplikasi pembayaran seluler lainnya, dengan demikian Gopay harus memperbaiki kepercayaan pada Gopay agar konsumen lebih memilih untuk menggunakan Gopay.

Diketahui bahwa variabel risiko yang dirasakan memiliki skor terendah yaitu pada indikator “Saya tidak merasa aplikasi pembayaran seluler Gopay mungkin tidak berfungsi dengan baik dan memproses pembayaran dengan tidak benar” sebesar 19,59%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mereka merasa tidak hanya aplikasi pembayaran seluler Gopay yang mungkin tidak berfungsi dengan baik dan memproses pembayaran dengan tidak benar, dengan demikian Gopay harus menimalisir risiko yang mungkin terjadi agar konsumen lebih memilih untuk menggunakan Gopay.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. “Metodologi Penelitian Kuantitatif.” *Yogyakarta: Aswaja Pressindo*.
- Alalwan, Ali Abdallah et al. 2018. “Examining Adoption of Mobile Internet in Saudi Arabia: Extending TAM with Perceived Enjoyment, Innovativeness and Trust.” *Technology in Society* 55: 100–110.
- Alalwan, Ali Abdallah, Yogesh K Dwivedi, and Nripendra P Rana. 2017. “Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust.” *International Journal of Information Management* 37(3): 99–110.
- cnbcindonesia.com. 2020. “GoPay & OVO Cs Kian Populer, Transaksi Tembus Rp 145T.” www.cnbcindonesia.com.

- <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200204112543-37-135041/gopay-ovo-cs-kian-populer-transaksi-tembus-rp-145-t>.
- Dahlberg, Tomi, Jie Guo, and Jan Ondrus. 2015. "A Critical Review of Mobile Payment Research." *Electronic Commerce Research and Applications* 14(5): 265–84.
- Ghezzi, Antonio, Filippo Renga, Raffaello Balocco, and Paolo Pescetto. 2010. "Mobile Payment Applications: Offer State of the Art in the Italian Market." *Info*.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- gojek.com. 2020. "No Title." <https://www.gojek.com/>.
- grab.com. 2020. "No Title." <https://www.grab.com/id/>.
- Hassan, Heba E, and Van R Wood. 2020. "Does Country Culture Influence Consumers' Perceptions toward Mobile Banking? A Comparison between Egypt and the United States." *Telematics and Informatics* 46: 101312.
- Hsu, Chin-Lung, and Judy Chuan-Chuan Lin. 2016. "Effect of Perceived Value and Social Influences on Mobile App Stickiness and In-App Purchase Intention." *Technological Forecasting and Social Change* 108: 42–53.
- Johnson, Vess L, Angelina Kiser, Ronald Washington, and Russell Torres. 2018. "Limitations to the Rapid Adoption of M-Payment Services: Understanding the Impact of Privacy Risk on M-Payment Services." *Computers in Human Behavior* 79: 111–22.
- katadata.co.id. 2020. "GoPay Menjadi Pembayaran Favorit Milenial Dan Gen Z." katadata.co.id.
<https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a470da5ce7/gopay-menjadi-pembayaran-favorit-milenial-dan-gen-z>.
- De Kerviler, Gwarlann, Nathalie T M Demoulin, and Pietro Zidda. 2016. "Adoption of In-Store Mobile Payment: Are Perceived Risk and Convenience the Only Drivers?" *Journal of Retailing and Consumer Services* 31: 334–44.
- Khalilzadeh, Jalayer, Ahmet Bulent Ozturk, and Anil Bilgihan. 2017. "Security-Related Factors in Extended UTAUT Model for NFC Based Mobile Payment in the Restaurant Industry." *Computers in Human Behavior* 70: 460–74.
- Kim, Changsu, Mirsobit Mirusmonov, and In Lee. 2010. "An Empirical Examination of Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment." *Computers in Human*

Behavior 26(3): 310–22.

- Lee, Ming-Chi. 2009. "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking: An Integration of TAM and TPB with Perceived Risk and Perceived Benefit." *Electronic commerce research and applications* 8(3): 130–41.
- Leong, Lai-Ying, Teck-Soon Hew, Garry Wei-Han Tan, and Keng-Boon Ooi. 2013. "Predicting the Determinants of the NFC-Enabled Mobile Credit Card Acceptance: A Neural Networks Approach." *Expert Systems with Applications* 40(14): 5604–20.
- Liébana-Cabanillas, Francisco et al. 2020. "Assessment of Mobile Technology Use in the Emerging Market: Analyzing Intention to Use m-Payment Services in India." *Telecommunications Policy* 44(9): 102009.
- Liébana-Cabanillas, Francisco, Veljko Marinkovic, Iviane Ramos de Luna, and Zoran Kalinic. 2018. "Predicting the Determinants of Mobile Payment Acceptance: A Hybrid SEM-Neural Network Approach." *Technological Forecasting and Social Change* 129: 117–30.
- Liébana-Cabanillas, Francisco, Francisco Muñoz-Leiva, and Juan Sánchez-Fernández. 2015. "Influence of Age in the Adoption of New Mobile Payment Systems." *Revista Brasileira de Gestao de Negocios* 17(58): 1390–1407.
- Liébana-Cabanillas, Francisco, Juan Sánchez-Fernández, and Francisco Muñoz-Leiva. 2014. "Antecedents of the Adoption of the New Mobile Payment Systems: The Moderating Effect of Age." *Computers in Human Behavior* 35: 464–78.
- Lu, Yaobin, Shuiqing Yang, Patrick Y K Chau, and Yuzhi Cao. 2011. "Dynamics between the Trust Transfer Process and Intention to Use Mobile Payment Services: A Cross-Environment Perspective." *Information & management* 48(8): 393–403.
- de Luna, Iviane Ramos, Francisco Liébana-Cabanillas, Juan Sánchez-Fernández, and Francisco Muñoz-Leiva. 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: 931–44.
- Madan, Khushbu, and Rajan Yadav. 2016. "Behavioural Intention to Adopt Mobile Wallet: A Developing Country Perspective." *Journal of Indian Business Research*.
- Marriott, Hannah R, and Michael D Williams. 2018. "Exploring Consumers Perceived Risk and Trust for Mobile Shopping: A Theoretical Framework and Empirical Study." *Journal of Retailing and Consumer Services* 42: 133–46.

- McKnight, D Harrison, Vivek Choudhury, and Charles Kacmar. 2002. "The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions to Transact with a Web Site: A Trust Building Model." *The journal of strategic information systems* 11(3-4): 297-323.
- Munoz-Leiva, Francisco, S Climent-Climent, and Francisco Liébana-Cabanillas. 2017. "Determinants of Intention to Use the Mobile Banking Apps: An Extension of the Classic TAM Model." *Spanish Journal of Marketing-ESIC* 21(1): 25-38.
- Natarajan, Thamaraiselvan, Senthil Arasu Balasubramanian, and Dharun Lingam Kasilingam. 2017. "Understanding the Intention to Use Mobile Shopping Applications and Its Influence on Price Sensitivity." *Journal of Retailing and Consumer Services* 37: 8-22.
- Nguyen, Thanh D, and Phuc A Huynh. 2018. "The Roles of Perceived Risk and Trust on e-Payment Adoption." In *International Econometric Conference of Vietnam*, Springer, 926-40.
- Oliveira, Tiago, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, and Filipe Campos. 2016. "Mobile Payment: Understanding the Determinants of Customer Adoption and Intention to Recommend the Technology." *Computers in Human Behavior* 61: 404-14.
- Phonthanukitithaworn, Chanchai, Carmine Sellitto, and Michelle Wye Leng Fong. 2015. "User Intentions to Adopt Mobile Payment Services: A Study of Early Adopters in Thailand." *Journal of Internet Banking and Commerce* 20(1).
- Priyatno, Duwi. 2017. "Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS." *Yogyakarta: Andi*.
- Riadi, Edi. 2016. *Statistika Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Slade, Emma L, Yogesh K Dwivedi, Niall C Piercy, and Michael D Williams. 2015. "Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust." *Psychology & Marketing* 32(8): 860-73.
- Sugiyono. 2014. *Cara Mudah Untuk Menulis Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Bandung: CV. ALFABETA.
- . 2015. "Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, Dan Disertasi."
- Sugiyono, P Dr. 2017. "Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Cetakan Ke)." *Bandung: CV Alfabeta*.
- Suyono, M Si. 2015. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Deepublish.

- Thakur, Rakhi, and Mala Srivastava. 2014. "Adoption Readiness, Personal Innovativeness, Perceived Risk and Usage Intention across Customer Groups for Mobile Payment Services in India." *Internet Research*.
- Ting, Hiram, Yusman Yacob, Lona Liew, and Wee Ming Lau. 2016. "Intention to Use Mobile Payment System: A Case of Developing Market by Ethnicity." *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 224(6): 368–75.
- wartaekonomi.co.id. 2019. "Siapa Pemimpin Di Sektor E-Wallet Indonesia, Gopay AtauOvo?" *www.wartaekonomi.co.id*.
<https://www.wartaekonomi.co.id/read241601/siapa-pemimpin-di-sektor-e-wallet-indonesia-gopay-atau-ovo>.
- Yang, Yongqing, Yong Liu, Hongxiu Li, and Benhai Yu. 2015. "Understanding Perceived Risks in Mobile Payment Acceptance." *Industrial Management & Data Systems*.
- Zhang, Liyi, Jing Zhu, and Qihua Liu. 2012. "A Meta-Analysis of Mobile Commerce Adoption and the Moderating Effect of Culture." *Computers in human behavior* 28(5): 1902–11.
- Zhou, Tao. 2011. "The Effect of Initial Trust on User Adoption of Mobile Payment." *Information Development* 27(4): 290–300.