

Penerimaan Teori TAM Terhadap Penggunaan Mobile Payment Dengan Kompatibilitas Sebagai Variabel Eksternal



Bramastio Wahyudi¹, Merlyana Dwindi Yanthi²

^{1,2}Jurusan Akuntansi, Universitas Negeri Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

¹Bramastyo97@gmail.com, ²Merlyanayanthi@unesa.ac.id

INFO ARTIKEL

Tanggal revisi:
22 Oktober 2020

Tanggal diterima:
26 Januari 2021

Tanggal diterbitkan online:
28 Januari 2021

Kata Kunci:

Technology Acceptance Model, Compatibility, Mobile Payment

ABSTRAK

This research was conducted to analyze the influence of usability perception, perception of convenience, compatibility to attitudes and interests using mobile payment applications. The research uses quantitative methods by spreading questionnaires online. Sampling using purposive sampling techniques. Data analysis techniques in this study using Structural Equation Modeling-Partial Least Square. The research was conducted on 183 respondents who met the criteria. The result of this study is the perception of usability, perception of convenience, and compatibility has a significant positive effect on the attitude of using mobile payment applications. The attitude of mobile payment usage also has a significant positive effect on the interest in the use of mobile payments. This research is expected for further research in order to expand the scope of respondents and add cultural elements in research variables.

1. PENDAHULUAN

Technology Acceptance Model oleh Davis *et al.*, (1989) menjadi landasan teori pada penelitian ini. *Technology Acceptance Model* diciptakan untuk menilai sejauh mana pengguna merasakan manfaat dan penerimaan suatu teknologi. *Technology Acceptance Model* pada penelitian ini di refleksikan menjadi tiga persepsi yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kompatibilitas terhadap aplikasi *mobile payment*. Persepsi

kegunaan menurut Davis (1989) adalah derajat kepercayaan akan suatu teknologi bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Jika diterapkan dalam konteks *mobile payment* adalah sejauh mana *mobile payment* dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas mereka dalam melakukan transaksi pembayaran. Persepsi kemudahan diartikan oleh Davis *et al.*, (1989) sebagai kepercayaan seorang individu bahwa penggunaan suatu teknologi tidak membutuhkan usaha yang besar untuk menggunakannya. Jika dihubungkan dengan konteks *mobile payment* ini adalah bagaimana karakteristik internal yang dimiliki aplikasi *mobile payment* dapat dengan mudah dipelajari, fleksibilitas, kemudahan, kejelasan tampilan, dan proses yang ada di dalam aplikasi *mobile payment*. Kompatibilitas menurut Rogers (2004) adalah penilaian pengguna atas suatu teknologi baru akan konsisten dengan kebutuhan, kebiasaan, pengalaman masa lampau, nilai-nilai yang diyakini, dan kepercayaan pribadi. Jika dihubungkan dengan *mobile payment* adalah sejauh mana aplikasi *mobile payment* akan sesuai dan konsisten akan kebutuhan, kebiasaan, nilai-nilai, dan kepercayaan mereka. Perkembangan penggunaan *mobile payment* menjadi topik yang selalu menarik untuk diteliti.

Penggunaan *mobile payment* di Indonesia menjadi hal yang baru atau sebuah inovasi di bidang pembayaran. Dahlberg *et al.* (2008) mendefinisikan *mobile payment* sebagai pembayaran layanan, tagihan, barang dengan menggunakan perangkat seluler memanfaatkan teknologi komunikasi nirkabel dan teknologi komunikasi lain. Pengguna *mobile payment* dapat dengan mudah menyelesaikan pembayaran hanya dengan sentuhan di perangkat seluler. Aplikasi *mobile payment* dapat digunakan dalam berbagai skenario pembayaran, seperti pembayaran untuk konten digital (misalnya, nada dering, musik, atau permainan), tiket, biaya parkir, atau untuk mengakses layanan pembayaran elektronik untuk membayar tagihan.

Banyaknya kemudahan yang bisa dirasakan oleh pengguna aplikasi *mobile payment* juga berdampak kepada besarnya nilai transaksi *mobile payment* di Indonesia. Bank Indonesia (www.bi.go.id) merilis nilai transaksi *mobile payment* pada tahun 2017 mencapai 12,37 triliun rupiah. Pada tahun selanjutnya pada tahun 2018 menurut data Bank Indonesia nilai transaksi dengan *mobile payment* mencapai angka 47,19 triliun rupiah. Angka tersebut masih meningkat lagi pada tahun 2019 yakni mencapai angka 145,17 triliun rupiah. Pada bulan Januari sampai dengan April 2020 nilai transaksi *mobile payment* secara

berurutan yaitu 15,87 triliun rupiah, 15,18 triliun rupiah, 15,03 triliun rupiah, dan 17,55 triliun rupiah. Jika di bandingkan pada bulan yang sama tahun 2019 angka ini lebih besar. Pada bulan Januari sampai dengan April 2019 secara berurutan yaitu 5,82 triliun rupiah, 5,97 triliun rupiah, 8,96 triliun rupiah dan 10,67 triliun rupiah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2019) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Penelitian tersebut hasilnya berbeda dengan penelitian oleh Juhri & Dewi (2016) yang menunjukkan hasil bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Penelitian terdahulu menunjukkan adanya kesenjangan penelitian sehingga menyebabkan peneliti ingin meneliti kembali dengan menggunakan variabel yang terdapat kesenjangan hasil ditambah dengan variabel baru. Tambah variabel oleh penulis dalam penelitian ini yaitu persepsi kompatibilitas. Alasan penulis menggunakan variabel persepsi kompatibilitas karena terjadi kesenjangan dimana dalam penelitian Cabanillas *et al* (2015) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, sedangkan dalam penelitian Phonthanukitithaworn *et al* (2015) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Davis (1989) mengembangkan model *Technology Acceptance Model (TAM)* dimana teori ini menguji sejauh mana suatu teknologi diterima dan dirasakan manfaatnya oleh seorang pengguna. Model TAM oleh Davis mengusulkan dua variabel eksogen yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. *Technology Acceptance Model* di dalamnya terdapat variabel endogen yaitu sikap dan minat penggunaan suatu teknologi.

Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan di definisikan oleh Davis (1989) adalah derajat kepercayaan akan suatu teknologi bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Thompson & Howell (2015) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai harapan manfaat dari sebuah teknologi akan memudahkan pekerjaan

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan diartikan oleh Davis (1989) sebagai kepercayaan seorang individu bahwa penggunaan suatu teknologi tidak di perlukan usaha yang besar. Wibowo (2017) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai derajat kepercayaan seseorang bahwa suatu teknologi akan dengan mudah dipahami dan digunakan serta mampu meningkatkan prestasi kerja seseorang.

Kompatibilitas

Kompatibilitas menurut Rogers (2004) adalah penilaian pengguna atas suatu teknologi baru akan konsisten dengan kebutuhan, kebiasaan, pengalaman, dan kepercayaan pribadi. Kompatibilitas menangkap konsistensi antara inovasi dengan nilai-nilai yang dipercaya pengguna, kebutuhan, dan gaya hidup pengguna saat ini

Sikap penggunaan

Sikap adalah sikap positif atau negatif yang di rasakan seseorang ketika akan memutuskan untuk bertindak sesuatu (Jogiyanto, 2008:36). Ketika seseorang memiliki sikap positif yang lebih tinggi terhadap penggunaan teknologi baru, niat perilaku akan relatif lebih tinggi (Chuang *et al*, 2016).

Minat penggunaan

Minat penggunaan menurut Davis (1989) adalah kecenderungan seorang pengguna untuk setia menggunakan suatu teknologi. Wulandari (2019) mendefinisikan minat penggunaan sebagai keinginan pengguna untuk berperilaku dengan cara tertentu dengan tujuan untuk memiliki, membuang, dan menggunakan produk atau jasa.

Pengembangan Hipotesis

Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan

Persepsi kegunaan terhadap aplikasi *mobile payment* adalah sejauh mana aplikasi *mobile payment* bermanfaat untuk kehidupannya setelah seseorang menggunakan aplikasi *mobile payment*. Persepsi kegunaan menjadi salah satu variabel dalam teori *Technology Acceptance Model* karena secanggih apapun suatu teknologi jika tidak membawa kegunaan bagi penggunaannya maka tidak akan bernilai. Hasil penelitian oleh Gerhardt *et al.*, (2010),

Shanmugam *et al.*, (2014), dan Ramayah & Suki (2014) menunjukkan hasil bahwa persepsi kegunaan menunjukkan hasil yang positif terhadap sikap penggunaan. Sedangkan hasil penelitian yang bertolak belakang ditemukan oleh Juhri dan Dewi (2016) yang menyatakan ada hubungan negatif antara persepsi kegunaan dengan sikap penggunaan.

H₁ : Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan aplikasi *mobile payment*.

Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Penggunaan

Persepsi kemudahan terhadap aplikasi *mobile payment* adalah kemudahan dalam penggunaan aplikasi *mobile payment* untuk memudahkan pekerjaan pengguna. Jika penggunaan aplikasi *mobile payment* semakin sering maka seorang pengguna akan merasakan kemudahan yang baik. Penelitian yang dilakukan oleh Priyono (2017), Moon & Kim (2001), Venkatesh & Davis (2000) yang menunjukkan hubungan positif antara persepsi kemudahan dengan sikap penggunaan. Penelitian tersebut bertentangan hasilnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Juhri dan Dewi (2016) yang menyatakan ada hubungan negatif antara persepsi kegunaan dengan minat penggunaan.

H₂ : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan aplikasi *mobile payment*

Kompatibilitas terhadap Sikap Penggunaan

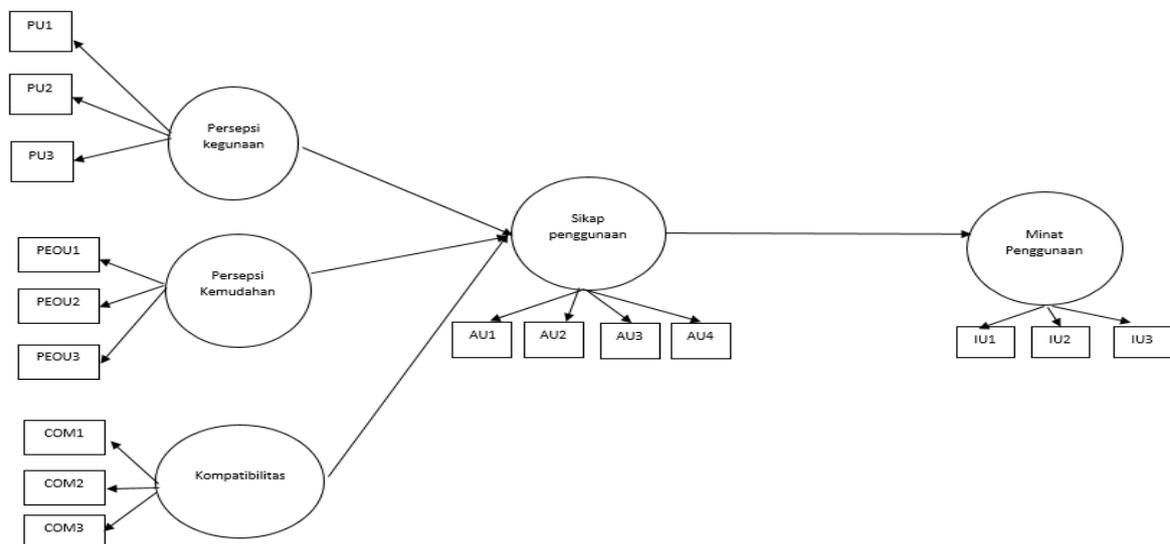
Kompatibilitas adalah sejauh mana suatu teknologi konsisten antara *value* dan inovasi, pengalaman dan kebutuhan dari pengguna teknologi. Jika suatu *mobile payment* semakin sesuai dengan pengalaman, kebutuhan, serta *value* yang diinginkan dari konsumen maka seorang konsumen akan setia menggunakan *mobile payment* tersebut. Hal ini juga disampaikan oleh Kerviler *et al.* (2016), Humbani & Wiese (2017) dan Phonthanukitithaworn *et al.* (2015) yang menunjukkan adanya hubungan signifikan positif antara kompatibilitas dengan sikap penggunaan. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh Cabanillas *et al.* (2015) di mana terdapat pengaruh negatif kompatibilitas terhadap sikap penggunaan.

H₃ : Kompatibilitas berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan aplikasi *mobile payment*

Sikap penggunaan terhadap minat penggunaan

Ketika seseorang memiliki sikap positif yang lebih tinggi terhadap penggunaan teknologi baru maka minat menggunakan akan tinggi (Chuang *et al.*, 2016). Minat penggunaan suatu teknologi tergantung sikap mereka. Sikap terhadap minat penggunaan harus berhubungan positif dan signifikan. Ketika seorang pengguna merasakan hal positif, maka mereka percaya bahwa menggunakan layanan *mobile payment* akan meningkatkan minat penggunaan. Penelitian terdahulu oleh Cabanillas *et al.*, (2015); Mehaira (2012); Suntornpithug & Khamalah (2010) juga mengidentifikasi hubungan positif antara sikap dan minat penggunaan teknologi.

H₄ : Sikap berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi *mobile payment*



Gambar 1. Model Penelitian

Model penelitian

Model penelitian pada penelitian ini dibangun berdasarkan pada penelitian yang memiliki topik yang sama. Diantaranya adalah Davis *et al.*, (1989), Gerhardt *et al.*, (2010), Juhri & Dewi (2016), Phonthanukitithaworn *et al.*, (2015), dan Istiarni & Hadiprajitno (2014). Penelitian tersebut menginspirasi penulis untuk membangun model penelitian dengan menekankan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, kompatibilitas, dan sikap terhadap minat penggunaan *mobile payment* sehingga dapat di rumuskan model penelitian diatas.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dan Sumber Data

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner berbentuk *google form* sebagai instrumen penelitian. Penelitian kuantitatif menekankan prosedur statistik untuk pengujian teori melalui variabel dan angka (Indriantoro & Supomo, 1999:12).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah warga Surabaya. Sampel dalam penelitian ini adalah warga Surabaya yang menggunakan aplikasi *mobile payment*. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria responden pada penelitian ini adalah responden yang berdomisili di Surabaya dan pernah menggunakan aplikasi *mobile payment*. Alat uji pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* dengan lima konstruk, maka jumlah sampel minimal yang dapat diolah adalah 100 data (Hair *et al.*, 2014:574). Penelitian ini mengambil sampel pada 183 responden yang memenuhi kriteria.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel laten eksogen pada penelitian ini yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan kompatibilitas. Variabel laten persepsi kegunaan diukur dengan tiga pertanyaan, variabel laten persepsi kemudahan diukur dengan tiga pertanyaan, variabel laten kompatibilitas diukur dengan tiga pertanyaan. Variabel laten endogen sikap diukur dengan empat pertanyaan, variabel laten endogen minat diukur dengan tiga pertanyaan. Pertanyaan pada variabel endogen dan eksogen di beri skor penilaian *skala likert* 1 sampai 4 (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, 4 = sangat setuju). Pertanyaan masing-masing variabel endogen dan eksogen tersaji dalam tabel 2.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan teknik survey dengan menyebarkan kuisisioner secara daring kepada responden di kota Surabaya untuk mendapatkan data secara langsung.

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif di dalamnya terdapat data demografi menyatakan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan aplikasi *mobile payment* yang di gunakan oleh responden. Analisis deskriptif juga di cantumkan *mean*, *maximum*, dan *standar deviasi*(Sugiyono, 2016:148).

Tabel 1. Indikator Setiap Pengujian

Unit pengujian	Indikator
Uji Validitas Konvergen	Nilai <i>loading factor</i> lebih dari 0,7
Uji Validitas Diskriminan	Nilai akar kuadrat <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) lebih besar daripada korelasi antar konstruk laten
Uji Reliabilitas	Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> lebih besar atau sama dengan 0,7
Uji R-Squared	0,75 artinya substansial; 0,50 artinya moderat; dan 0,25 artinya lemah
Pengujian Hipotesis	<i>Nilai p-value</i> lebih kecil daripada alpha ($\alpha=0,05$) maka kesimpulannya di dukung dan Nilai <i>T-Statistics</i> lebih dari 1,96

Sumber :Ghozali & Latan (2015:76)

Model Pengukuran, Model Struktural, dan Pengujian Hipotesis

Model pengukuran, model struktural, dan pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.3.0. Tabel 2, menjelaskan indikator model pengukuran, model struktural, dan pengujian hipotesis pada penelitian ini.

Tabel 2. Pertanyaan Setiap Konstruk

Konstruk	Pertanyaan	Referensi
Persepsi kegunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya bahwa menggunakan pembayaran dengan <i>mobile payment</i> akan memungkinkan saya membayar lebih cepat. 2. Saya percaya bahwa menggunakan <i>mobile payment</i> akan meningkatkan efektivitas pembayaran saya. 3. Saya yakin bahwa pembayaran dengan <i>mobile payment</i> bermanfaat. 	Davis (1989), Cabanillas <i>et al.</i> , (2015), Phonthanukitithaworn <i>et al</i> (2015)
Persepsi kemudahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya bahwa ketika saya menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i>, prosesnya akan jelas dan dapat dimengerti. 2. Saya percaya bahwa akan mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan <i>mobile payment</i>. 3. Saya percaya bahwa aplikasi <i>mobile payment</i> mudah digunakan. 	Davis (1989), Gerhardt <i>et al.</i> , (2010), Phonthanukitithaworn, <i>et al</i> (2015)
Kompatibilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya bahwa menggunakan <i>mobile payment</i> akan cocok dengan gaya hidup saya. 2. Saya percaya bahwa menggunakan <i>mobile payment</i> akan cocok dengan cara saya suka membeli produk dan layanan. 3. Saya percaya bahwa menggunakan <i>mobile payment</i> akan sepenuhnya kompatibel dengan situasi saya saat ini. 	Gerhardt <i>et al.</i> (2010), Liao <i>et al.</i> , (2007), Phonthanukitithaworn, <i>et al</i> (2015)
Sikap penggunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan layanan pembayaran <i>mobile</i> merupakan ide yang bagus. 2. Menggunakan layanan pembayaran <i>mobile</i> adalah keputusan yang bijak. 3. Saya merasakan mendapatkan manfaat dengan menggunakan layanan pembayaran <i>mobile</i>. 4. Saya tertarik untuk menggunakan layanan pembayaran <i>mobile</i>. 	Aslam <i>et al.</i> , (2017)
Minat penggunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya kemungkinan akan menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i> dalam waktu dekat. 2. Saya bersedia menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i> dalam waktu dekat. 3. Saya bermaksud untuk menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i> ketika ada peluang pembayaran <i>mobile</i>. 	Davis (1989), Gerhardt <i>et al.</i> , (2010), Cabanillas <i>et al.</i> , (2015)

Sumber: Davis *et al.*, (1989), Gerhardt *et al.*, (2010), Cabanillas *et al.*, (2015), Aslam *et al* (2017), dan Phonthanukitithaworn *et al* (2015), Liao *et al.*, (2007).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif

	<i>Mean</i>	Min	Max	<i>Standard Deviation</i>
Persepsi Kegunaan 1	3,492	1,000	4,000	0,552
Persepsi Kegunaan 2	3,475	2,000	4,000	0,521
Persepsi Kegunaan 3	3,432	2,000	4,000	0,527
Persepsi Kemudahan 1	3,279	1,000	4,000	0,516
Persepsi Kemudahan 2	3,235	2,000	4,000	0,527
Persepsi Kemudahan 3	3,415	2,000	4,000	0,525
Kompatibilitas 1	3,093	2,000	4,000	0,625
Kompatibilitas 2	3,202	2,000	4,000	0,580
Kompatibilitas 3	3,251	1,000	4,000	0,612
Sikap Penggunaan 1	3,301	2,000	4,000	0,493
Sikap Penggunaan 2	3,142	2,000	4,000	0,524
Sikap Penggunaan 3	3,372	2,000	4,000	0,505
Sikap Penggunaan 4	3,344	2,000	4,000	0,508
Minat Penggunaan 1	3,333	1,000	4,000	0,613
Minat Penggunaan 2	3,322	1,000	4,000	0,572
Minat Penggunaan 3	3,355	2,000	4,000	0,512

Sumber: *Output SmartPLS 3.3.0*

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Nilai Composite Reliability</i>	<i>Nilai Cronbach's Alpha</i>
Kompatibilitas	0,872	0,778
Minat Penggunaan	0,936	0,897
Persepsi Kegunaan	0,886	0,806
Persepsi Kemudahan	0,866	0,769
Sikap Penggunaan	0,890	0,837

Sumber: *Output SmartPLS 3.3.0*

Berdasarkan uji reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel memenuhi kriteria sebagaimana tercantum dalam tabel di atas.

Uji Validitas Konvergen

Berdasarkan uji validitas konvergen dapat diketahui bahwa, semua variabel dan item pertanyaan memenuhi kriteria sebagaimana tercantum dalam tabel di bawah ini

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Konvergen

	Item	Nilai <i>Loading Factor</i>	Keterangan
Persepsi Kegunaan	Persepsi Kegunaan 1	0,861	Valid
	Persepsi Kegunaan 2	0,882	Valid
	Persepsi Kegunaan 3	0,802	Valid
Persepsi Kemudahan	Persepsi Kemudahan 1	0,808	Valid
	Persepsi Kemudahan 2	0,824	Valid
	Persepsi Kemudahan 3	0,849	Valid
Kompatibilitas	Kompatibilitas 1	0,860	Valid
	Kompatibilitas 2	0,881	Valid
	Kompatibilitas 3	0,754	Valid
Sikap Penggunaan	Sikap Penggunaan 1	0,813	Valid
	Sikap Penggunaan 2	0,764	Valid
	Sikap Penggunaan 3	0,831	Valid
	Sikap Penggunaan 4	0,865	Valid
Minat Penggunaan	Minat Penggunaan 1	0,937	Valid
	Minat Penggunaan 2	0,938	Valid
	Minat Penggunaan 3	0,858	Valid

Sumber: Output SmartPLS 3.3.0

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	Kompatibilitas	Minat Penggunaan	Persepsi Kegunaan	Persepsi Kemudahan	Sikap Penggunaan
Kompatibilitas	0,833				
Minat Penggunaan	0,533	0,912			
Persepsi Kegunaan	0,478	0,487	0,849		
Persepsi Kemudahan	0,478	0,450	0,609	0,827	
Sikap Penggunaan	0,595	0,716	0,569	0,577	0,819

Sumber: Output SmartPLS 3.3.0

Berdasarkan uji validitas diskriminan dapat diketahui bahwa semua variabel memenuhi kriteria sebagaimana tercantum dalam tabel di atas.

Model Struktural

Model struktural pada penelitian ini di temukan nilai *R-Squared* sebesar 0,513 dan 0,499. Angka 0,513 berarti 51,3% varians dari sikap penggunaan dapat di jelaskan oleh beberapa variabel endogen yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kompatibilitas. Angka 0,499 berarti 49,9% varians dari minat penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel sikap penggunaan. Berdasarkan penjelasan tersebut model struktural yang sudah di buat oleh penulis memenuhi kriteria.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan nilai dari *p-value* dan *T-statistics* maka semua variabel berpengaruh signifikan sebagaimana tercantum pada tabel berikut. Hasil uji statistik untuk H₁ menunjukkan angka *T-Statistics* 5,194 (>1,96) dan nilai *p-value* 0,000 (<0,05) bermakna mendukung persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap penggunaan. Hasil uji statistik untuk H₂ menunjukkan angka *T-Statistics* 3,279 (>1,96) dan nilai *p-value* 0,000 (<0,05) bermakna mendukung persepsi kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap penggunaan. Hasil uji statistik untuk H₃ menunjukkan angka *T-Statistics* 3,073 (>1,96) dan nilai *p-value* 0,001 (<0,05) bermakna mendukung persepsi kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap penggunaan. Hasil uji statistik untuk H₄ menunjukkan angka *T-Statistics* 16,290 (>1,96) dan nilai *p-value* 0,000 (<0,05) bermakna mendukung persepsi kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap sikap penggunaan.

Tabel 7. Tabel Pengujian Hipotesis

	Nilai <i>T-Statistics</i>	Nilai <i>p-value</i>	Hasil	Catatan
Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan	5,194	0,000	Didukung	Signifikan, Positif
Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Penggunaan	3,279	0,000	Didukung	Signifikan, Positif
Kompatibilitas terhadap Sikap Penggunaan	3,073	0,001	Didukung	Signifikan, Positif
Sikap Penggunaan terhadap Minat Penggunaan	16,290	0,000	Didukung	Signifikan, Positif

Sumber: *Output SmartPLS 3.3.0*

Pembahasan

Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan dalam penggunaan *mobile payment* memberi sikap positif terhadap penggunaan. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif bermakna bahwa semakin besar persepsi kegunaan yang dirasakan oleh pengguna *mobile payment* dalam penggunaannya maka sikap penggunaan *mobile payment* akan semakin besar pula dan sebaliknya, persepsi kegunaan yang kurang baik dirasakan pengguna akan menurunkan sikap penggunaan aplikasi *mobile payment*. Persepsi kegunaan yang makin baik dirasakan oleh pengguna *mobile payment* selain meningkatkan sikap atas penggunaan *mobile payment*, juga akan meningkatkan keinginan untuk selalu menggunakan *mobile payment* dalam setiap pembayaran. Hasil penelitian tersebut juga dapat dipahami bahwa, aplikasi *mobile payment* berguna dalam kehidupan pengguna dalam kebutuhan transaksi keuangan. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* maka teknologi *mobile payment* memberikan kegunaan bagi para pengguna seperti mempercepat transaksi pembayaran seseorang, meningkatkan efektivitas pembayaran seseorang, dan yakin bahwa aplikasi *mobile payment* akan membawa manfaat sehingga cenderung menunjukkan sikap positif terhadap penggunaan *mobile payment*. Teori TAM juga mengatakan bahwa sikap penggunaan didorong oleh kegunaan yang dirasakan pengguna atas suatu teknologi untuk menunjang aktivitas (Davis et al., 1989). Teori *Technology Acceptance Model* di dukung dalam hasil penelitian ini dimana sikap penggunaan dipengaruhi oleh persepsi kegunaan yang dirasakan. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Gerhardt *et al.*, (2010); Humbani & Wiese, (2017); dan Cabanillas *et al.*, (2015). Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan. Berdasarkan uraian di atas hasil penelitian terdahulu sejalan dengan hasil penelitian ini yang menemukan pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan suatu aplikasi *mobile payment*.

Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan *mobile payment* memberi sikap positif terhadap penggunaan. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif bermakna bahwa semakin besar persepsi kemudahan yang dirasakan oleh pengguna

mobile payment dalam penggunaannya maka, sikap penggunaan *mobile payment* akan semakin besar pula dan sebaliknya, persepsi kemudahan yang kurang baik dirasakan pengguna akan menurunkan sikap penggunaan aplikasi *mobile payment*. Persepsi kemudahan yang makin baik di rasakan oleh pengguna *mobile payment* selain meningkatkan sikap atas penggunaan *mobile payment* juga akan meningkatkan keinginan untuk selalu menggunakan *mobile payment* dalam setiap pembayaran. Hasil penelitian tersebut juga dapat dipahami bahwa aplikasi *mobile payment* mudah digunakan dalam kehidupan pengguna dalam kebutuhan transaksi keuangan. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* maka teknologi *mobile payment* mudah di mengerti, akan mudah menjadi terampil, dan yakin bahwa aplikasi *mobile payment* mudah di gunakan sehingga sikap positif atas suatu teknologi *mobile payment* juga akan meningkat. Teori TAM juga mengatakan bahwa sikap positif atas suatu teknologi didorong oleh kemudahan teknologi, sehingga tidak susah untuk digunakan (Davis et al., 1989). Teori *Technology Acceptance Model* di dukung dalam hasil penelitian ini dimana sikap penggunaan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan yang dirasakan. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Moon & Kim (2001); Priyono (2017); dan Venkatesh & Davis (2000). Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan. Berdasarkan uraian di atas hasil penelitian terdahulu sejalan dengan hasil penelitian ini yang menemukan pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan suatu aplikasi *mobile payment*.

Kompatibilitas terhadap Sikap Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan aplikasi *mobile payment* kompatibel dengan kondisi pengguna teknologi *mobile payment*. Kompatibilitas berpengaruh signifikan positif bermakna bahwa semakin besar kompatibilitas yang dirasakan oleh pengguna *mobile payment* dalam penggunaannya maka sikap penggunaan *mobile payment* akan semakin besar pula dan sebaliknya, kompatibilitas yang di rasakan kurang baik dirasakan pengguna akan menurunkan sikap penggunaan aplikasi *mobile payment*. Kompatibilitas yang makin baik dirasakan oleh pengguna *mobile payment* selain meningkatkan sikap atas penggunaan *mobile payment* juga akan meningkatkan keinginan untuk selalu menggunakan *mobile payment* dalam setiap pembayaran. Hasil penelitian tersebut juga dapat di pahami bahwa aplikasi *mobile payment* kompatibel untuk pengguna dalam kebutuhan transaksi keuangan. Jika di hubungkan dengan kuisisioner penelitian yang

Penerimaan Teori TAM terhadap Penggunaan Mobile Payment dengan Kompatibilitas sebagai Variabel Eksternal

menggunakan kompatibilitas sebagai variabel eksternal teori *Technology Acceptance Model* maka suatu aplikasi *mobile payment* yang sesuai dengan gaya hidup, sesuai dengan cara membeli suatu produk, dan sesuai dengan kondisi saat ini akan meningkatkan sikap positif penggunaan aplikasi *mobile payment*. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Aslam *et al.*, (2017); Chen (2008); dan Phonthanukitithaworn *et al.*, (2015). Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa persepsi kompatibilitas berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan. Berdasarkan uraian di atas hasil penelitian terdahulu sejalan dengan hasil penelitian ini yang menemukan pengaruh kompatibilitas terhadap sikap penggunaan suatu aplikasi *mobile payment*.

Sikap Penggunaan terhadap Minat Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Sikap penggunaan berpengaruh signifikan positif bermakna bahwa semakin besar sikap penggunaan yang dirasakan oleh pengguna *mobile payment* dalam penggunaannya maka minat penggunaan *mobile payment* akan semakin besar pula dan sebaliknya, sikap penggunaan yang kurang baik dirasakan pengguna akan menurunkan minat penggunaan aplikasi *mobile payment*. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* maka menggunakan teknologi *mobile payment* adalah ide yang bagus, merupakan keputusan yang bijak, merasakan membawa manfaat *mobile payment* dan pengguna tertarik menggunakan layanan *mobile payment* sehingga minat atas suatu teknologi *mobile payment* juga akan meningkat. Teori TAM juga mengatakan bahwa minat atas penggunaan suatu teknologi didorong oleh sikap penggunaan teknologi. Teori *Technology Acceptance Model* di dukung dalam hasil penelitian ini dimana sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Istiarni & Hadiprajitno (2014); Mehaira (2012); dan Suntornpithug & Khamalah (2010). Hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa sikap penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap minat penggunaan. Berdasarkan uraian di atas hasil penelitian terdahulu sejalan dengan hasil penelitian ini yang menemukan pengaruh sikap penggunaan terhadap minat penggunaan suatu aplikasi *mobile payment*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji statistik penulis menyimpulkan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kompatibilitas berpengaruh signifikan positif terhadap sikap penggunaan. Sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Hal tersebut mendukung *Technology Acceptance Model* bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, serta kompatibilitas mempengaruhi sikap dan minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian bermakna semakin besar persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kompatibilitas yang dirasakan pengguna *mobile payment* akan meningkatkan sikap penggunaan, dan sebaliknya persepsi kegunaan, persepsi kegunaan, dan kompatibilitas yang dirasakan kurang baik maka akan menurunkan sikap penggunaan. Sikap penggunaan berpengaruh signifikan positif bermakna bahwa semakin besar sikap penggunaan yang dirasakan oleh pengguna *mobile payment* dalam penggunaannya maka minat penggunaan *mobile payment* akan semakin besar pula dan sebaliknya, sikap penggunaan yang kurang baik dirasakan pengguna akan menurunkan minat penggunaan aplikasi *mobilepayment*.

6. IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN

Saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat membangun model yang disajikan pada penelitian ini dan memodifikasinya agar berkembang bersama variabel baru yang lain. Keterbatasan penelitian yakni terbatas pada sampel di kota Surabaya. Hasil akan lebih baik jika di uji di beberapa kota atau suatu negara, dengan generalisasi di beberapa kota atau suatu negara maka dapat di uji dengan perbedaan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslam, W., Ham, M., & Arif, I. (2017). Consumer Behavioral Intentions Towards Mobile Payment Services: an Empirical Analysis in Pakistan. *Market-Tržište*, 29 (2), 161–176.
- Bank Indonesia. (2017). Statistik Sistem Pembayaran. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/transaksi.aspx>
- Cabanillas, F., Luna, I. R., & Rios, F. J. (2015). Technology Analysis & Strategic Management User behaviour in QR mobile payment system: the QR Payment Acceptance Model. *Technology Analysis & Strategic Management*, 27 (9): 1-19.

- Chen, L. (2008). A model of consumer acceptance of mobile payment. *International Journal of Mobile Communication*, 6 (1): 32–52.
- Chuang, L., Liu, C., & Kao, H. (2016). The Adoption of Fintech Service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences*, 3(7): 1–15.
- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., & Zmijewska, A. (2008). Past , present and future of mobile payments research: A literature review. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(2): 165–181.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8): 982–1003.
- Gerhardt, P., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services : An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3): 209–216.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares:Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., et al., (2014). Multivariate Data Analysis. In *Pharmaceutical Quality by Design: A Practical Approach* (7th ed.). London:Pearson Education Limited.
- Humbani, M., & Wiese, M. (2017). A Cashless Society for All : Determining Consumers ' Readiness to Adopt Mobile Payment Services. *Journal of African Business*, 4(3): 409–429.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (1st ed.). Yogyakarta:BPFE.
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3 (2):1–10.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Juhri, K., & Dewi, C. K. (2016). Kepercayaan dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash di Bandung dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Pro Bisnis*, 10 (1), 36–51.
- Kerviler, G., Demoulin, N. T, & Zidda, P. (2016). Adoption of in-store mobile payment : Are perceived risk and convenience the only drivers? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 334–344.
- Liao, C., Chen, J. L., & Yen, D. C. (2007). Theory of planning behavior (TPB) and customer satisfaction in the continued use of e-service: An integrated model. *Computers in human behavior*, 23(6), 2804-2822.

- Mehaira, P. (2012). Assurance on The Reliability of Mobile Payment System and Its Effects on Its' Use: An Empirical Examination. *Accounting and Management Information Systems*, 11(1): 97–111.
- Moon, J. W., & Kim, Y. G. (2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information and Management*, 38 (4): 217–230.
- Phonthanukitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. (2015). User Intentions to Adopt Mobile Payment Services: A Study of Early Adopters in Thailand. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20 (1): 1–29.
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust dan Risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1): 88–106.
- Ramayah, T., & Suki, N. M. (2014). Intention To Use Mobile PC Among MBA Students : Implications for Technology Integration in the Learning Curriculum. *UNITAR E-Journal*, 2(2): 30–39.
- Rogers, E. M. (2004). A Prospective and Retrospective Look at the Diffusion Model A Prospective and Retrospective Look at the Diffusion Model. *Journal of Health Communication*, 9(1): 1-8.
- Shanmugam, A., Savarimuthu, M. T., & Wen, T. C. (2014). Factors affecting Malaysian behavioral intention to use mobile banking with mediating effects of attitude. *Academic Research International*, 5(2): 236–253.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suntornpithug, N., & Khamalah, J. (2010). Machine and Person Interactivity: the Driving Forces Behind Influences on Consumers' Willingness To Purchase Online. *Journal of Electronic Commerce Research*, 11(4): 299–325.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., Howell, J. M. (2015). Personal Computing : Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15 (1): 125–143.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46 (2): 185–204.
- Wibowo, A. (2017). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 1-8.
- Wulandari, F. (2019). Penggunaan Uang Elektronik (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2): 1-14.