



Determinan Perilaku Penggunaan Mobile Payment: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Reasoned Action

Emi Boki*, Pranatalindo Simanjuntak

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Ambon

Jl. Ir. M. Putuhena, Poka, Kec. Tlk. Ambon, Kota Ambon, Maluku, Indonesia

Email: ^{1,*}emi.boki@lecturer.unpatti.ac.id, ²Franssimanjuntak71@gmail.com

Email Corresponding Author: emi.boki@lecturer.unpatti.ac.id

Submitted: 26/01/2025; Accepted: 05/02/2025; Published: 06/02/2025

Abstrak—Pandemi Covid 19 menyebabkan terjadinya berbagai perubahan salah satunya pada proses pembayaran yang mengalami dampak yang cukup besar. Sistem pembayaran mengalami perubahan dari penggunaan uang tunai atau melalui transaksi secara langsung menjadi sistem online tanpa bertatap muka secara langsung dengan menggunakan perangkat seluler atau yang lebih dikenal dengan mobile payment. Penelitian ini menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Reasoned Action untuk menguji hubungan antara perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan subjective norm terhadap perilaku penggunaan mobile payment dengan behavioral intention sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan di Universitas Hasanuddin dengan jumlah responden sebanyak 273 mahasiswa dari pascasarjana fakultas ekonomi dan bisnis yang masih aktif dan menggunakan mobile payment. Data dianalisis dengan menggunakan Analysis of Moment Structure (AMOS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived ease of use, dan behavioral intention berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan mobile payment, serta perceived usefulness, perceived risk, dan subjective norm tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan mobile payment. Temuan lain menunjukkan bahwa niat perilaku memediasi pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk dan subjective norm terhadap perilaku penggunaan mobile payment. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan mobile payment cukup mudah bagi sebagian mahasiswa sehingga mereka merasa yakin bahwa penggunaan mobile payment lebih mudah dan efektif dari proses pembayaran secara langsung, adapun niat serta perilaku mereka dalam menggunakan mobile payment menjadi maksimal.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan; Persepsi Kegunaan; Persepsi Risiko; Norma Subyektif; Mobile Payment; Niat Berperilaku.

Abstract—The Covid 19 pandemic has caused various changes, one of which is the payment process which has had a significant impact. The payment system has changed from using cash or through direct transactions to an online system without direct face-to-face contact using mobile devices or better known as mobile payment. This study uses the Technology Acceptance Model and Theory Reasoned Action approaches to test the relationship between perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, and subjective norms on mobile payment usage behavior with behavioral intention as a mediating variable. This study was conducted at Hasanuddin University with 273 respondents from the postgraduate students of the Faculty of Economics and Business who were still active and using mobile payments. Data were analyzed using Analysis of Moment Structure (AMOS). The results showed that perceived ease of use, and behavioral intention had a significant effect on mobile payment usage behavior, and perceived usefulness, perceived risk, and subjective norms did not have a significant effect on mobile payment usage behavior. Other findings showed that behavioral intention mediated the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk and subjective norms on mobile payment usage behavior. This shows that the behavior of using mobile payments is quite easy for some students so that they feel confident that using mobile payments is easier and more effective than the direct payment process, while their intentions and behavior in using mobile payments are maximized.

Keywords: Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Perceived Risk; Subjective Norm; Mobile Payment; Behavioral Intention.

1. PENDAHULUAN

Teknologi Informasi dan komunikasi (TIK) telah berkembang pesat dalam beberapa dekade ini sehingga memunculkan peluang-peluang inovasi baru berbasis teknologi pada sektor keuangan yang sering dikenal sebagai Financial Technology. TIK merupakan suatu hal yang bisa dijadikan sarana untuk menunjukkan maju atau tidaknya suatu negara dan juga dipandang sebagai suatu hal yang dapat mengangkat citra bangsa. Negara-negara di dunia berlomba-lomba meningkatkan TIK sehingga dalam dua dekade terakhir telah terjadi perkembangan pada sektor tersebut. Hal ini menjadi tonggak perkembangan ekonomi suatu negara (Toader et al., 2018). Perkembangan sektor TIK juga disertai dengan pertumbuhan penggunaan telepon seluler yang semakin meluas, pertumbuhan pasar elektronik atau e-commerce yang signifikan, ketersediaan pendanaan pengembangan TIK, serta dukungan dari regulator dan pemerintah (Horner dan Cunnane, 2017). Oleh karena itu, TIK menjadi pelopor bagi perubahan paradigma di sektor keuangan.

Mobile payment juga dikenal dengan e-wallet atau e-money yang merupakan layanan pembayaran yang terhubung langsung ke Lembaga keuangan dan layanan pembayaran (Kang, 2018). Mobile payment didefinisikan sebagai alat pembayaran elektronik yang menggunakan perangkat seluler untuk mentransfer dana antara pembayar dan yang menerima pembayaran (Rathi, 2013). Hal ini mengubah cara pandang seseorang melihat penggunaan seluler, tidak lagi sebatas komunikasi, hiburan, maupun browsing internet. Layanan mobile payment telah mengubah cara pelanggan dan pedagang bertransaksi seperti melakukan kontak langsung ataupun menggunakan uang tunai saat melakukan suatu transaksi sehingga membuat suatu transaksi menjadi lebih sederhana, mudah, dan cepat. Selain itu



transaksi juga bisa dilakukan oleh setiap orang dimana saja, dan kapan saja. Akibatnya dalam beberapa tahun terakhir tingkat adopsi layanan mobile payment berbasis aplikasi telah melampaui layanan pembayaran tradisional (Candy dan Rudyanto, 2022)

Hadirnya metode mobile payment yang merupakan salah satu inovasi dari teknologi dan keuangan. Mobile payment ini merupakan media pembayaran apa pun yang dilakukan menggunakan perangkat seluler. Layanan mobile payment telah mengubah cara pelanggan dan pedagang bertransaksi seperti melakukan kontak langsung ataupun menggunakan uang tunai saat melakukan suatu transaksi sehingga membuat suatu transaksi menjadi lebih sederhana, mudah, cepat dan bisa dilakukan oleh setiap orang dimana saja, dan kapan saja.

Perilaku masyarakat Indonesia yang awalnya lebih mengutamakan penggunaan transaksi pembayaran secara manual dalam berbagai aktivitasnya, namun di masa pandemi covid-19 mengalami perbedaan dimana masyarakat dituntut untuk menggunakan sistem pembayaran online. Internet adalah salah satu jenis teknologi yang menjadi bagian penting di dunia sekaligus telah memicu perubahan gaya hidup. Hal ini dibuktikan dengan hasil laporan Digital 2022 yang menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat ketiga dari pengguna internet terbesar di Asia dimana pengguna internet yang ada di Indonesia per tanggal 16 Agustus 2021 cukup banyak yakni 188.590.000 pengguna (Statista, 2022). Ini menunjukkan bahwa ada peluang untuk perkembangan mobile payment di Indonesia. Hasil Survei yang dilakukan pada tahun 2021 mengenai penggunaan layanan mobile payment di Indonesia telah mencapai lebih dari 60 juta pengguna. Pengguna mobile payment tersebut pada tahun 2021 mencapai 62,2 juta terutama dalam keadaan pandemi covid-19, jumlah pengguna terus mengalami kenaikan dan di prediksi akan mencapai 70,1 juta pengguna di tahun 2026 (Statista, 2022). Hal Ini menunjukkan bahwa ada peluang perkembangan mobile payment di Indonesia sehingga berpotensi memengaruhi pola perilaku seseorang dalam aktivitas keuangannya.

Penggunaan model TAM didasarkan pada pendapat Venkatesh & Davis, (2000) yang menyatakan bahwa sejauh ini TAM merupakan sebuah konsep yang dianggap paling baik dalam menjelaskan perilaku pengguna terhadap sistem teknologi informasi yang baru. Menurut Venkatesh dan Davis (2000) TAM secara empiris terbukti menjelaskan 40% usage intentions dan behavior. Secara teoritis dan praktis TAM merupakan model yang dianggap paling tepat dalam menjelaskan bagaimana pengguna menerima sebuah sistem. TAM menyatakan bahwa behavioral intension to use ditentukan oleh dua keyakinan yaitu: pertama, perceived usefulness yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan 3 kinerjanya. Kedua, perceived ease of use yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan sistem adalah mudah. TAM juga menyatakan bahwa dampak variabel-variabel eksternal seperti risiko, proses pengembangan dan pelatihan terhadap intension to use yang dimediasi oleh perceived of usefulness dan perceived ease of use. Penelitian ini penting, mengingat perubahan sistem lama ke sistem baru memerlukan proses transisi, yang bagi banyak pengguna menimbulkan konflik dan kecemasan dalam hal proses adaptasinya. Kondisi ini sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh Compeau dan Higgins (1995) bahwa tahapan kritis dalam penerapan sebuah sistem teknologi informasi adalah kondisi dimana kehadiran sistem tersebut diterima atau ditolak oleh calon pengguna.

Selain TAM, Menurut Daragmeh et al, (2021) terdapat dua istilah yang berhubungan dengan aspek keperilakuan, yaitu niat (intention) dan perilaku (behavior). Pada dasarnya kedua istilah tersebut merupakan dua hal yang berbeda. Niat (intention) diartikan sebagai minat atau keinginan untuk melakukan sesuatu. Sedangkan perilaku (behavior) lebih luas dari minat atau keinginan, perilaku merupakan tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan oleh seseorang. Dalam hal ini Theory Reasoned Action (TRA) merupakan model penelitian yang menjelaskan bahwa perilaku (behavior) yang merupakan tindakan atau kegiatan nyata, dilakukan karena individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (intention). Sehingga dengan kata lain, niat atau keinginan seseorang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan kegiatan atau tindakan tertentu. Pada dasarnya banyak metode penelitian yang dapat digunakan untuk mengukur aspek keperilakuan dalam penggunaan informasi teknologi, salah satunya adalah Theory Reasoned Action (TRA). Theory of Reasoned Action (Ajzen, 1980) menyatakan bahwa perilaku (behaviour) merupakan fungsi yang melatar belakangi niat atau keinginan dilakukannya perilaku tersebut (intentions). Pada dasarnya, niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap dari seseorang yang mengarah pada penentuan perilaku (attitude) dan oleh sejumlah norma subyektif (subjective norm) tentang perilaku tersebut. Penelitian tersebut meneliti tentang aspek keperilakuan Mahasiswa Pascasarjana FEB Universitas Hasanuddin sebagai pengguna dalam penggunaan mobile payment. Penelitian tersebut menggunakan model Theory Reasoned Action (Ajzen; Fishbein, 1977) yang meneliti hubungan antara sikap (attitude), norma subyektif (subjective norm), niat (intention) terhadap perilaku.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan mobile payment adalah perceived ease of use, suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunannya. Selanjutnya perceived usefulness, suatu teknologi akan digunakan jika orang tersebut mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. Oleh Karena itu diharapkan dengan kehadiran mobile payment tersebut dapat memberikan manfaat kepada setiap penggunannya. Seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.

Perilaku masyarakat Indonesia yang awalnya lebih mengutamakan penggunaan transaksi pembayaran secara manual dalam berbagai aktivitasnya, namun di masa pandemi covid-19 mengalami perbedaan dimana masyarakat dituntut untuk menggunakan sistem pembayaran online. Selain privasi dan keamanan yang menjadi masalah risiko



utama yang memengaruhi niat konsumen untuk menggunakan pembayaran seluler terdapat "risiko penyakit" sebagai salah satu faktor yang memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan mobile payment. Perceived risk adalah suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan (Jogiyanto, 2007).

Selain norma subjektif, menjadi prediktor utama dalam pengambilan keputusan penggunaan mobile payment dimana pengaruh norma subjektif mampu untuk menyarankan, mengolah dan memperkuat suatu tindakan atau perilaku pembelian konsumen. Perilaku Penggunaan mobile payment merupakan suatu tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan untuk menggunakan mobile payment. Pertumbuhan penggunaan mobile payment yang meningkat mengingatkannya untuk mengurangi aktivitas kontak antar individu sehingga adanya peralihan perilaku pada masyarakat yang awalnya masyarakat merasa aman untuk bertransaksi keuangan secara langsung kini masyarakat lebih memilih menggunakan berbagai aplikasi pembayaran online untuk aktivitas keuangannya seperti belanja barang online. Perilaku dilakukan karena individual mempunyai niat atau keinginan untuk melakukannya. Niat perilaku (behavioral intention) akan menentukan perilakunya (Jogiyanto, 2007). Seorang akan berniat menggunakan mobile payment apabila pengguna tersebut meyakini dengan menggunakan mobile payment tersebut akan meningkatkan kinerjanya, menggunakan mobile payment dapat dilakukan dengan mudah dan pengguna tersebut mendapatkan pengaruh lingkungan sekitarnya dalam menggunakan mobile payment (Boki et al., 2023)

Dalam hal ini, penelitian ini mengkaji variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku penggunaan mobile payment atau dalam hal ini variabel independen, termasuk perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk dan subjective norm dengan behavioral intention sebagai variabel moderating. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad Daragmeh, Csaba Lentner dan Judit Sagi yang berjudul " FinTech payments in the era of covid-19: Factors influencing behavioral intentions of Generation X in Hungary to use mobile payment". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa perceived covid-19 risk, perceived ease of use, dan subjective norm berpengaruh positif terhadap behavioral intention, sedangkan perceived usefulness berpengaruh negatif terhadap behavioral intention.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh research gap pada penelitian- penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Le (2021) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mendorong niat dan loyalitas untuk menggunakan fintech pasca-lockdown covid-19 adalah trust, security dan privacy serta khususnya layanan dari fintech tersebut. Selanjutnya Daragmeh et al. (2021) mengatakan bahwa perceived risk, perceived usefulness, subjective norms, dan perceived ease of use merupakan faktor- faktor yang memengaruhi niat perilaku menggunakan mobile payment pada masa pandemi covid-19. Memprediksi faktor faktor penentu mobile payment juga dilakukan oleh Liébana-Cabanillas et al. (2018) yang menemukan bahwa perceived usefulness dan perceived security memengaruhi niat menggunakan mobile payment. Selain itu dengan menggunakan tinjauan literatur Karsen et al. (2019) menemukan 44 faktor penting yang digunakan untuk menganalisis penggunaan mobile payment diantaranya yaitu perceived ease of use, perceived usefulness, perceived trust, perceived risk, social influence, perceived security, effort expectancy, attitude, performance expectancy dan facilitating condition, dan lain-lain. Penelitian lain dari Franque et al. (2021) mengatakan bahwa prediktor penting yang memengaruhi niat berkelanjutan seseorang dalam menggunakan mobile payment adalah performance, use, dan satisfaction.

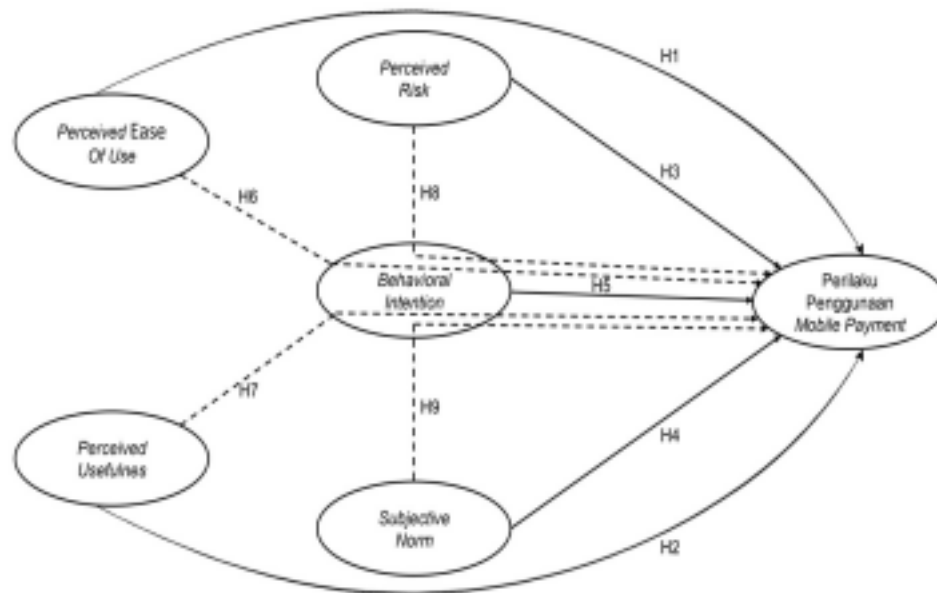
Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengkaji variabel-variabel yaitu perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk dan subjective norm dengan behavioral intention sebagai variabel moderating. Penulis ingin mengetahui apakah perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk dan subjective norm berpengaruh terhadap perilaku penggunaan mobile payment dengan behavioral intention sebagai variabel moderating yang dilakukan pada Mahasiswa Pascasarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas, Hasanuddin. Selain itu Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya ketergantungan terhadap teknologi pada masa pandemi COVID-19 dalam sistem pembayaran sehingga mengubah kebiasaan pembayaran tunai dengan mobile payment.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden. Data tersebut berupa data penilaian responden terhadap perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan subjective norm terhadap perilaku penggunaan mobile payment dengan behavioral intention sebagai variabel mediasi. Data primer bersumber dari mahasiswa Pascasarjana FEB di Universitas Hasanuddin melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pascasarjana Fakultas Ekonomi & Bisnis di Universitas Hasanuddin. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan program statistik IBM SEM Analysis of Moment Structure (AMOS). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pascasarjana Fakultas Ekonomi & Bisnis di Universitas Hasanuddin. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Sensus / Survey Sampling, sehingga jumlah sampel adalah seluruh mahasiswa pascasarjana Fakultas Ekonomi & Bisnis yang menjadi responden sebanyak 273 orang pada tahun pengamatan. Penelitian melakukan pengumpulan data dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebar keseluruhan sampel sebanyak 273 responden, hasil dari instrumen kuesioner ini akan dilakukan tabulasi dan dilakukan analisa dengan menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan program statistik IBM SEM Analysis of



Moment Structure (AMOS) untuk ditarik kesimpulan hasil pengamatan. Berikut ini Kerangka Konseptual pada penelitian ini adalah :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian dalam penelitian ini adalah :

H1 : Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Payment.

H2 : Perceived usefulness berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan mobile payment

H3 : Perceived risk berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan mobile payment

H4 : Pengaruh Subjective Norm terhadap Perilaku penggunaan Mobile Payment

H5: Behavioral Intention berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan mobile payment

H6 : Pengaruh Behavioral Intention sebagai Variabel Mediasi antara Perceived Ease of Use terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Payment

H7 : Behavioral Intention memediasi hubungan antara perceived usefulness dan perilaku penggunaan mobile payment

H8 : Behavioral Intention memediasi hubungan antara perceived risk dan perilaku penggunaan mobile payment.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Validitas dan Reabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan construct reliability dengan cut of value adalah minimal 0,70 suatu konstruk dikatakan reliabel jika menunjukkan nilai construct reliability masing-masing konstruk lebih besar dari 0,70. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori pada masing-masing variabel laten melalui program IBM SEM AMOS versi 24. Selain itu factor analysis yang digunakan untuk uji validitas dalam penelitian ini adalah CFA atau (Confirmatory Factor Analysis). Hasil dari uji validitas terlihat pada Tabel 1. CFA merupakan cara untuk menguji seberapa baik variabel terukur mewakili konstruk. untuk melihat nilai signifikansi dari CFA, dapat dilihat dari nilai kritis (critical ratio) yang dihasilkan. Nilai kritis adalah sebuah nilai dari uji statistik (t-tes dan f-tes) yang menggambarkan sebuah tingkat signifikansi tertentu. Kriteria mampu merefleksikan variabel latennya, jika nilai kritis lebih besar dari 1,96 maka terdapat signifikansi dengan tingkat kepercayaan 95% (Hair et al. dalam Haryono dan Wardoyo, 2012). Pada model modifikasi sebagaimana pada Tabel 2 menunjukkan bahwa tidak semua loading factor memiliki nilai di atas 0,35 dan nilai kritis lebih besar dari 1,967, sehingga ada beberapa konstruk untuk beberapa variabel tidak valid dan ada yang dieliminasi dari model.

Tabel 1. Hasil Uji Realibilitas dan Validitas

Variabel	Indikator	Standar-dized Loading Factors	Nilai t	Construct Realibility (CR)	Keterangan
Perceived Ease Of Use (X1)	PEOU1	0,705	-	0,797	Realibilitas dan Validitas Baik
	PEOU2	0,563	7,272		
	PEOU3	0,761	9,077		
Perceived usefulness (X4)	PU1	0,601	-	0,862	Realibilitas dan
	PU2	0,67	8,146		



Variabel	Indikator	Standar-dized Loading Factors	Nilai t	Construct Realibility (CR)	Keterangan
Perceived Risk (X3)	PU3	0,644	7,818	0,836	Validitas Baik
	PU5	0,557	7,156		
	PU6	0,646	7,847		
	PR1	0,669	-		Realibilitas dan Validitas Baik
	PR2	0,678	9,044		
	PR3	0,549	7,468		
	PR4	0,628	8,484		
Subjective Norm (X4)	SN1	0,753	-	0,820	Realibilitas dan Validitas Baik
	SN2	0,536	6,512		
	SN3	0,559	5,87		
Perilaku Penggunaan Mobile Paymnet (Y)	B1	0,704	-	0,878	Realibilitas dan Validitas Baik
	B2	0,648	10,382		
Behavioral Intention (Z)	B3	0,829	11,108	0,762	Realibilitas dan Validitas Baik
	BI1	0,72	-		
	BI2	0,767	11,454		
	BI3	0,731	7,647		Validitas Baik

3.2 Analisis Structural Equation Modeling dan Pengajuan Model berdasarkan Kriteria Goodness- Of-Fit

Analisis hasil pengolahan data pada tahap full model SEM dilakukan dengan melakukan uji kesesuaian dan uji statistik, setelah dilakukan Analisis terhadap tingkat Unidimensionalitas Dari indikator-indikator pembentuk variabel laten yang diuji dengan confirmatory factor analysis. Untuk memastikan bahwa model yang dikonstruksi mampu mempresentasikan hasil analisa secara baik, maka perlu analisa model Fit dengan beberapa kriteria. kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi model dari pengaruh tersebut ditampilkan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Kriteria Goodness of Fit Index Model

Good of Fit Index	Cut off Value	Hasil Estimasi	Evaluasi Model
Chi- Square	Diharapkan kecil Df= 179< 211.217	210,050	Good Fit
Probability	≥ 0.05	0.05	Good Fit
CMIN/DF	≤ 2	1,321	Good Fit
GFI	≥ 0.09	0.923	Good Fit
RMSEA	≤ 0.08	0.037	Good Fit
RMR	≤ 0.05	0,029	Good Fit
CFI	≥ 0.09	0.972	Good Fit
TLI	≥ 0.09	0.963	Good Fit
NFI	≥ 0.09	0,897	Good Fit

Hasil keluaran uji statistik terhadap keseluruhan, untuk tingkat kecocokan yang dapat dipersyaratkan pada pengukuran model fit secara absolut dengan menggunakan prinsip parsimony (Solimun, 2008) yang menyatakan minimal satu kriteria model yang menyatakan good fit maka dapat dikatakan keseluruhan hasil estimasi Goodness of fit index model keseluruhan dapat dikatakan good fit. Tabel 2 menunjukkan terdapat hampir semua kriteria model yang memenuhi kriteria Goodness of fit index sehingga derajat kecocokan antara data dengan model adalah baik (Good Fit).

3.3 Pengujian Hipotesis

Signifikasi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah dengan melihat nilai p, jika nilai p lebih kecil dari 0,05 maka hubungan antara variabel bersifat signifikan. Analisis jalur digunakan untuk mengevaluasi hubungan yang diajukan. Menurut Baron dan Kenny (1986), jika variabel independen tidak memiliki pengaruh langsung pada variabel dependen setelah mengontrol variabel mediator, maka dapat dinyatakan sebagai perfect atau full mediation. Sedangkan jika pengaruh variabel independen pada variabel dependen setelah mengontrol variabel mediator masih tetap signifikan, maka dinyatakan sebagai partial mediation. Berdasarkan pada pengembangan hipotesis dan sesuai dengan ketentuan analisis data, maka hasil uji pengaruh langsung (direct effect) dan tidak langsung dapat dilihat pada pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Pengaruh Langsung

Hubungan	Harapan	Unstandardize	C.R	p-Value	Kesimpulan
PEOU→	(+)	,158	1,996	0.034	H1 Diterima



Hubungan	Harapan	Unstandardize	C.R	p -Value	Kesimpulan
Perilaku Penggunaan Mobile payment PU→					
Perilaku Penggunaan Mobile payment PR→	(+)	,006	,003	0.997	H2 Ditolak
Perilaku Penggunaan Mobile payment SN→	(+)	,242	,115	0.909	H3 Ditolak
Perilaku Penggunaan Mobile payment BI→	(+)	,045	,094	0.925	H4 Ditolak
Perilaku Penggunaan Mobile payment	(+)	,547	4,171	0.000	H5 Diterima

Tabel 4. Hasil Uji Pengaruh Mediasi

Hubungan	Total Effect	Direct Effect	Indirect Effect	p -Value	Kesimpulan
PEOU* BI→ Perilaku Penggunaan Mobile payment	0,629**	0,102	0,527**	0.050	H6 Diterima
PU* BI → Perilaku Penggunaan Mobile payment	1,007	0,028	0,979**	0.014	H7 Diterima
PR* BI → Perilaku Penggunaan Mobile payment	2,000*	0,179	1,821**	0.000	H8 Diterima
SN* BI → Perilaku Penggunaan Mobile payment	0,337	0,016	0,320**	0.005	H9 Diterima

*p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

(1)

Pada Tabel 3 dan Tabel 4 menunjukkan hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung dan efek mediasi dan nilai koefisiennya, maka interpretasi dari hasil penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh PEOU terhadap Penggunaan Mobile Payment

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hubungan variabel Perceived Ease of Use (PEOU) (X1) dengan Perilaku Penggunaan Mobile Payment (Y) menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar -,158 dengan nilai cr sebesar 1,996. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,967) dan tingkat probabilitas dibawah 0.05 (0.03 < 0.05). hal ini menunjukkan bahwa Perceived Ease of Use (PEOU) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Payment. Hal ini berarti H1 diterima. Hasil ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Singh et al. (2020) dan (Liébana-Cabanillas et al. (2018) yang menyimpulkan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi penggunaan teknologi adalah perceived ease of use. Secara umum hasil pengujian hipotesis penelitian ini sejalan dengan teori technology acceptance model, di mana technology acceptance model menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (acceptance) pengguna terhadap suatu sistem informasi. Selain itu, beberapa studi terkini juga mengonfirmasi relevansi konsep ini dalam konteks penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Misalnya, penelitian oleh (Venkatesh & Davis, 2000) menunjukkan bahwa perceived ease of use tidak hanya meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan teknologi, tetapi juga berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan pengguna, yang pada gilirannya dapat memperpanjang penggunaan teknologi dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa faktor perceived ease of use lebih dari sekadar pemicu awal, melainkan juga memengaruhi keterlibatan pengguna dengan teknologi dalam periode yang lebih lama.

2. Pengaruh PU terhadap Penggunaan Mobile Payment

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hubungan variabel Perceived Usefulness (PU) (X3) dengan Perilaku Penggunaan Mobile Payment (Y) menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,006 dengan nilai cr sebesar 0,003. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,967) dan tingkat probabilitas diatas 0.05 (0.997 < 0.05). hal ini menunjukkan bahwa Perceived Usefulness (PU) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Payment. Hal ini berarti H2 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya perceived usefulness semakin mempermudah mahasiswa pascasarjana akuntansi FEB Universitas Hasanuddin dalam melakukan proses pembayaran dengan sistem mobile payment sehingga pembayaran masih tetap berjalan dengan baik, aman dan efisien tanpa melakukan transaksi langsung. Persepsi kegunaan (perceived usefulness) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang menyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dengan perceived usefulness, mahasiswa meyakini bahwa penggunaan mobile payment dalam proses pembayaran bisa meningkatkan kinerjanya dan memudahkan mahasiswa melakukan transaksi pembayaran tanpa tatap muka langsung. Penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Le (2021) menyatakan bahwa



kegunaan persepsian (perceived usefulness) memengaruhi kualitas suatu sistem informasi teknologi. Perceived usefulness merupakan suatu kepercayaan (belief) tentang proses pengambilan keputusan dalam melakukan suatu tindakan. Dengan demikian, jika seseorang merasa percaya bahwa teknologi informasi berguna maka dia akan menggunakannya.

3. Pengaruh PR terhadap Penggunaan Mobile Payment

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa hubungan variabel Perceived Risk (PR) (X5) dengan Perilaku Penggunaan Mobile Payment (Y) menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,242 dengan nilai t sebesar 0,115. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,967) dan tingkat probabilitas diatas 0.05 ($0.909 < 0.05$). hal ini menunjukkan bahwa Perceived Risk (PR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Payment. Hal ini berarti H3 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Singh et al. (2020) menunjukkan bahwa merebaknya covid-19 berdampak positif pada niat pengguna indonesia dan malaysia untuk tetap menggunakan uang tunai. Hal itu tidak meningkatkan penggunaan mobile payment dalam aktivitas financial mereka. Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Le (2021) menyatakan bahwa pandemi tidak membawa perubahan kebiasaan pembayaran. Covid19 tidak meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap solusi pembayaran yang efektif dan efisien dengan meningkatkan kesadaran akan risiko covid19 terkait dengan metode pembayaran tradisional atau uang tunai. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini tidak sejalan dengan Model TAM yang diperluas dengan menambahkan PC19R ke variabel TAM2 .

4. Pengaruh SN terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Payment

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa hubungan variabel Subejective Norm (SN) (X7) dengan Perilaku Penggunaan Mobile Payment (Y) menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar -,045 dengan nilai t sebesar -,094. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,967) dan tingkat probabilitas diatas 0.05 ($0.925 < 0.05$). hal ini menunjukkan bahwa Subejective Norm (SN) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Payment. Hal ini berarti H4 ditolak. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Shankar & Datta, 2018) dan Shankar et al. (2018) menyatakan bahwa subjective norm tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile payment. Dengan demikian, kepercayaan- kepercayaan orang lain atas dasar norma subyektif yang dimiliki mahasiswa tidak cukup untuk terus menggunakan mobile payment dalam proses pembayaran. Butuh pengetahuan maupun pengalaman yang cukup agar semuanya bisa memperoleh hasil yang maksimal. Secara umum hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan theory of reasoned action. Hal ini menunjukkan bahwa Theory of Reasoned Action perlu disesuaikan dengan konteks adopsi teknologi yang lebih baru, di mana pengguna lebih cenderung berfokus pada aspek teknis dan fungsional teknologi tersebut daripada sekadar pengaruh sosial yang ada di sekitar mereka.

5. Pengaruh BI terhadap Penggunaan Mobile Payment

Hasil pengujian hipotesis kesembilan menunjukkan bahwa hubungan variabel Behavioral Intention (BI) (X9) dengan Perilaku Penggunaan Mobile Payment (Y) menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0,547 dengan nilai t sebesar 4.171. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,967) dan tingkat probabilitas diatas 0.05 ($0.00 < 0.05$). hal ini menunjukkan bahwa Behavioral Intention (BI) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Payment. Hal ini berarti H5 diterima. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Senyo & Osabutey (2020) menyatakan bahwa behavioral intention berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile payment. Dengan demikian, niat perilaku dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa untuk terus menggunakan mobile payment dalam proses pembayaran. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini sejalan dengan theory of reasoned action, di mana perilaku dilakukan karena individual mempunyai niat atau keinginan untuk melakukan suatu perilaku.

6. Interaksi PEOU dan BI terhadap Perilaku penggunaan Mobile Payment

Koefisien korelasi antara PEOU dan Perilaku penggunaan Mobile payment sebesar 0,629 dan $p < 0,05$. Koefisien jalur pengaruh langsung antara PEOU terhadap perilaku penggunaan mobile payment sebesar 0,102 dan $p > 0,05$. Setelah adanya efek mediasi nilai koefisien jalur sebesar 0,527 dan $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan pada H6 diterima, yang berarti bahwa BI memediasi secara parsial pengaruh PEOU terhadap Perilaku penggunaan Mobile payment. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Singh et al., 2020). menunjukkan bahwa PEOU berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna. Hasil pengujian hipotesis penelitian sejalan dengan teori Theory of Reasoned Action dalam mendukung perilaku penggunaan mobile payment dalam proses pembayaran.

7. Interaksi PU dan BI terhadap Perilaku penggunaan Mobile Payment

Koefisien korelasi antara PU dan Perilaku penggunaan mobile payment sebesar 1,007 dan $p > 0,05$. Koefisien jalur pengaruh langsung antara PU terhadap perilaku penggunaan mobile payment sebesar 0,028 dan $p > 0,05$. Setelah adanya efek mediasi nilai koefisien jalur sebesar 0,979 dan $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan pada H7 diterima, yang berarti bahwa BI memediasi secara full pengaruh PU terhadap Perilaku penggunaan mobile payment. Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Shankar & Datta (2018) yang menyatakan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif terhadap penggunaan suatu sistem yang diperkuat dengan attitude. Secara umum hasil pengujian hipotesis penelitian ini didukung oleh theory of reasoned action dan technology acceptance model, dimana theory of reasoned action berhubungan dengan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Niat merupakan salah satu konstruk dalam mengambil sebuah keputusan untuk melakukan suatu perilaku tersebut.



Selain theory of reasoned action, Pontoh (2015) mengungkapkan bahwa salah satu model tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi adalah model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model /TAM).

8. Interaksi PR dan BI terhadap Perilaku penggunaan Mobile Payment
Koefisien korelasi antara PR dan Perilaku penggunaan mobile payment sebesar 2,000 dan $p < 0,10$. Koefisien jalur pengaruh langsung antara PR terhadap Perilaku penggunaan mobile payment sebesar 0,179 $p > 0,10$. Setelah adanya efek mediasi nilai koefisien jalur menjadi 1,821 dan $p < 0,10$. Hal ini menunjukkan pada H8 diterima, yang berarti bahwa BI memediasi secara parsial pengaruh PR terhadap Perilaku penggunaan Mobile payment. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji et al. (2020) menunjukkan bahwa merebaknya covid-19 berdampak negatif pada niat pengguna indonesia dan malaysia untuk menggunakan uang tunai. Namun hal itu meningkatkan penggunaan mobile payment dalam aktivitas financial mereka.. Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Daragmeh et al (2021) menyatakan bahwa pandemi membawa perubahan kebiasaan pembayaran. Covid19 telah meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap solusi pembayaran yang efektif dan efisien dengan meningkatkan kesadaran akan risiko covid19 terkait dengan metode pembayaran tradisional atau uang tunai. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini sejalan dengan Model TAM yang diperluas dengan menambahkan PC19R ke variabel TAM2 (PEOU, dan PU). Technology Acceptance Model menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi
9. Interaksi SN dan BI terhadap Perilaku penggunaan Mobile Payment
Koefisien korelasi antara SN terhadap Perilaku penggunaan mobile payment sebesar 0,337 dan $p > 0,05$. Koefisien jalur pengaruh langsung antara SN dan perilaku penggunaan mobile payment sebesar 0,016 dan $p > 0,05$. pada hasil uji efek mediasi memiliki koefisien regresi 0,320 dengan nilai $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan pada H9 diterima, yang berarti bahwa BI memediasi secara full. Mediasi penuh dari BI mengindikasikan bahwa pengguna mobile payment lebih dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari subjective norm, bukan oleh norma itu sendiri secara langsung. Artinya, meskipun seseorang merasakan tekanan sosial untuk menggunakan mobile payment, mereka hanya akan benar-benar menggunakannya jika memiliki niat yang kuat. Studi oleh Venkatesh et al. (2020) theory reasoned action (TRA) juga mendukung bahwa niat pengguna merupakan faktor kunci dalam mengonversi pengaruh eksternal menjadi perilaku aktual.
10. Pengaruh SN terhadap Perilaku penggunaan Mobile payment.
Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Daragmeh et al. (2021) dan Huei (2020) menyatakan bahwa tingkat niat perilaku (behavioral intention) pengguna untuk menggunakan mobile payment dapat meningkatkan atau memengaruhi perilaku pengguna untuk menggunakan sistem tersebut. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini sejalan dengan theory of reasoned action, di mana perilaku dilakukan karena individual mempunyai niat atau keinginan untuk melakukannya. Artinya pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat mahasiswa untuk terus menggunakan mobile payment dalam proses pembayaran.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, Perceived Ease of Use berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan mobile payment di kalangan mahasiswa pascasarjana FEB Universitas Hasanuddin. Sebaliknya, Perceived Usefulness dan Perceived Risk tidak langsung memengaruhi perilaku penggunaan mobile payment, namun keduanya dapat mempengaruhi secara signifikan ketika dimediasi oleh Behavioral Intention. Norma Subyektif juga tidak mempengaruhi perilaku penggunaan mobile payment. Behavioral Intention sendiri memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku penggunaan, dan mampu memperkuat pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, serta Perceived Risk terhadap perilaku penggunaan mobile payment. Penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama pada sampel yang hanya mencakup mahasiswa pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, sehingga tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh mahasiswa. Selain itu, waktu penelitian yang singkat membatasi eksplorasi mendalam terkait persepsi risiko dan niat berperilaku, yang seharusnya dapat dikaji lebih lanjut melalui wawancara dan observasi langsung. Bagi penyedia layanan mobile payment, hasil ini menunjukkan pentingnya strategi edukasi dan kampanye yang menargetkan aspek sosial serta mengurangi persepsi risiko pengguna. Pendekatan seperti penyuluhan keamanan transaksi dan dukungan pelanggan yang responsif dapat meningkatkan kepercayaan serta adopsi layanan. Bagi pengguna, khususnya mahasiswa, pemahaman lebih dalam mengenai manfaat dan keamanan mobile payment dapat mendorong penggunaan yang lebih luas dan optimal.

REFERENCES

- Ajzen, I. & F. M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Boki, E., Pontoh, G. T., & Rashid, S. (2023). Analysis of Factors Influencing Mobile Payment Usage Behavior with Behavioral Intention as Moderating Variable. <https://doi.org/10.33826/ijmras/v06i05.1>
- Candy, & Rudyanto. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Seluler. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2599–3410.



- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Franque, F. B., Oliveira, T., & Tam, C. (2021). Understanding the factors of mobile payment continuance intention: empirical test in an African context. *Heliyon*, 7(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07807>
- Horner dan Cunnane. (2017). Edge Of Page Margin Crop Marks Margin About The City Of London Corporation. <https://www.cityoflondon.gov.uk/business/economic-research-and-jogiyanto>. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Andi.
- Kang, J. (2018). Mobile payment in Fintech environment: trends, security challenges, and services. *Human-Centric Computing and Information Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s13673-018-0155-4>
- Karsen, M., Chandra, Y. U., & Juwitasary, H. (2019). Technological factors of mobile payment: A systematic literature review. *Procedia Computer Science*, 157, 489–498. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.004>
- Le, M. T. H. (2021). Examining factors that boost intention and loyalty to use Fintech post-COVID-19 lockdown as a new normal behavior. *Heliyon*, 7(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07821>
- Liébana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., Ramos de Luna, I., & Kalinic, Z. (2018a). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 117–130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015>
- Liébana-Cabanillas, F., Marinkovic, V., Ramos de Luna, I., & Kalinic, Z. (2018b). Predicting the determinants of mobile payment acceptance: A hybrid SEM-neural network approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 117–130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.015>
- Rathinam Karthikeyan, S. (2013). Mobile Payments A Comparative study between European and Non-European Market. <http://www.diva-portal.org/smash/search.jsf?dswid=3878&searchType=UNDERGRADUATE&faces-redirect=true&query=&af=%5B%5D&aq=%5B%5B%5D%5D&aqe=%5B%5D&aq2=%5B%5B%5D%5D>
- Senyo, P. K., & Osabutey, E. L. C. (2020). Unearthing antecedents to financial inclusion through FinTech innovations. *Technovation*, 98. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102155>
- Shankar, A., & Datta, B. (2018). Factors Affecting Mobile Payment Adoption Intention: An Indian Perspective. *Global Business Review*, 19(3_suppl), S72–S89. <https://doi.org/10.1177/0972150918757870>
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191–205. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022>
- Statista. (2022, June). Number of users of selected mobile wallets in Indonesia in 2020, with forecasts from 2021 to 2025. <https://www.statista.com/statistics/1271296/mobile-wallet-user-forecast-in-indonesia/>.
- Toader, E., Firtescu, B. N., Roman, A., & Anton, S. G. (2018). Impact of information and communication technology infrastructure on economic growth: An empirical assessment for the EU countries. *Sustainability (Switzerland)*, 10(10). <https://doi.org/10.3390/su10103750>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>