

**ANALISIS ADOPSI *MOBILE PAYMENT* MENGGUNAKAN
TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) PADA MASYARAKAT
KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang*



Oleh :

NADIA PUTRI WINATA

NIM. 18059017/2018

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS ADOPTSI *MOBILE PAYMENT* MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* PADA MASYARAKAT KOTA PADANG

Nama : Nadia Putri Winata
NIM / BP : 18059017/2018
Jenjang Program : Strata (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

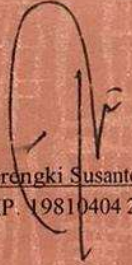
Padang, Agustus 2022

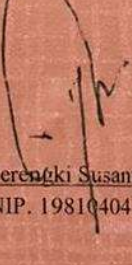
Disetujui oleh

Mengetahui

Ketua Prodi Manajemen

Pembimbing


Perangki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D
NIP. 19810404 200501 1 002


Perangki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D
NIP. 19810404 200501 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS ADOPTSI *MOBILE PAYMENT* MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* PADA MASYARAKAT KOTA PADANG

Nama : Nadia Putri Winata
NIM / BP : 18059017/2018
Jenjang Program : Strata (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

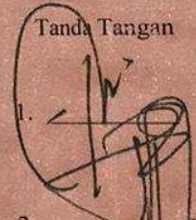
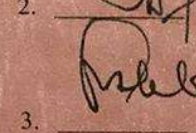
Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Penguji
Jurusan Manajemen (S1)
Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

1. Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D
2. Rahmiati, SE., M.Sc.
3. Gesit Thabrani, SE., M.T.

Tanda Tangan

1. 
2. 
3. _____

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadia Putri Winata
NIM/Th Masuk : 18059017/2018
Tempat/Tgl Lahir : Padang Panjang, 23 Juli 2000
Program Studi : Manajemen S1
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Anas Karim, No. 20, Rt.17, Kelurahan Kampung Manggis,
Kecamatan Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang
Hp/Telp : 082171297475
Judul Skripsi : Analisis Adopsi Mobile Payment Menggunakan Technology
Acceptance Model (TAM) Pada Masyarakat Kota Padang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar sarjana yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, 29 Agustus 2022



Nadia Putri Winata
NIM. 18059017

ABSTRAK

**Nadia Putri Winata
(2018/18059017)** : Analisis Adopsi *Mobile Payment*
Menggunakan *Technology Acceptance
Model (TAM)* Pada Masyarakat Kota
Padang

Dosen Pembimbing : Perengki Susanto, SE.,M.Sc.,Ph.D

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji: Penerapan Model TAM untuk memprediksi Perilaku Penggunaan dan Niat terhadap penggunaan *Mobile Payment*. Populasi dalam penelitian adalah seluruh masyarakat di kota Padang yang mengetahui atau pernah menggunakan *mobile payment* dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 273 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan pengelolaan data menggunakan *software SmartPLS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Perceived Ease Of Use* dalam penggunaan *mobile payment* memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. (2) *Perceived Usefulness* dalam penggunaan *mobile payment* memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. (3) *Perceived Ease Of Use* dalam penggunaan *mobile payment* memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. (4) *Attitude Toward Using* dalam penggunaan *mobile payment* memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use*.

Kata kunci : *Technology Acceptance Model (TAM), Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Attitude Toward Using, Behavioral Intention to Use*

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat, ridho, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis Adopsi *Mobile Payment* Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* Pada Masyarakat Kota Padang**”. Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D selaku pembimbing yang penuh perhatian dan kesabaran dalam membimbing dan memberikan masukan terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Rahmiati, SE, M.Sc selaku penguji I dan Bapak Gesit Thabrani SE, MT selaku penguji II yang selalu memberikan saran, kritikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Dekan Dr. Idris, M.Si beserta Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Perengki Susanto, SE., M.Sc., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang memberikan motivasi dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Yuki Fitria, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang memberi masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Ilham Thaib, S.E, M.M selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan masukan dan motivasi.

7. Bapak Supan Weri Mandar, S.Pd selaku Staf Administrasi Jurusan Manajemen, yang telah banyak memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.
8. Bapak dan Ibu dosen pendidik dan staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Jurusan Manajemen serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu
9. Bapak dan Ibu Staf perpustakaan pusat Universitas Negeri Padang dan ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis banyak kemudahan dalam memperoleh bahan bacaan.
10. Teristimewa sekali kepada orang tua tercinta Ibu Fitri Wulandari dan Ayah Adi Winata yang telah memberikan perhatian dan dukungan moril, do'a, materil dan juga kasih sayang yang tak ternilai harganya. Kemudian juga kepada keluarga besar yang selalu memberikan semangat tiada tara kepada penulis demi menyelesaikan skripsi ini.
11. Para sahabat di grup PEJUANG SKRIPSI yaitu Geby Alfaren, Elsi Vitria J, Bekri Shaban Dwitulan, Tegar Budi Setyawan yang telah memberikan dukungan, motivasi dan support selama penulis kuliah hingga penyusunan skripsi ini.
12. Fajar Fadilah. *Thank you for being my companion, always being in me, being the through ups and downs, helping me in any way, and giving me endless support, all happiness, blessing, and success for you.*
13. Para sahabat seperjuangan yaitu Dini Abshar, Vira Santica, Tri Muliya, Alma Sahdya Yurin dan Nurhad yang telah memberikan dukungan hingga penyusunan skripsi ini
14. Rekan- rekan mahasiswa angkatan 2018 jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.
15. Rekan-rekan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Negeri Padang yang membimbing dan bekerja sama selama masa kerja di HIPMI.

16. Serta kepada semua yang telah membantu dalam proses perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis tetap berusaha untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Semoga segala bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua

Padang, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN RELEVAN, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS.....	10
A. Kajian Teori	10
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	10
2. <i>Mobile Payment</i>	22
B. Hubungan antar variabel	27
1. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	27
2. Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	27
3. Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	28
4. Pengaruh <i>Attitude Toward Using</i> terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i>	29
C. Penelitian Relevan	29
D. Kerangka Konseptual.....	32
E. Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C. Populasi Dan Sampel.....	35
1. Populasi	35
2. Sampel	35
D. Jenis dan Sumber Data	36
1. Jenis Data	36
2. Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Defenisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	38
1. Defenisi Operasional	38
2. Variabel Penelitian	41
G. Instrumen Penelitian.....	42
H. Metode Analisis Data	43
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	43
2. Analisis Statistik Inferensial.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Deskripsi Objek Penelitian	50
B. Hasil Penelitian.....	51
1. Karakteristik Responden	51
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
C. Analisis Output PLS	57
1. Uji Outer Model	57
2. Uji Model Struktural.....	62
D. Pembahasan	66
1. Pengujian mengenai hubungan <i>Perceived Ease Of Use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	66

2. Pengujian mengenai hubungan <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	66
3. Pengujian mengenai hubungan <i>Perceived Ease Of Use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	68
4. Pengujian mengenai hubungan <i>Attitude Toward Using</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention To Use</i>	69
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penggunaan Uang Elektronik Dari Tahun Ketahun.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	42
Tabel 3.2 Kategori Skala Likert	43
Tabel 3.3 Daftar Kriteria Tingkat Capaian Responden.....	45
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	54
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	55
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Behavioral Intention To Use</i>	56
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Attitude Toward Using</i>	57
Tabel 4.9 <i>Output Outer Loading</i>	58
Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted</i>	60
Tabel 4.11 <i>Cross Loading Value</i>	61
Tabel 4.12 <i>Cronbach Alpha dan Composite Reliability</i>	62
Tabel 4.13 <i>R-Square</i>	62
Tabel 4.14 <i>Path Coefficient</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	12
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1 Hasil Model Struktural	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi dalam dunia komunikasi nirkabel telah meningkatkan jumlah pengguna perangkat *mobile*, hal ini juga telah mempercepat pertumbuhan *mobile commerce*. Tumbuh pesatnya bisnis *mobile commerce* dan semakin tingginya konsumen melakukan pembayaran dengan menggunakan perangkat *mobile* semakin menguatkan peran *mobile payment* sebagai aplikasi penting untuk melakukan pembayaran. *Mobile payment* sekarang ini mendapat perhatian lebih dari konsumen dalam melakukan pembayaran pada *merchant* sebagai alternatif dari menggunakan uang tunai atau kartu kredit. Penggunaan layanan *mobile payment* memberikan kepraktisan, kemudahan, kecepatan serta memberikan kenyamanan dalam bertransaksi kapan dan dimana saja (Nugroho et al., 2017).

Perangkat telepon seluler saat ini sudah banyak digunakan dalam transaksi keuangan dan diperkirakan penggunaannya akan terus meningkat. Layanan *mobile payment* yang diintegrasikan dengan fungsi perangkat telepon seluler merupakan hasil inovasi teknologi yang dapat membawa perubahan yang cukup signifikan dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam bidang usaha. Awalnya layanan *mobile payment* selalu melibatkan institusi keuangan seperti bank. Namun, beberapa tahun belakangan terjadi pertumbuhan yang cukup besar terhadap sistem pembayaran ritel yang ditawarkan oleh institusi

non-bank. Dampak positif dari kondisi ini adalah konsumen diuntungkan dengan bertambahnya alternatif dalam melakukan pembayaran daring (*online*), meningkatnya kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam penggunaan layanan pembayaran, serta semakin kompetitifnya usaha penyedia layanan pembayaran. Secara garis besar, layanan *mobile payment* telah memberikan banyak kemudahan kepada masyarakat dalam menjalankan kegiatan kesehariannya. Saat ini siapa pun dapat melakukan transaksi keuangan tanpa harus terkendala waktu, keadaan geografi, jauh dekatnya lokasi, atau keamanan. Dengan semakin mudahnya melakukan aktivitas transaksi menggunakan teknologi ponsel seluler, diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk mampu berperan menciptakan kontribusi yang positif dan berguna bagi lingkungannya.

Beberapa perusahaan yang telah berhasil menerapkan *mobile payment* seperti perbankan, perusahaan telekomunikasi atau perusahaan-perusahaan *technopreneur* seperti Go-Jek, Tokopedia, Bukalapak dan lainnya pun memanfaatkan peluang ini untuk dapat meningkatkan kemudahan transaksi para pelanggannya sehingga dapat membantu meningkatkan pendapatan masing-masing perusahaan. Dengan fitur dan benefit dari masing masing *technopreneur*, perlahan namun pasti mendorong para usernya untuk menggunakan *mobile payment* tersebut. Walaupun *mobile payment* saat ini telah beroperasi dan mulai banyak menarik perhatian calon konsumen, bukan berarti keberadaan dari layanan ini akan selalu berjalan mulus. Ada banyak hal yang perlu dibenahi dan dikembangkan agar selanjutnya layanan ini akan

selalu dapat diandalkan dengan memberikan rasa aman dan nyaman bagi penggunaannya. Ada beberapa kekurangan dari masing masing provider *mobile payment* itu sendiri, dan tentunya dari masing masing *mobile payment* memiliki solusi untuk pemecahannya masing masing pula. Beberapa kekurangan tersebut dianggap celah untuk saling menggait calon customer mereka. Bahkan ada beberapa *mobile payment* yang sudah dapat digunakan untuk transaksi pembelian makanan kecil yang ada di tepi jalan pun sudah dapat menggunakan *mobile payment* sehingga mempermudah berbagai pihak untuk bertransaksi.

Pada tanggal 14 Agustus tahun 2014, Bank Indonesia mencanangkan program Gerakan Nasional Non Tunai. Pada saat itu dilakukan penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU) antara Bank Indonesia, Kementerian Koordinator Ekonomi, Kementerian Keuangan, dan Pemerintah Provinsi seluruh Indonesia. Hal ini dilakukan salah satunya untuk dapat mengurangi biaya pengelolaan uang dan juga mempermudah masyarakat dalam bertransaksi. Upaya Gerakan Nasional Non Tunai ini telah didukung dengan aturan yang sejak tahun 2009 telah diterbitkan oleh Bank Indonesia mengenai sistem pembayaran menggunakan uang elektronik melalui PBI No.11/12/2009 dengan berbagai perubahannya di tahun 2014, 2016, hingga yang terakhir di tahun 2018 melalui PBI No 20/6/PBI/2018. Pada peraturan tersebut menyebutkan bahwa Uang Elektronik adalah instrument pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut: a) diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, b) nilai uang disimpan dalam suatu media server atau chip, dan c) nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit

bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan. Dari data yang diterbitkan oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan Uang Elektronik dari tahun ketahun meningkat cukup pesat seperti tergambar pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Penggunaan Uang Elektronik Dari Tahun Ketahun

Periode	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
Volume dalam satuan transaksi	683.133.352	943.319.933	1.784.705.605
Nominal dalam juta Rp	7.063.689	12.375.469	28.150.561
Jumlah Instrumen	51.204.580	90.003.848	135.812.593

Sumber: Bank Indonesia

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang paling terkenal karena mampu memahami *e-commerce* dari sudut pandang pelanggan dalam menerima aplikasi (Kusumah, 2018). Davis (1989) mengajukan teori TAM yang menjelaskan bagaimana keyakinan berbasis teknologi (kegunaan dan kemudahan penggunaan) mempengaruhi adopsi komputer. Tujuan utama TAM adalah untuk membuat kerangka kerja untuk memantau pengaruh faktor eksternal pada pandangan, perilaku, dan tujuan pengguna tujuan komputer, lain TAM sementara adalah untuk memperjelas dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap teknologi (Isrososiawan et al., 2019:183).

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 empat persepsi yaitu *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness*, *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention to Use* terhadap aplikasi *mobile payment*.

Perceived Usefulness 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. *Perceived Ease Of Use* 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*. *Attitude Toward Using* adalah sikap positif atau negatif yang dirasakan seseorang ketika akan memutuskan untuk bertindak sesuatu (Jogiyanto, 2008:36). *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh terhadap intensi serta dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan (Davis et al., 1989). Ketika seseorang memiliki sikap positif yang lebih tinggi terhadap penggunaan teknologi baru maka niat menggunakan akan tinggi (Chuang et al, 2016). Niat penggunaan suatu teknologi tergantung sikap mereka. Sikap terhadap niat penggunaan harus berhubungan positif dan

signifikan. Ketika seorang pengguna merasakan hal positif, maka mereka percaya bahwa menggunakan layanan *mobile payment* akan meningkatkan niat penggunaan. *Behavioral Intention to Use* menurut Davis (1989) adalah kecenderungan seorang pengguna untuk setia menggunakan suatu teknologi. Wulandari (2019) mendefinisikan *Behavioral Intention to Use* sebagai keinginan pengguna untuk berperilaku dengan cara tertentu dengan tujuan untuk memiliki, membuang, dan menggunakan produk atau jasa.

Uraian diatas menarik penulis untuk meneliti analisis adopsi *mobile payment* pada masyarakat Kota Padang. Beberapa peneliti terdahulu mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan *software* akuntansi MYOB dengan menggunakan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan sebuah sistem informasi dalam hal *software* MYOB (Karim,, et al., 2017). Pengaruh penerimaan sistem pembayaran *GO-PAY* menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) terhadap intensitas penggunaan layanan GOJEK yang bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor seperti kemudahan, kemanfaatan serta pengalaman menggunakan *mobile payment* yang sebelumnya berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan konsumen pada sistem pembayaran *GOPAY* (Kurniawati,et al., 2017). Penelitian Daştan dan Gürler (2016) dan Aslam et al (2017) menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor penting yang dapat mendorong seseorang atau individu untuk menggunakan

mobile payment sebagai sarana transaksi atau pembayaran, yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, dan persepsi keamanan.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas dengan judul “**Analisis Adopsi *Mobile Payment* Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Masyarakat Kota Padang**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah- masalah sebagai berikut:

1. Penggunaan uang kartal berbiaya tinggi, sehingga pemerintah mendorong Gerakan Nasional Non Tunai untuk dapat mendorong masyarakat dalam mengurangi penggunaan uang kartal,
2. Dalam menerapkan penggunaan uang elektronik dengan menggunakan *mobile*, perlu diidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam memilih layanan tersebut.
3. *Attitude Toward Using mobile payment* memiliki pengaruh terhadap intensi serta dipengaruhi oleh *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness*.
4. Tingginya Sikap positif terhadap penggunaan *mobile payment* dapat membuat *Behavioral Intention To Use* lebih tinggi
5. Tingginya niat masyarakat untuk menggunakan *mobile payment* yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan dari aplikasi tersebut.

C. Batasan Masalah

Untuk mengantisipasi terjadinya pembahasan yang terlalu luas, maka penelitian ini terbatas pada pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* Terhadap *Attitude Toward Using* dan *Behavioral Intention To Use*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Perceived Usefulness Mobile Payment* pada masyarakat Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using Mobile Payment* pada masyarakat Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Attitude Toward Using Mobile Payment* pada masyarakat Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use Mobile Payment* pada masyarakat Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis bagaimana pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Perceived Usefulness Mobile Payment* pada masyarakat Kota Padang?
2. Menganalisis bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using Mobile Payment* pada masyarakat Kota Padang?

3. Menganalisis bagaimana pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Attitude Toward Using Mobile Payment* pada masyarakat Kota Padang?
4. Menganalisis bagaimana pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Behavioral Intention to Use Mobile Payment* pada masyarakat Kota Padang?

F. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti-peneliti lainnya untuk meneliti dan mengembangkan kerangka teoritis terkait dengan adopsi *mobile payment*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dan menambah pengetahuan di bidang pemasaran.
- b. Bagi penyedia atau pelaku bisnis ritel, bisa merancang aplikasi *mobile payment* yang bisa diterima secara luas oleh masyarakat.
- c. Bagi pengguna *mobile payment*, sebagai informasi bahwa *mobile payment* merupakan alat transaksi non- tunai yang dapat memberikan kemudahan dan kegunaan bagi penggunanya.