



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Mobile payment**

*Mobile payment* adalah bagian dari layanan finansial yang mencakup seluruh kegiatan finansial menggunakan perangkat *mobile* (Qasim & Abu-Shanab, 2016). Menurut penelitian lain, *mobile payment* adalah kombinasi dari teknologi *mobile* dan system pembayaran yang memungkinkan pelanggan dapat membayar barang dan jasa dengan menggunakan perangkat *mobile* (Lu et al., 2011).

*Mobile payment* memiliki dua jenis utama yang didasari oleh jarak dan lokasi pengguna dengan *merchant* (seller), yaitu *remote payment* atau jarak jauh dan *proximity payment* yang berarti jarak dekat (Zhou, 2011). Berikut penjelasan masing masing jenisnya:

1. *Proximity Payment* (jarak dekat)

*Proximity payment* adalah proses pembayaran menggunakan layanan *mobile payment* dimana pengguna layanan berada dekat dengan *merchant*.

2. *Remote payment* (jarak jauh)

Jenis pembayaran ini sama seperti kondisi saat melakukan pembelian secara online (Qasim & Abu-Shanab, 2016). *Remote payment* adalah fasilitas *mobile payment* dimana sebuah transaksi bisa dilakukan dari jarak jauh, sesuai dengan lokasi pengguna layanan berada (Chandra et al, 2010).

### **2.1.2 Unified Theory of Use and Acceptance of Technology (UTAUT Model)**

Model UTAUT pada awalnya disajikan dengan empat konstruksi utama : *performance expectancy, effort expectancy, social influence* dan *facilitating condition*. Model ini menyajikan pemahaman lanjutan mengenai *technology acceptance* dengan menyatukan beberapa perpektif teoritis yang memperkuat model (Qasim & Abu-Shanab, 2016).

Teori UTAUT dikembangkan melalui penggabungan secara komprehensif dan integrasi dari TRA (*Theory Reasoned action*), TAM (*Technology acceptance model*), MM (*motivation model*), TPB (*theory of planned behavior*), C-TAM-TPB (kombinasi TAM dan TPB), MPCU (*model of PC utilization*), IDT (*inovation diffuse theory*) dan SCT (*social cognitive theory*) (Junadi & Sfenrianto, 2015).

### **2.1.3 Effort expectancy**

*Effort expectancy* diartikan sebagian tingkat kemudahan yang diterima pengguna saat menggunakan system *mobile payment*, hal ini berhubungan dengan kemudahan sebuah system *mobile payment* untuk dimengerti tanpa pengetahuan yang khusus (Junadi & Sfenrianto, 2015). Dalam penelitian lain juga menjelaskan bahwa *Effort expectancy* dapat diartikan bahwa untuk menggunakan layanan system *mobile payment* tidak menggunakan usaha yang lebih dan sederhana (Shanmugam, 2018). Dari beberapa pengertian diatas dapat diketahui bahwa *effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan oleh pengguna dalam mempelajari dan/atau menggunakan mobile payment.

#### **2.1.4 *Performance expectancy***

*Performance expectancy* mengacu pada bagaimana masyarakat merasa bahwa system *mobile payment* dapat membantu dan memberikan keuntungan dalam melakukan transaksi seperti kecepatan, keamanan, kemudahan dan kenyamanan menggunakan *mobile payment* saat melakukan transaksi (Junadi & Sfenrianto, 2015). Penelitian lain juga menyebutkan *Performance expectancy* dapat didefinisikan sebagai tingkat kemudahan konsumen dalam menggunakan *mobile payment* untuk menyelesaikan transaksi, hal ini mewakili persepsi pengguna akan pemahaman dan fleksibilitas menggunakan *mobile payment* dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional (Khan & Alshare, 2015).

Dari pemaparan diatas dapat diartikan bahwa *performance expectancy* adalah segala keuntungan yang diberikan *mobile payment* kepada penggunanya dalam melakukan transaksi, seperti kecepatan, kemudahan dan lainnya.

#### **2.1.5 *Social influence***

*Social influence* dapat diartikan sebagai tekanan sosial yang diberikan pada individu oleh orang terdekat atau lingkungan sekitar untuk menggunakan atau tidak menggunakan sebuah inovasi (Qasim & Abu-Shanab, 2016). *Social influence* jua dapat diartikan sebagai tingkat dimana seorang individu merasakan bahwa betapa pentingnya orang lain percaya bahwa individu harus menggunakan system *mobile payment* (Thakur, 2013). Menurut penelitian Khan & Alshare (2015) *social influence* merupakan tingkat dari individu melihat pentingnya pendapat atau saran orang lain kepada individu tersebut untuk mengadopsi suatu teknologi. Hal ini mewakili tekanan

sosial yang dirasakan sebuah individu untuk menggunakan sebuah teknologi *mobile payment* untuk bertransaksi.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat diketahui bahwa *social influence* merupakan tingkat individu melihat seberapa pentingnya pengaruh atau kepercayaan lingkungan sekitarnya untuk menggunakan suatu teknologi (*mobile payment*).

### **2.1.6 Trust**

*Trust* dapat diartikan sebagai keinginan suatu pihak untuk terbuka dengan pihak lainnya dan mengizinkan pihak lain tersebut untuk melakukan suatu kegiatan sebagai wakil dari pihak tersebut (Qasim & Abu-Shanab, 2016). *Trust* juga diartikan sebagai persetujuan dari masyarakat untuk menyadari tindakan dari bagian lain berdasarkan keyakinan bahwa yang lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi *trustor*, terlepas dari kemampuan untuk mengamati atau mengendalikan pihak lain (Shanmugam, 2018). Menurut Slade *et al*, (2014) *trust* adalah keyakinan subyektif bahwa suatu pihak akan memenuhi kewajibannya, dan itu memainkan peran penting dalam transaksi keuangan yang tidak pasti di mana pengguna rentan terhadap kerugian finansial.

Berdasarkan pemaparan diatas definisi *trust* dalam penelitian ini merujuk pada definisi yang dijelaskan oleh Qasim & Abu-Shanab, (2016) yaitu keinginan suatu pihak untuk terbuka dengan pihak lainnya dan mengizinkan pihak lain tersebut untuk melakukan suatu kegiatan sebagai wakil dari pihak tersebut.

### **2.1.7 Network Externalities**

*Network externalities* dapat diartikan sebagai peningkatan atau penurunan nilai dan utilitas suatu layanan *mobile payment* dikarenakan jumlah pengguna yang bertambah maupun berkurang (World et al., 2019). *Network externalities* dapat terjadi jika nilai yang dirasakan layanan meningkat ketika jumlah penggunanya juga meningkat (Qasim & Abu-Shanab, 2016).

*Mobile payment* merupakan salah satu contoh dari efek *Network externalities*. Dalam hal ini masyarakat lebih sensitif terhadap jumlah pengguna teknologi dan masyarakat mempertimbangkan besarnya jumlah pengguna suatu layanan *mobile payment* sebagai dasar untuk mengadopsi *mobile payment* (Mallat, 2007). Hal ini juga didukung dengan peningkatan jumlah merchant yang menawarkan dan menyediakan metode *mobile payment* maka masyarakat menjadi lebih terdorong untuk menggunakan layanan *mobile payment* (Au & Kauffman, 2008).

### **2.1.8 Behavioral intention**

*Behavioral intention* dapat diartikan sebagai tingkah laku dari konsumen yang setia atau loyal terhadap perusahaan tersebut sehingga bersedia merekomendasikan kepada orang lain karena telah mendapatkan layanan yang baik dari perusahaan (Purwianti & Tio, 2017). *Behavioral intention* menurut Schiffman & Kanuk (2010) adalah adalah sebuah sikap konsumen yang ingin menggunakan suatu produk secara terus menerus. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *behavioral intention* adalah tingkah laku konsumen untuk menggunakan suatu produk secara terus menerus dan/atau bersedia merekomendasikan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, *behavioral intention* yang merujuk kepada definisi yang dijelaskan oleh Schiffman & Kanuk (2010) yaitu, sikap konsumen untuk menggunakan suatu produk secara terus menerus.

### **2.1.9 Actual Use**

*Actual Use* merupakan Tindakan individu dan perilaku memanfaatkan dan/atau menggunakan teknologi pada saat ini dan/atau masa depan (Thakur, 2013). Menurut Kim *et al*, (2008) *actual use* adalah kegiatan atau tindakan menggunakan, memanfaatkan suatu objek secara terus menerus yang dilakukan oleh individu, kelompok maupun organisasi. Berdasarkan pemaparan diatas, definisi *actual use* dalam penelitian ini merujuk kepada penjelasan Kim *et al*, (2008) yaitu kegiatan atau tindakan menggunakan suatu objek secara terus menerus yang dilakukan oleh individu, kelompok maupun organisasi.

### **2.1.10 Pengaruh Effort expectancy terhadap Behavioral intention**

*Effort expectancy* merupakan salah satu predictor yang penting terhadap behavioral intention (Qasim & Abu-Shanab, 2016). Hal ini dikarenakan semakin mudah dalam proses pembelajaran dan penggunaan semakin tinggi pula keinginan untuk terus menggunakan dari *mobile payment*.

Menurut (Qasim & Abu-Shanab, 2016), *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa masyarakat akan menggunakan teknologi pembayaran jika dalam proses penggunaannya mudah. Penelitian lain yang dilakukan (Junadi & Sfenrianto, 2015),

(Qasim & Abu-Shanab, 2016), *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dalam penelitian tersebut juga menyatakan hal yang sama bahwa dengan kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan layanan *mobile payment* dapat meningkatkan keinginan masyarakat untuk menggunakannya.

Berdasarkan hal tersebut penulis memiliki hipotesis bahwa *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap keinginan masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

H1 : *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

#### **2.1.11 Pengaruh *Performance expectancy* terhadap *Behavioral intention***

*Performance expectancy* juga merupakan salah satu predictor yang penting terhadap *behavioral intention* (Qasim & Abu-Shanab, 2016). Hal ini dikarenakan semakin mudah dalam proses pembelajaran dan penggunaan semakin tinggi pula keinginan untuk terus menggunakan dari *mobile payment*. Hal ini dikarenakan semakin besar keunggulan dan manfaat dari *mobile payment* maka keinginan untuk menggunakan secara terus menerus masyarakat juga semakin tinggi.

Menurut (Qasim & Abu-Shanab, 2016), *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa masyarakat akan menggunakan teknologi pembayaran jika bisa memberikan banyak keunggulan dan manfaat. Menurut (Thakur, 2013) *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan hal tersebut penulis

memiliki hipotesis bahwa *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap keinginan masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

H2 : *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

#### **2.1.12 Pengaruh *Social influence* terhadap *Behavioral intention***

Menurut Qasim & Abu-Shanab (2016) bahwa, *social influence* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention* masyarakat dalam menggunakan layanan *mobile payment*, hal ini dikarenakan dengan tingginya tekanan sosial dan lingkungan beriklan dapat mempengaruhi perspektif dan keinginan individu. Tidak hanya itu, penelitian lain juga menyatakan bahwa tingginya pengaruh sosial dapat mempengaruhi cara berpikir dan keinginan individu (Thakur, 2013). Dalam penelitian tersebut menyatakan *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Berdasarkan hal ini penulis memiliki hipotesis bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan *mobile payment*.

H3 : *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

### **2.1.13 Pengaruh *Trust* terhadap *Behavioral intention***

Menurut Slade et al., (2014) *Trust* memiliki pengaruh yang positif terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile payment*. Dalam penelitian tersebut menyatakan *Trust* memiliki pengaruh terhadap keinginan masyarakat untuk mengadopsi *mobile payment*, tidak hanya keinginan mengadopsi namun juga mempengaruhi penggunaan secara terus menerus untuk kedepannya. Penelitian yang dilakukan Qasim & Abu-Shanab (2016) menunjukkan bahwa *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*. Berdasarkan hal ini penulis memiliki hipotesis bahwa *Trust* berpengaruh positif terhadap keinginan masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

H4 : *Trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

### **2.1.14 Pengaruh *Network Externalities* terhadap *Behavioral intention***

Menurut Qasim & Abu-Shanab (2016) *network externalities* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa masyarakat akan merasa lebih sering berinteraksi dengan *mobile payment* jika pengguna dan penyedia layanan semakin banyak. Menurut Mallat (2007) *network externalities* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, hal ini dikarenakan masyarakat mempertimbangkan jumlah pengguna dan penyedia layanan menjadi dasar untuk menggunakan *mobile payment*.

Berdasarkan hal ini penulis memiliki hipotesis bahwa *Network externalities* berpengaruh positif terhadap keinginan masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

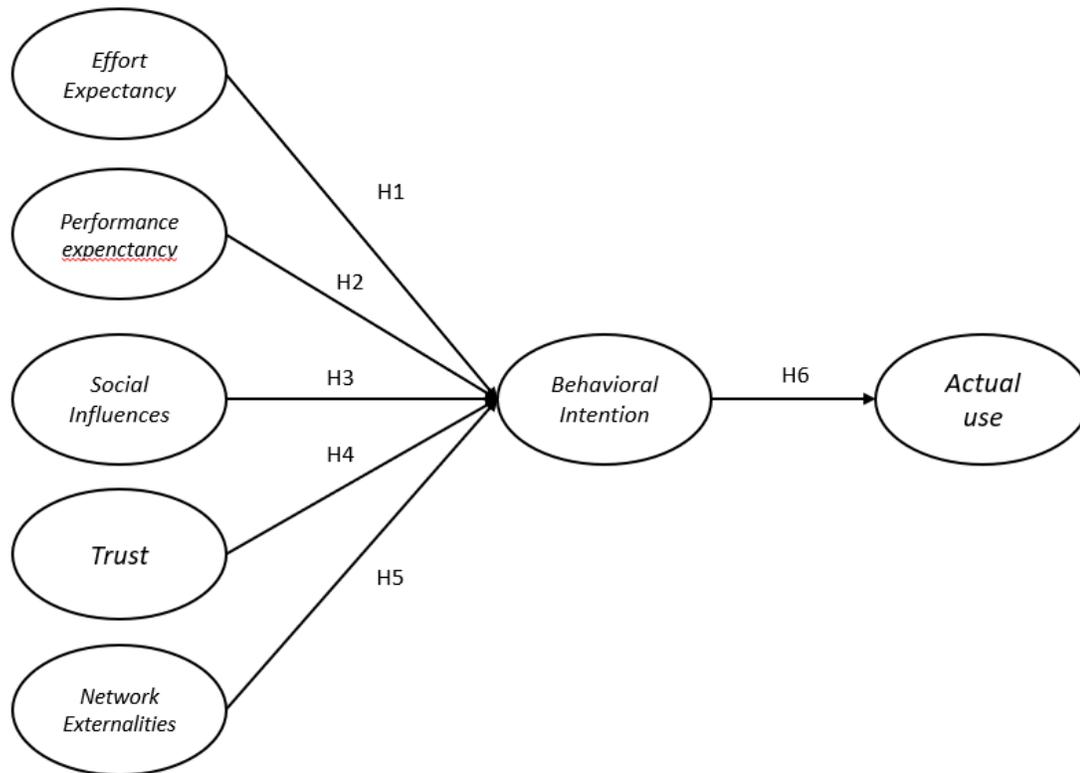
H5 : *Network externalities* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

#### **2.1.15 Pengaruh *Behavioral intention* terhadap *Actual use***

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prasetyo (2017) menyatakan bahwa tingkat dari *behavioral intention* berpengaruh positif signifikan terhadap *actual use* dari *mobile payment*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yulijanto & Ariyanti (2019) juga menyatakan dengan meningkatnya *behavioral intention* dari masyarakat dapat mempengaruhi *actual use* dari *mobile payment*. Dengan hal ini penulis memiliki hipotesis bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *actual use mobile payment*.

H6 : *Behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *actual use mobile payment*.

## 2.2 Model Penelitian



**Gambar 2. 1 Model Penelitian**

H1 : *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

H2 : *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

H3 : *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* masyarakat untuk menggunakan *mobile payment*.

H4 : *Trust* berpengaruh positif terhadap behavioral intention masyarakat untuk menggunakan mobile payment.

H5 : *Network externalities* berpengaruh positif terhadap behavioral intention masyarakat untuk menggunakan mobile payment.

H6 : *Behavioral intention* berpengaruh positif terhadap actual use mobile payment.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung hiptesis yang disusun oleh peneliti, berikut adalah penelitian terdahulu yang menyatakan hubungan antar hipotesis sesuai dengan model penelitian yang telah disusun. Data peneelitan terdahulu ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Publikasi	Judul	Hasil
1	Qasim, Huda Abu-Shanab, Emad (2016)	Information Systems Frontiers	Drivers of mobile payment acceptance: The impact of network externalities	Pada penelitian ini menunjukkan hasil signifikan seperti berikut : <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Effort expectancy</i> berpengaruh signifikan dengan behavioral intention menggunakan mobile payment</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Performance expectancy</i> berpengaruh signifikan dengan <i>behavioral intention</i> menggunakan <i>mobile payment</i></li> <li>• <i>Social influence</i> berpengaruh signifikan dengan <i>behavioral intention</i> menggunakan <i>mobile payment</i>.</li> <li>• <i>Trust</i> berpengaruh signifikan dengan <i>behavioral intention</i> menggunakan <i>mobile payment</i></li> <li>• <i>Network externalities</i> memiliki hubungan signifikan dengan</li> </ul>
--	--	--	--	---

				<p><i>behavioral intention</i></p> <p>menggunakan <i>mobile payment</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Behavioral intention</i> berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>mobile payment</i>.</li> </ul>
2	Junadi Sfenrianto ( 2015 )	Procedia Computer Science	A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia	<p>Pada penelitian ini menunjukkan hasil signifikan seperti berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Effort expectancy</i> berpengaruh signifikan dengan <i>behavioral intention</i> menggunakan <i>mobile payment</i></li> <li>• <i>Performance expectancy</i> berpengaruh signifikan dengan</li> </ul>

				<p><i>behavioral intention</i></p> <p>menggunakan <i>mobile payment</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Social influence</i> berpengaruh signifikan dengan <i>behavioral intention</i> menggunakan <i>mobile payment</i>.</li> </ul>
3	Shanmugam, Vasantha (2018)	Indian Journal of Public Health Research & Development,	Factors Influencing Consumer ' s Intention to Adopt Digital Payment - Conceptual Model	<p>Pada penelitian ini menunjukkan hasil signifikan seperti berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Effort expectancy</i> berpengaruh signifikan dengan <i>behavioral intention</i> menggunakan <i>mobile payment</i>.</li> </ul>

4	Thakur, Rakhi	Business perspective and research journal	Customer Adoption of <i>Mobile payment</i> Services by Professionals across two Cities in India : An Empirical Study Using Modified Technology Acceptance Model	<p>Pada penelitian ini menunjukkan hasil signifikan seperti berikut :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Effort expectancy</i> berpengaruh signifikan dengan <i>behavioral intention</i> menggunakan <i>mobile payment</i></li> <li>• <i>Performance expectancy</i> berpengaruh signifikan dengan <i>behavioral intention</i> menggunakan <i>mobile payment</i></li> <li>• <i>Social influence</i> berpengaruh signifikan dengan <i>behavioral intention</i> menggunakan <i>mobile payment</i>.</li> </ul>
---	------------------	--	--	---

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Behavioral intention</i> berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>mobile payment</i>.</li> </ul>
5	Luo, Xin Li, Han Zhang, Jie Shim, J P	Elsevier	Author ' s personal copy Examining multi- dimensional <i>trust</i> and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies : An empirical study of mobile banking services	<i>Trust</i> memiliki pengaruh signifikan dalam adopsi <i>mobile payment</i> .

6	(Prasetyo, 2017)	Procedia Computer Science	Analisa Penerimaan Terhadap Pengguna Aplikasi Go Pay Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)	<p>1. Disimpulkan bahwa variabel PEOU berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Sesungguhnya (<i>Actual use</i>)</p> <p>2. Disimpulkan bahwa variabel PU berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Sesungguhnya (<i>Actual use</i>) memenuhi dasar pengambilan keputusan.</p> <p>3. Disimpulkan bahwa variabel ATU berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan sesungguhnya (<i>Actual use</i>) atau Ho diterima karena memenuhi dasar pengambilan keputusan.</p>
---	------------------	---------------------------------	---	--

				<p>4. Disimpulkan bahwa variabel BIU berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Sesungguhnya (<i>Actual use</i>) atau Ho diterima karena memenuhi dasar pengambilan keputusan.</p>
7	(Yulijanto & Ariyanti, 2019)	Atalntis Press	Analysis of Factor Affecting User Interest Towards Use of Tcash QR Code	<p>Terjadi pengaruh signifikan pada <i>behavioral intention</i> terhadap <i>actual use</i> dari Tcash</p>