

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CONTINUANCE INTENTION DARI PENGGUNA PADA LAYANAN M-PAYMENT (STUDI KASUS GO-PAY)

Elizabeth Venny Setyadi, Russel Suarly, Rudy Handoko, Alavi Ali

Sekolah Bisnis dan Ekonomi, Universitas Prasetiya Mulya

Abstrak

Pertumbuhan inklusi finansial di Indonesia tidak terlepas dari meningkatnya jumlah pengguna Fintech, khususnya m-payment. Nilai transaksi m-payment di Indonesia terus meningkat seiring waktu. Akan tetapi, nilai pertumbuhannya diperkirakan terus menurun. Kemunculan m-payment dapat memberikan keuntungan bagi pengguna, akan tetapi ada risiko yang tidak bisa dihindari. Meskipun demikian, belum ada penelitian yang membahas benefit-risk framework untuk mobile point-of-sales payment di Indonesia. Model yang diajukan dalam studi ini berdasarkan teori dan penelitian terdahulu dari benefit-risk framework (Ryu, 2018), model formatif yang didasari oleh Net Valence Framework (Kim et al., 2009; Peter dan Tarpey, 1975), yang konsisten didasari oleh Theory Reasoned Action (TRA) (Ajzen dan Fishbein, 1977). Model ini memaparkan faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi persepsi pengguna. Persepsi tersebut mempengaruhi continuance intention. Continuance intention merupakan intensi seseorang untuk melakukan pembelian kembali setelah pembelian yang dilakukan sebelumnya. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan dianalisis menggunakan AMOS 24.0. Studi ini menemukan bahwa convenience adalah faktor paling dominan mempengaruhi continuance intention secara positif. Sementara itu security risk dominan secara negatif. Secara keseluruhan, ada pengaruh yang signifikan antara perceived benefit maupun perceived risk pada intensi penggunaan selanjutnya. Dalam hal ini, pengguna masih berintensi melanjutkan penggunaan MPP Go-Pay meskipun masih ada faktor risiko yang dirasakan. Penelitian ini dapat menjadi patokan strategi pemasaran perusahaan m-payment seperti contohnya Go-Pay, untuk menyesuaikan persepsi nilai layanan yang ingin ditawarkan perusahaan.

Kata kunci: *perceived benefit, perceived risk, continuance intention, Fintech, mobile payment, Go-Pay, mobile point-of-sales payment.*

Latar Belakang

Indonesia sedang menikmati masa jaya industri *Financial Technology (Fintech)* yang mendapatkan investasi dari berbagai perusahaan besar asing dan mengalami peningkatan status *unicorn* dan *decacorn Fintech* sejak 2017 silam. Hal ini juga menjadi perhatian pemerintah karena *Fintech* mengakselerasi pertumbuhan inklusi finansial dalam era digital. Inklusi finansial di Indonesia telah meningkat sebanyak 8.39% sejak tahun 2016 (AJ et al., 2020). World Bank menyatakan bahwa 1% peningkatan dari inklusi finansial sama dengan 0.03% peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita (Rahmi, 2018).

Fintech dapat memberikan alternatif baru yang melipatgandakan efisiensi dan kualitas layanan keuangan (Ferrari, 2016). *Fintech* memberikan banyak keuntungan seperti teknologi *mobile point-of-sales payment*, diskon, dan memudahkan pembayaran pada *merchant* (Suleiman, 2019). Akan tetapi risiko seperti kegagalan sistem, penyalahgunaan pengguna, bahkan tindakan kriminal tidak bisa dihindarkan (Mathur et al., 2015; Teja, 2017). Pengguna akan terus menggunakan *Fintech* jika *perceived benefit* lebih besar dari *perceived risk* (Ryu, 2018). Dengan begitu, banyak pertimbangan yang harus dilakukan pengguna.

Sebagai salah satu perangkat akomodator kemajuan *Fintech*, *m-payment* membantu pertumbuhan inklusi finansial melalui penyediaan akses layanan finansial kepada masyarakat di seluruh daerah (Rahmi, 2018) terlepas dari tingkat pendapatannya (Demirguc-Kunt et al., 2015). *M-payment* dapat membantu pengguna *Fintech* menyelesaikan berbagai jenis transaksi melalui *mobile device* tanpa batas waktu dan tempat (Qasim dan Abu-Shanab, 2016; Liébana-Cabanillas et al., 2018). Suleiman (2019) memaparkan data Bank Indonesia April 2019 bahwa non-bank mendominasi sektor *digital payment* sebanyak 65% dengan 113 juta akun. *Digital payment* yang dimaksud terdiri dari 99% *m-payment* dan memiliki nilai transaksi mencapai \$38.016 juta dengan 176.5 juta pengguna (Statista, 2020). Popularitas produk *m-payment* di Indonesia didominasi oleh Go-Pay, OVO, DANA, dan LinkAja.

Go-Pay memimpin *Gross Transaction Value* senilai \$6.3 juta pada tahun 2018 (Franedya, 2019; MDI Ventures, 2018). Sejak Desember 2017, Go-Pay menawarkan fitur pembayaran produk *offline* atau yang disebut *mobile point-of-sales payment (MPP)* (MDI Ventures, 2018).

Transaction Value dari industri MPP meningkat sampai \$881 juta di Indonesia sejak tahun 2017 (Statista, 2019). Berdasarkan data dari tersebut, nilai pertumbuhan transaksi industri ini sempat menurun mulai dari 54,1% pada tahun 2018 menjadi 48.5% pada tahun 2019. Meskipun nilai tersebut diproyeksikan akan tetap turun pada tahun-tahun mendatang (Statista, 2019), akan tetapi nilai transaksi yang besar dapat menjadi prospek bagi perusahaan seperti Go-Pay. Adopsi dari MPP yang diinisiasi Go-Pay di Indonesia baru meledak pada tahun 2017 (MDI Ventures, 2018). Sehingga, MPP menjadi topik yang layak untuk diteliti lebih lagi.

Ryu (2018) dalam jurnal *What Makes Users Willing or Hesitant to Use Fintech?: The Moderating Effect of User Type* membahas penentu dan hambatan utama dari intensi penggunaan selanjutnya terhadap *m-payment* pada *Fintech*. Terdapat empat tipe *Fintech* yang digunakan; 1) *m-payment*, 2) *mobile remittance*, 3) *P2P lending*, dan 4) *crowdfunding*. Ryu membangun model *benefit-risk framework*, yang membahas faktor-faktor *perceived benefit* dan *perceived risk* yang spesifik bersama-sama mempengaruhi *continuance intention* dari pengguna *Fintech*. Penelitiannya didasari oleh *Net Valence Framework* (Kim et al., 2009; Peter dan Tarpey, 1975) yang konsisten didasari oleh *Theory Reasoned Action* (TRA) (Ajzen dan Fishbein, 1977). Sayangnya penelitian ini baru dilakukan di salah satu negara maju di Korea Selatan. Peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian di Indonesia karena metode MPP telah banyak diadopsi masyarakat perkotaan dan dapat menggantikan transaksi tunai.

Landasan Teori

Fintech

Peneliti mendefinisikan *Fintech* dari beberapa perspektif yang berbeda. Menurut Ryu (2018), *Fintech* didefinisikan sebagai jasa keuangan yang inovatif dan disruptif disediakan oleh perusahaan nonbank, dimana *Information Technology* (IT) adalah kunci utama operasi perusahaan. Lee dan Kim (2015) menyebut *Fintech* sebagai jenis bisnis yang menggunakan teknologi perangkat keras dan perangkat lunak untuk menyediakan layanan keuangan. Arner et al. (2016) mendefinisikan *Fintech* sebagai solusi keuangan yang muncul karena perkembangan teknologi. *Fintech* memiliki peluang, risiko, dan implikasi hukum yang berbeda dari keuangan elektronik bank yang ada. Peluang akan inovasi ini meresahkan para

pembuat kebijakan karena otoriter utama dalam penerapan teknologi keuangan dipegang oleh pihak swasta dan belum berkolaborasi maksimal dengan pemerintah.

Ryu (2018) dalam penelitian sebelumnya membagi *Fintech* terhadap empat tipe; 1) *m-payment*, 2) *mobile remittance*, 3) *P2P lending*, dan 4) *crowdfunding*. Peneliti berfokus membahas *m-payment*. Menurut Amoroso (2012) dan Kim et al. (2010), *m-payment* diartikan sebagai segala bentuk pembayaran yang ada di *mobile device*, seperti ponsel atau perangkat lainnya yang memiliki kemampuan untuk terhubung kepada jaringan komunikasi seluler, yang dapat dimanfaatkan untuk memulai, otorisasi, dan mengkonfirmasi sebuah transaksi komersial. Berbeda dengan *m-banking* yang memberikan bunga untuk setiap uang yang disimpan, *mobile wallet* adalah sebuah tipe dompet elektronik yang digunakan secara temporer untuk menyimpan dan melakukan transaksi melalui perangkat seluler tanpa memberikan keuntungan berupa bunga (Amoroso, 2012). Sehingga *m-payment* adalah bentuk pembayaran dan *m-wallet* adalah dompet di dunia *digital*.

Menurut Statista (2020) *mobile point-of-sales payment* (MPP) dapat diartikan sebagai transaksi yang diproses melalui aplikasi *mobile device* pada titik penjualan *merchant*. Pembayaran ini dapat dilakukan dengan interaksi tanpa kontak dari *mobile device* terhadap medium pembayaran yang dimiliki, misalkan dengan melalui *Near Field Communication* (NFC) atau dengan *scan* kode *Quick Response* (QR) untuk melakukan pembayaran. Mallat et al. (2004) berpendapat bahwa *m-payment* dapat berguna sebagai pengganti uang tunai pada *merchant*. Dalam penelitian ini, *continuance intention* berfokus pada MPP yang cenderung merupakan alternatif pembayaran tunai di Indonesia.

Continuance Intention

Muhammed et al. (2016) mendefinisikan *intention* sebagai seberapa besar seseorang bersedia untuk mencoba dan mempertimbangkan suatu perilaku dalam rencana sebelumnya. Berdasarkan model TRA (Fishbein dan Ajzen, 1975), *continuance intention* diklasifikasikan dalam variabel *behavioral intention* yang mempengaruhi *actual behavior* secara langsung. Blackwell et al. (2005) menyatakan bahwa *behavioral intention* mengacu pada aksi spesifik yang tercipta setelah seseorang menggunakan suatu produk atau layanan. Variabel ini dipengaruhi secara bersama-sama oleh *attitude towards acts or behavior* dan *subjective*

norms. Bagozzi et al. (1992) menyatakan bahwa begitu intensi diaktifkan, itu akan berfungsi sebagai bagian dari mekanisme pemenuhan diri dan mendorong individu ke status "harus melakukan" atau "akan melakukan".

Menurut Yu (2007), *continuous use* merupakan perilaku pasca adopsi yang tidak melibatkan keputusan adopsi atau keputusan penerimaan penggunaan suatu produk atau layanan yang dilakukan pada tahap pengenalan teknologi.

Beberapa peneliti menyatakan bahwa keputusan untuk melakukan pembelian ulang setelah melakukan pembelian sebelumnya atau *repurchase intention* kongruen dengan *continuance intention* (Atcharyachanvanich et al., 2006 dan Kang et al., 2009). Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa *continuance intention* dapat didefinisikan sebagai intensi seseorang untuk melakukan pembelian kembali setelah pembelian yang dilakukan sebelumnya. Singkatnya, *continuance intention* (CI) adalah intensi penggunaan selanjutnya.

Benefit-risk framework

Benefit-risk framework (Ryu, 2018) merupakan sebuah model yang dibangun untuk memahami faktor-faktor *perceived benefit* dan *perceived risk* yang spesifik berlandaskan variabel *benefit* dan *risk* pada *Net Valence Framework* (Kim et al., 2009). *Framework* yang digunakan Kim dilandaskan pada *Theory Reasoned Action* (TRA) (Ajzen dan Fishbein, 1977).

Berdasarkan model TRA, *continuance intention* dari pengguna *Fintech* bergantung pada persepsi terhadap penggunaan *Fintech*, yang dimana dipengaruhi oleh *behavioral beliefs*. *Benefits* dan *risks* dari penggunaan *Fintech* dianggap sebagai *behavioral* (positif dan negatif) *beliefs* yang menentukan *attitudes*, *intentions*, serta *behaviors* (Jurison, 1995). Berdasarkan teori tersebut, *positive beliefs* dari penggunaan *Fintech* akan meningkatkan *perceived benefit*, sementara *negative beliefs* dari penggunaan *Fintech* akan menghasilkan *perceived risk* (Ryu, 2018).

Pengembangan Hipotesis

Benefit-risk framework for the continuous use of Fintech

Perceived benefit telah dikenal sebagai penentu langsung dari *continuance intention* pada jurnal *information system* (IS) (Kim et al., 2008; Lee et al., 2013; Liu et al., 2012). Chou et al., (2013) dan Park et al., (2011) menyatakan bahwa *perceived benefit* mengacu kepada persepsi konsumen mengenai potensi *benefit* yang didapat ketika menggunakan *mobile apps*. Pengguna membandingkan beberapa pilihan layanan yang tersedia, dan memilih layanan dengan nilai terbaik (Kim et al., 2008). Dalam kata lain, pengguna mempertimbangkan *perceived benefit* untuk tetap menggunakan *m-payment* pada *Fintech*. Dengan demikian, peneliti berhipotesis bahwa:

H1. *Perceived benefit* berhubungan positif dan signifikan terhadap *continuance intention* dari pengguna pada *m-payment*.

Perceived risk merupakan hambatan mendasar ketika seseorang mempertimbangkan penggunaan *Fintech* (Ryu, 2018). Pada konteks *m-payment*, *perceived risk* mencerminkan adanya risiko menggunakan *Fintech* yang disebabkan oleh kebocoran informasi pribadi dan hilangnya dana (McKnight et al., 2002). Kegelisahan pengguna *Fintech* terhadap risiko finansial dan privasi menggunakan *platform m-payment* diidentifikasi sebagai faktor negatif yang menonjol yang mempengaruhi *continuance intention* dari pengguna (Yang et al., 2014). Menurut Putritama (2019) dalam jurnal *m-payment*nya, *perceived risk* merupakan persepsi pengguna terhadap ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi negatif sehubungan dengan penggunaan *m-payment* pada *Fintech*. Dengan demikian, hipotesis yang terbentuk adalah:

H2. *Perceived risk* berhubungan negatif terhadap *continuance intention* dari pengguna pada *m-payment*.

Benefit Factors for Continuance Use of Fintech

Pada penelitian sebelumnya dalam *benefit-risk framework* (Ryu, 2018), tiga variabel motivasi ekstrinsik, yaitu: *economic benefit*, *seamless transaction*, dan *convenience*, digunakan sebagai faktor-faktor dari *perceived benefit* yang spesifik mempengaruhi *continuance intention* pengguna untuk menggunakan *Fintech*. Variabel tersebut didasari teori *cognitive evaluation* yang membagi motivasi pengguna menjadi faktor ekstrinsik dan

intrinsik (Davis et al., 1992). Motivasi ekstrinsik mengacu kepada kinerja seseorang dalam suatu aktivitas yang didorong oleh adanya tujuan tertentu (cth: penghargaan), sementara motivasi intrinsik mengacu kepada kinerja seseorang dalam suatu aktivitas yang didorong oleh kemauan seseorang tanpa dorongan di luar usaha menjalankan aktivitas yang ada (Davis et al., 1989). Kedua faktor tersebut ditemukan memiliki pengaruh terhadap *perceived benefit* dan *behavioral intention* pada jurnal IS, namun motivasi ekstrinsik berupa *utilitarian benefit* dianggap paling mencerminkan pengguna *Fintech* (Ryu, 2018).

Economic benefit merupakan motivasi ekstrinsik yang paling konsisten dan sering ditemukan dalam konteks *Fintech* (Kuo-Chuen dan Teo, 2015). Menurut Ryu (2018), *economic benefit* mencakup pengurangan biaya dan penambahan keuntungan finansial dari transaksi *Fintech*. *Economic benefit* dalam konteks *m-payment* di Indonesia mengacu kepada promosi dan potongan harga seperti *cashback* yang diberikan oleh Go-Pay.

Seamless transaction mengacu pada keuntungan bertransaksi menggunakan *Fintech* (Ryu, 2018). *Seamless transaction* merupakan karakteristik *Fintech* yang mendisrupsi fungsi perantara pada lembaga keuangan tradisional melalui proses keuangannya yang memungkinkan pengguna untuk mengelola transaksi yang lebih sederhana, hemat biaya, dan cepat (Ryu, 2018; Chishti, 2016; dan Zavolokina et al., 2016). Secara garis besar, pengguna *Fintech m-payment* tidak membutuhkan konfirmasi panjang dari pihak perantara untuk melakukan transaksi pada pihak penyedia. Proses ini mendorong perusahaan *Fintech* untuk inovatif dalam mengembangkan layanan finansial agar dapat bersaing dan unggul dalam persaingan dengan lembaga finansial tradisional dan juga dapat bertahan dalam pasar keuangan (Ryu, 2018). Pada penelitian ini, *seamless transaction* merupakan karakteristik *Fintech* yang memiliki peran positif dan menguntungkan untuk pengguna *m-payment*.

Di beberapa negara berkembang, *convenience* merupakan salah satu keunggulan *m-payment*, karena pengguna tidak harus pergi jauh untuk mengambil uang ataupun melakukan transaksi yang memakan waktu dan biaya lebih. Berbeda dengan negara maju yang lebih mudah untuk menemukan bank ataupun ATM (Dermish et al., 2012). *Convenience* termasuk bagian dari motivasi ekstrinsik dari *Fintech*, yang didorong oleh kemudahan layanan untuk dibawa dan diakses secara langsung (Kuo-Chuen dan Teo, 2015; Sharma dan Gutiérrez, 2010). Menurut Okazaki dan Mendez (2013), *convenience* dalam *Fintech* mengacu kepada waktu dan tempat yang fleksibel. Hal ini menjadi faktor paling penting dalam keberhasilan

layanan *online* dan *mobile* (Kim et al., 2010). Beberapa studi meneliti secara mendalam aspek yang berhubungan dengan *convenience* seperti kecepatan transaksi (Chen, 2006), ketersediaan untuk pembayaran *urgent* (Mallat, 2007), dan riwayat transaksi pada *mobile device* (Pousttchi dan Zenker, 2003; Teo et al., 2005).

Berdasarkan hasil penelitian Ryu (2018), *economic benefit*, *convenience*, dan *seamless transaction* mampu menjelaskan *perceived benefit* yang demikian mempengaruhi *continuance intention* dari pengguna pada *m-payment*. Dengan demikian, hipotesis yang terbentuk adalah:

H3. *Economic benefit* berhubungan positif terhadap *perceived benefit* dari pengguna pada *m-payment*.

H4. *Convenience* berhubungan positif terhadap *perceived benefit* dari pengguna pada *m-payment*.

H5. *Seamless transaction* berhubungan positif terhadap *perceived benefit* dari pengguna pada *m-payment*.

Risk factors for the continuous use of Fintech

Eksistensi *Fintech* di Indonesia tergolong inovasi baru. Selain *perceived benefit*, inovasi biasanya disertai dengan *perceived risk* dari pengguna (Schierz et al., 2010). Menurut Ryu (2018), pengguna akan rentan terhadap risiko jangka panjang. Potensi risiko dalam *Fintech* merupakan faktor negatif yang menonjol mempengaruhi *continuance intention* pengguna *Fintech* (Yang et al., 2014). Memahami bahwa *m-payment* merupakan salah satu tipe *Fintech*, tentunya penting untuk memahami potensi risiko yang menghalangi pengguna untuk terus menggunakan *m-payment*.

Studi ini mengadopsi *perceived risk framework* (Cunningham, 1967) yang mengembangkan faktor-faktor risiko yang mempengaruhi *perceived risk*. *Perceived risk* dikategorikan ke dalam enam dimensi, yaitu: *performance*, *financial consideration*, *opportunity/time*, *safety*, *social factors*, dan *psychological factors* (Cunningham, 1967). Menurut Ryu (2018), *financial risk*, *legal risk*, *security risk*, dan *operational risk* merupakan faktor yang terasosiasi dengan *perceived risk* pada konteks *Fintech*.

Financial risk adalah prediktor paling konsisten dalam perilaku pengguna *online mobile device* pada jurnal IS (Abramova dan Böhme, 2016; Benlian dan Hess, 2011; dan Melewar et al., 2013). *Financial risk* didefinisikan sebagai potensi terjadinya kerugian finansial pada proses transaksi dalam *Fintech* (Forsythe et al., 2006). Kerugian keuangan yang disebabkan kesalahan pada sistem transaksi finansial, penipuan finansial, serta biaya transaksi tambahan pada *Fintech* (World Economic Forum (WEF), 2015; Zavolokina et al., 2016) merupakan potensi risiko yang mengkhawatirkan. Dengan demikian, *financial risk* akan menjadi pertimbangan bagi pengguna terhadap intensi penggunaan selanjutnya.

Legal risk mengacu kepada potensi *Fintech* yang memiliki status legal yang belum jelas dan kurangnya regulasi internasional (Ryu, 2018). Sangat disayangkan, sebagian besar undang-undang terkait *m-payment* bergerak lebih lambat dibandingkan dengan kemajuan teknologinya (Iman, 2018). Sehingga fenomena ini mengakibatkan kurangnya regulasi yang mengatur kerugian finansial dan masalah keamanan yang menimbulkan kecemasan (Putritama, 2019) dan ketidakpercayaan pengguna (Ryu, 2018). Dengan demikian, ketidakpastian hukum akan menjadi pertimbangan bagi pengguna terhadap intensi penggunaan selanjutnya.

Security risk merupakan potensi kehilangan karena terjadinya penipuan atau adanya peretas yang mengganggu sistem keamanan transaksi finansial pada *Fintech* (Ryu, 2018). Gangguan penipu dan peretas menjadi perhatian besar para pengguna layanan *online* dan *mobile* karena membuat pengguna kehilangan uang (Lee, 2009). Menggunakan *Fintech* secara keseluruhan terasosiasi dengan potensi kerugian yang tinggi terhadap privasi, data pribadi, dan transaksi (Schierz et al., 2010); yang juga meningkatkan *perceived risk* bagi pengguna *Fintech*. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang belum terpapar dengan informasi mengenai kejahatan di dunia *digital*. Sebagai contoh, Santhika (2017) memaparkan banyaknya modus penipuan yang terjadi di Indonesia terkait dengan Go-Pay. Modus tersebut menggunakan teknik rekayasa sosial dengan menjebak pengguna melalui *gimmick* hadiah untuk meminta kode OTP yang berguna sebagai kode akses pada akun pada Go-Pay. Ketika seseorang mendapat akses akun Go-Pay, maka ia dapat mengambil alih akun beserta uang yang dimiliki akun tersebut. Edukasi dan informasi ini sudah dicantumkan oleh pihak Go-Pay, namun masih banyak pengguna *m-payment* yang tertipu dengan modus hadiah. Hal ini sesuai dengan pernyataan Karnouskos dan Fokus (2004) dimana orang-orang di negara berkembang lebih memungkinkan untuk menjadi korban *cybercrime*. Pernyataan tersebut

didukung oleh Chatain et al. (2008) yang berpendapat bahwa terkadang pengguna tidak memiliki pengetahuan yang cukup dan kurang memperhatikan masalah keamanan.

Operational risk mengacu kepada semua potensi kerugian pengguna yang didapat atas kesalahan proses internal, karyawan, dan sistem dalam suatu perusahaan *Fintech* (Barakat dan Hussainey, 2013). Menurut Ryu (2018), potensi kerugian atas *operational risk* yang disebabkan kurangnya ahli internal dan respon perusahaan terhadap masalah transaksi, cenderung membuat pengguna enggan untuk terus menggunakan *Fintech*. Hal ini tentu berdampak pada kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap perusahaan.

Financial risk, *legal risk*, *security risk*, dan *operational risk* merupakan faktor negatif yang terasosiasi secara positif terhadap *perceived risk* pada *m-payment* yang layak untuk diteliti. Dengan demikian, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H6. *Financial risk* berhubungan positif terhadap *perceived risk* dari pengguna pada *m-payment*.

H7. *Legal risk* berhubungan positif terhadap *perceived risk* dari pengguna pada *m-payment*.

H8. *Security risk* berhubungan positif terhadap *perceived risk* dari pengguna pada *m-payment*.

H9. *Operational risk* berhubungan positif terhadap *perceived risk* dari pengguna pada *m-payment*

Metodologi

Jenis dan Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah kerangka atau *blueprint* untuk melaksanakan proyek penelitian yang merinci rincian dari prosedur yang diperlukan untuk mendapatkan informasi dalam menyelesaikan masalah penelitian pemasaran (Malhotra dan Dash, 2011). Konsisten terhadap tujuan dari penelitian ini, rancangan tersebut bersifat kausal. Rancangan penelitian kausal merupakan jenis penelitian konklusif yang ditujukan untuk mendapatkan bukti dari tingkat hubungan sebab-akibat antar variabel (Malhotra dan Dash, 2011). Penelitian ini

mengkaji hubungan sebab-akibat pada variabel eksogen dan endogen dalam kerangka penelitian.

Pengembangan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian pada penelitian ini berbasis kuesioner (angket). Kuesioner dibagikan melalui email dan media sosial. Elemen dari studi empiris diadopsi untuk memvalidasi variabel-variabel dalam penelitian. Pertanyaan demografis dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden penelitian para pengguna *m-payment* Go-Pay. Seluruh variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala *Likert* lima poin. Set tanggapan persetujuan, yaitu “1” untuk sangat tidak setuju (STS), “2” untuk tidak setuju (TS), “3” untuk ragu-ragu (R), “4” untuk setuju (S), dan “5” untuk sangat setuju (SS).

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia yang menggunakan MPP Go-Pay untuk penggunaan pribadi. Sampel yang ditargetkan berasal dari Jabodetabek dan Bandung yang akan diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pengeluaran *m-payment* per bulan, dan frekuensi penggunaan dalam satu bulan. Masyarakat di Jabodetabek dan Bandung diasumsikan telah banyak terpapar informasi mengenai *Fintech* dan telah menggunakan layanan tersebut.

Tabel 1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi		
Orang Indonesia – Perkotaan – Menggunakan MPP Go-Pay.		
Jenis Kelamin	Pendidikan terakhir	Usia

Laki-laki Perempuan	SMP SMA/ Sederajat Diploma (D3) Sarjana (S1) Magister (S2) Lainnya	16-25 26-35 36-45 46-55 56-65 (Putritama, 2019)
Pengeluaran <i>m-payment</i> per bulan		Frekuensi Penggunaan
Rp100.000–Rp250.000 Rp250.001–Rp500.000 Rp500.001–Rp750.000 Rp750.001–Rp1.000.000 Rp1.000.001–Rp2.000.000 >Rp2.000.000 (Liswijayanti, 2019)	Dalam waktu sebulan: 1-3 kali 4-6 kali 7-10 kali >10 kali (Jakpat, 2016)	

Teknik Pengambilan Sampel

Peneliti menggunakan penentuan jumlah sampel minimal yang mengacu pada pedoman Bentler dan Chou (1987), yang menyarankan jumlah minimal sampel dengan formulasi satu item pernyataan oleh lima responden. Penelitian ini menggunakan 33 jumlah item pertanyaan yang berarti membutuhkan jumlah sampel minimal sebanyak 165 responden. Akan tetapi, untuk meningkatkan ketelitian penelitian, kuesioner dapat disebar dan diisi oleh 330 responden. Perhitungan tersebut didasarkan atas ketentuan jumlah sampel yang diterima yaitu 10:1 item pertanyaan oleh Hair et al. (2014) dan Malhotra (2010). Hasil kuesioner kemudian diperiksa dan tanggapan yang dianggap tidak layak dieliminasi sebelum digunakan pada analisis selanjutnya.

Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana peneliti hanya berfokus pada sampel dengan kriteria yang sesuai dengan fenomena penelitian. Kriteria yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: sampel merupakan (1) pengguna *m-payment* Go-Pay, (2) pengguna

pernah melakukan transaksi di toko *offline* (cth: restoran, gerai di mall/pasar), dan (3) pengguna berdomisili di daerah perkotaan di Indonesia.

Prosedur Uji Pilot Test dan Main Test

Peneliti mengadaptasi setiap pertanyaan yang diajukan sebagai instrumen penelitian berdasarkan 30 responden pada tahap *pre-test*. Pada *pilot test*, peneliti melakukan survei terhadap 65 responden untuk melihat apakah model telah menghasilkan nilai validitas dan reliabilitas yang memenuhi syarat.

Pada tahap *main test*, peneliti menyebarkan kuesioner melalui Google Form. Partisipan didapatkan melalui kontak media sosial dan email. Alur pertanyaan dimulai dengan pertanyaan penyaring, pertanyaan penelitian, dan ditutup dengan pertanyaan demografi. Data yang dihasilkan berikutnya diolah menggunakan AMOS 24.0.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut Hair et al. (2014), fondasi konseptual yang kuat merupakan asumsi empiris bahwa suatu struktur ada sebelum analisis faktor dilakukan. Studi sebelumnya telah menunjukkan adanya konsep yang terukur dalam *benefit-risk framework* yang diteliti. Sehingga peneliti melanjutkan tahap berikutnya dengan melakukan analisis faktor pada *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan pengujian reliabilitas pada *Cronbach's Alpha* menggunakan SPSS.

Pengujian selanjutnya adalah uji validitas dan reliabilitas atas data ukur pada kuesioner menggunakan AMOS. Untuk menentukan validitas setiap indikator yang mengonstruksi suatu variabel laten akan digunakan analisis faktor (CFA). Validitas konstruk mengukur seberapa jauh ukuran indikator mampu merefleksikan konstruk laten teoritisnya (Ghozali, 2011). Validitas konstruk diukur dengan melihat *Convergent Validity*, *Variance Extracted*, dan *Reliability & Discriminant Validity*.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA) mengukur tingkat interkorelasi antarvariabel dan tingkat kelayakan faktor analisis (Hair et al., 2014). MSA meningkat seiring meningkatnya jumlah sampel, rata-rata korelasi, dan jumlah variabel; serta

berkurangnya jumlah faktor (Stevens, 1972). Pengujian MSA dilakukan baik secara menyeluruh dan secara parsial untuk masing-masing variabel. Nilai dari kedua pengujian tersebut harus melebihi 0.5. Jika variabel memiliki nilai dibawah 0.5 maka harus dihilangkan satu persatu dengan menghilangkan dari yang paling kecil pada analisis faktor (Hair et al., 2014).

Communalities mengukur jumlah variasi dalam satu variabel yang dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel lainnya. Menurut Hair et al. (2014), variabel indikator dengan nilai *communalities* ≥ 0.50 perlu dipertahankan. Sedangkan menurut Holmes-Smith (1998) dan Tabachnick dan Fidell (1996), Nilai *communalities* < 0.3 memiliki terlalu sedikit *common factor* dengan variabel lain dan harus dibuang dari penelitian. Hal ini perlu dipertimbangkan mengingat dalam analisis faktor, hanya varian "*common*" yang digunakan setelah ekstraksi (Hair et al., 2014). Dengan demikian, penelitian ini mempertimbangkan nilai *communalities* demi memastikan tingkat varian yang memadai pada setiap indikator dalam suatu konstruk.

Cronbach's Alpha dapat didefinisikan sebagai ukuran reliabilitas konsistensi internal yang mengasumsikan indikator *loading* yang sama (Hair et al., 2014). Nilai *Cronbach's Alpha* yang diharapkan sama dengan nilai *Composite Reliability* yang direkomendasikan sesuai dengan nilai *Cronbach's Alpha* pada penelitian *benefit-risk framework* (Ryu, 2018) yaitu lebih tinggi dari 0.7 (Nunally dan Bernstein, 1994). Akan tetapi, nilai *Cronbach's Alpha* 0.5 - 0.75 masih dapat diterima dan dinyatakan sebagai *moderate reliable*, sedangkan di bawah nilai dibawah 0.5 harus dieliminasi (Hinton et al., 2014).

Proporsi varian yang tinggi harus dimiliki indikator-indikator suatu konstruk (Ghozali, 2011). Perhitungan analisis faktor dilakukan untuk melihat besarnya *factor loading*. Suatu indikator dinyatakan valid membentuk suatu faktor berdasarkan uji validitas konvergen jika memiliki *factor loading* ≥ 0.50 , atau idealnya ≥ 0.70 (Hair et al., 2014). Hal ini juga perlu didukung dengan besar *standardized loading estimate* yang harus ≥ 0.5 atau idealnya > 0.7 karena *factor loading* yang signifikan masih bisa menghasilkan nilai *converge* atau *share* (berbagi) proporsi varian yang rendah (Ghozali, 2011). Nilai indikator yang tidak memenuhi kriteria tersebut harus dibuang dari analisis karena akan menarik nilai *Variance Extracted* ke bawah (Ghozali, 2011).

Average Variance Extracted (AVE) merupakan ukuran validitas konvergen yang mengukur sejauh mana konstruk laten menjelaskan varian indikatornya (Hair et al., 2014). Besaran nilai AVE diharapkan lebih tinggi dari 0.5 (Fornell dan Bookstein, 1982) karena menunjukkan adanya *convergent* yang baik. AVE harus dihitung untuk masing-masing konstruk laten.

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat menghasilkan hasil yang konsisten jika pengukuran berulang dilakukan (Malhotra, 2010). Pengukuran reliabilitas pada *Cronbach's Alpha* dan reliabilitas merupakan bagian dari penilaian validitas konvergen (Ghozali, 2011). Hair et al. (2014) mendefinisikan *Cronbach's Alpha* sebagai ukuran reliabilitas konsistensi internal yang mengasumsikan indikator *loading* yang sama, berbeda dengan *Composite Reliability* yang tidak mengasumsikan indikator *loading* yang sama. Nilai ρ_c direkomendasikan lebih tinggi dari 0.708. Nilai ρ_c 0.60 sampai dengan 0.70 pada penelitian eksploratori masih dapat diterima, sementara nilai ρ_c 0.70 sampai dengan 0.90 dianggap memuaskan pada riset tahap lanjutan (Nunnally dan Bernstein, 1994).

Bukti validitas diskriminan sangat penting karena menunjukkan bahwa indikator-indikator pada setiap variabel laten bukan milik variabel laten lainnya (Wang et al., 2015). Validitas diskriminan adalah sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya (Ghozali, 2011). Perbedaan diukur dengan melihat seberapa besar korelasinya dengan konstruk lainnya, serta seberapa banyak indikator yang hanya mewakili satu konstruk saja (Hair et al., 2014). Validitas diskriminan dari instrumen penelitian ini diukur dengan melihat akar kuadrat dari AVE milik masing-masing konstruk dalam model pengukuran yang harus lebih besar dari pada korelasinya dengan konstruk lainnya (Fornell dan Bookstein, 1982).

Meskipun hipotesis dari faktor-faktor yang diuji telah sesuai, masih ada kemungkinan kesalahan yang bisa kita temukan pada nilai *residual*. AMOS 24.0 mendeteksi adanya kesalahan spesifikasi model melalui nilai *standardized residual*. Menurut Ghozali (2011), nilai *standardized residual* adalah nilai *fitted residual* dibagi dengan *standard error*, oleh karena bersangkutan paut dengan *error*, nilai *residual* > 2.58 dianggap besar. Nilai *standardized residual* > 2.58 antar indikator mengindikasikan salah satu indikator dengan validitas lebih rendah harus dibuang (Ghozali, 2011).

Uji Goodness-of-Fit

Goodness-of-Fit (GOF) berperan dalam menilai kualitas dari model yang diestimasi dengan membandingkan nilai aktual dari variabel endogen dengan nilai-nilai yang diprediksi oleh model yang diestimasi yang merupakan bagian dari teori (Hair et al., 2014). Teori yang dimaksud adalah teori yang diadaptasi yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. *Goodness-of-Fit* mengukur tingkat kecocokan model dengan data primer pada sampel (Malhotra, 2010).

Perhitungan analisis data pada model pengukuran maupun model struktural dibantu dengan menggunakan *Analysis of Moment Structure* (AMOS). Selain menguji validitas model, *software* AMOS 24.0 digunakan untuk menghitung dan menguji kovarian atau korelasi antarvariabel sesuai dengan diagram jalur yang didasari pada kerangka konseptual. Setelah menganalisis model pengukuran, peneliti melakukan uji kecocokan model secara keseluruhan. Prosedur pengkajian kecocokan keseluruhan model, menimbang nilai yang *good fit* pada alternatif pengukuran CMIN/DF, GFI, AGFI, RMSEA, TLI, dan CFI.

Uji Hipotesis

Pada pengujian struktural, konstruk kemudian diuji dengan *covariance-based structural equation modeling*. Prosedur pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antarvariabel di dalam model struktural. Penilaian model struktural melibatkan signifikansi dari koefisien (Ghozali, 2011). Hubungan antarvariabel dapat dinyatakan signifikan jika *probability* (p) < 0.05 (Malhotra, 2010). Hipotesis dengan hubungan positif dan negatif menggunakan uji signifikansi *two tail*.

Analisis

Adanya pandemi Covid-19 membatasi peneliti untuk bertatap muka secara langsung dengan responden penelitian. Peneliti melakukan pembagian kuesioner secara *online* melalui Google Form. Kuesioner *online* disebar ke wilayah Jabodetabek dan Bandung yang merupakan target dari populasi dalam penelitian ini. Pembagian kuesioner dimulai dari tanggal 29 Juni 2020 sampai 5 Juli 2020.

Peneliti mendapatkan total 362 responden yang menjawab kuesioner selama periode tersebut. Terdapat 35 sampel yang tidak sesuai dengan kriteria sampel pada penelitian ini. Peneliti menggunakan *mahalanobis distance* untuk membuang data *outlier* dari sampel dengan nilai $p_1 < 0.05$. Sehingga, tersisa 296 sampel yang telah sesuai dengan kriteria penelitian dan dapat dianalisis lebih lanjut.

Secara keseluruhan uji validitas dan reliabilitas melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan KMO yang diuji pada SPSS telah memenuhi pedoman yang disarankan. Kemudian peneliti melakukan pengujian statistik menggunakan AMOS. Model akhir yang diuji pada AMOS dapat dinyatakan *fit* dan memiliki nilai validitas dan reliabilitas yang baik. Nilai *residual* pada model dinyatakan cukup karena tidak ada nilai *residual* ≥ 2.58 . Hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan diterima (H1-H5 dan H7-H10). Sayangnya, hasil pengujian hipotesis menyatakan tidak adanya data yang mendukung hubungan positif antara *financial risk* dengan *perceived risk* pada MPP Go-Pay di Indonesia (H6).

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini menggunakan total sejumlah 296 sampel dalam analisis. Sehubungan dengan jenis kelamin, perempuan (59,1%) mendominasi dari laki-laki (40,9%). Mayoritas responden berada pada umur 16-25 tahun (61,8%) dan diikuti oleh usia 46-55 tahun (13,2%), 36-45 tahun (12,5%), 26-35 tahun (7,1%), dan 56-65 tahun (5,4%). Pendidikan bervariasi yaitu paling banyak pada S1 (59,1%), SMA/ Sederajat (30,4%), S2 (5,7%), D3 (4,1%), dan paling sedikit SMP (0,7%).

Sehubungan dengan penggunaan aplikasi, frekuensi penggunaan aplikasi Go-Pay dalam 1 bulan didominasi secara berurutan dengan penggunaan sebanyak 4-6 kali (33,8%), lebih dari 10 kali (26,0%), 1-3 kali (22,0%), dan 7-10 kali (18,2%). Responden dengan pengeluaran pada *m-payment* Go-Pay didominasi dari pengeluaran terkecil rata-rata yaitu Rp100.000 - Rp250.000 (41,6%), Rp250.001 – Rp500.000 (27,4%), Rp500.001 – Rp750.000 (13,2%), Rp750.001 – Rp1.000.000 (10,5%), Rp1.000.001 – Rp2.000.000 (5,4%), dan >Rp2.000.001 (2,0%).

Analisis Kecocokan Model Pengukuran

Sebelum melakukan analisis struktural lebih lanjut, instrumen pengukuran dievaluasi reliabilitasnya di SPSS. Secara keseluruhan reliabilitas *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai ≥ 0.70 . Pengukuran menunjukkan bahwa model memiliki konsistensi internal yang cukup. Dalam upaya menguji validitas konvergen dan validitas diskriminan dari konstruk, analisis faktor dengan *varimax rotation* dilakukan. *Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy* (KMO MSA), *Anti-Image Matrices*, dan *Component Matrix* dalam model keseluruhan sudah berada di atas ketentuan minimum ≥ 0.5 . Sayangnya nilai *Communalities* pada variabel PB4 (0,475) dan LR3 (0,494) masih tipis dengan pedoman ≥ 0.5 . Dengan tipisnya rentang nilai *communalities* pada PB4 dan LR3 dengan nilai yang diharapkan, peneliti memperkirakan bahwa nilai tersebut akan meningkat seiring jumlah sampel bertambah (Hair et al., 2014), demikian PB4 dan LR3 tetap dimasukkan untuk pengujian selanjutnya. Hasil dari *varimax rotation* menunjukkan ada sembilan faktor dengan *eigenvalues* yang lebih besar dari 1.0. ke sembilan faktor menyumbang sebesar 68,86% dari total varian.

Tabel 3 Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha dan Uji KMO pada Main Test

Hasil Analisis Model Pengukuran Main Test							
Penilaian pengukuran Reliabilitas dan Validitas							
Variabel	Item	Cronbach's Alpha ≥ 0.70	KMO MSA ≥ 0.50	Anti-Image Matrices ≥ 0.50	Component Matrix	Communalities ≥ 0.50	Keterangan
PB	PB1	0,813	,729	.821 ^a	,779	,606	diterima
	PB2			.684 ^a	,860	,740	
	PB3			.668 ^a	,883	,780	
	PB4			.855 ^a	,689	,475	
PR	PR1	0,832	,704	.752 ^a	,841	,707	diterima
	PR2			.658 ^a	,899	,809	
	PR3			.719 ^a	,857	,735	
EB	EB1	0,755	,695	.687 ^a	,829	,686	diterima
	EB2			.712 ^a	,811	,657	
	EB3			.688 ^a	,828	,686	
ST	ST1	0,718	,664	.701 ^a	,781	,610	diterima
	ST2			.684 ^a	,793	,629	
	ST3			.625 ^a	,857	,734	
CV	CV1	0,752	,676	.697 ^a	,804	,646	diterima
	CV2			.708 ^a	,796	,634	

	CV3			.637 ^a	,860	,739	
FR	FR1	0,707	,641	.729 ^a	,724	,524	diterima
	FR2			.632 ^a	,809	,654	
	FR3			.603 ^a	,853	,727	
LR	LR1	0,766	,737	.707 ^a	,805	,648	diterima
	LR2			.718 ^a	,789	,623	
	LR3			.779 ^a	,703	,494	
	LR4			.764 ^a	,771	,595	
SR	SR1	0,870	,733	.697 ^a	,911	,829	diterima
	SR2			.778 ^a	,875	,765	
	SR3			.733 ^a	,893	,797	
OR	OR1	0,836	,710	.797 ^a	,830	,689	diterima
	OR2			.676 ^a	,892	,795	
	OR3			.683 ^a	,887	,787	
CI	CI2	0,854	,702	.826 ^a	,828	,686	diterima
	CI3			.673 ^a	,899	,809	
	CI4			.656 ^a	,912	,832	

Peneliti melakukan analisis model pengukuran dengan mengevaluasi reliabilitas dan validitas instrumen pengukuran menggunakan AMOS. Keseluruhan indikator dalam penelitian dinyatakan *valid* sesuai pedoman *convergent validity*. Nilai *factor loading* seluruh variabel memenuhi syarat ≥ 0.5 , meskipun pada Tabel 4, PB4 (0.535), EB2 (0.676), ST2 (0.660), CV2 (0.650), FR1 (0.510), LR2 (0.699), dan LR4 (0.575) masih belum mencapai nilai ideal yaitu > 0.7 . Dengan demikian tidak perlu ada indikator yang dibuang dari penelitian ini. *Composite Reliability* dan *Variance Extracted* dalam penelitian ini masing-masing telah memenuhi syarat validitas model pengukuran. Sementara itu, nilai *Discriminant Validity* dari masing-masing variabel laten juga sudah lebih besar dari 0.7 dan cenderung lebih besar dari korelasinya dengan variabel laten lainnya. Nilai *Standardized Residual Covariance* seluruh variabel indikator telah memenuhi syarat penelitian.

Tabel 4 Uji Convergent Validity dan Discriminant Validity

Variabel	Indikator	Standard Loading (factor loading)	Composite Reliability ≥ 0.7	Average Variance Extracted ≥ 0.5	Nilai Discriminant Validity
PB	PB1	0.715	0.842	0.640	0.800

Variabel	Indikator	Standard Loading (factor loading)	Composite Reliability ≥0.7	Average Variance Extracted ≥0.5	Nilai Discriminant Validity
	PB2	0.894			
	PB3	0.849			
	PB4	0.535			
PR	PR1	0.763	0.837	0.683	0.827
	PR2	0.865			
	PR3	0.752			
EB	EB1	0.750	0.761	0.597	0.772
	EB2	0.676			
	EB3	0.725			
ST	ST1	0.655	0.746	0.582	0.763
	ST2	0.660			
	ST3	0.791			
CV	CV1	0.721	0.760	0.596	0.772
	CV2	0.650			
	CV3	0.776			
FR	FR1	0.510	0.720	0.559	0.748
	FR2	0.724			
	FR3	0.789			
LR	LR1	0.845	0.825	0.617	0.786
	LR2	0.699			
	LR3	0.808			
	LR4	0.575			
SR	SR1	0.868	0.874	0.735	0.857
	SR2	0.808			
	SR3	0.830			
OR	OR1	0.830	0.888	0.757	0.870
	OR2	0.727			
	OR3	0.984			
CI	CI2	0.702	0.861	0.716	0.846
	CI3	0.848			
	CI4	0.902			

Akar kuadrat dari AVE milik masing-masing konstruk dalam model pengukuran lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator pada setiap variabel bukan milik laten lainnya. Dengan demikian, penelitian ini telah memenuhi syarat *discriminant validity*.

Tabel 5 Uji Discriminant Validity

Konstruk		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	SR	0.857									
2	LR	0.498	0.786								
3	FR	0.553	0.480	0.748							
4	ST	-0.258	-0.257	-0.209	0.763						
5	OR	0.554	0.491	0.384	-0.171	0.870					
6	CV	-0.076	-0.136	0.017	0.547	-0.136	0.772				
7	EB	-0.253	-0.321	-0.236	0.406	-0.229	0.427	0.772			
8	PR	0.672	0.580	0.453	-0.402	0.578	-0.168	-0.281	0.827		
9	PB	-0.237	-0.253	-0.230	0.511	-0.287	0.620	0.564	-0.362	0.800	
10	CI	-0.266	-0.302	-0.173	0.415	-0.274	0.455	0.422	-0.366	0.590	0.846
Nilai DV		0.857	0.786	0.748	0.763	0.870	0.772	0.772	0.827	0.800	0.846

Analisis Uji Goodness-of-Fit

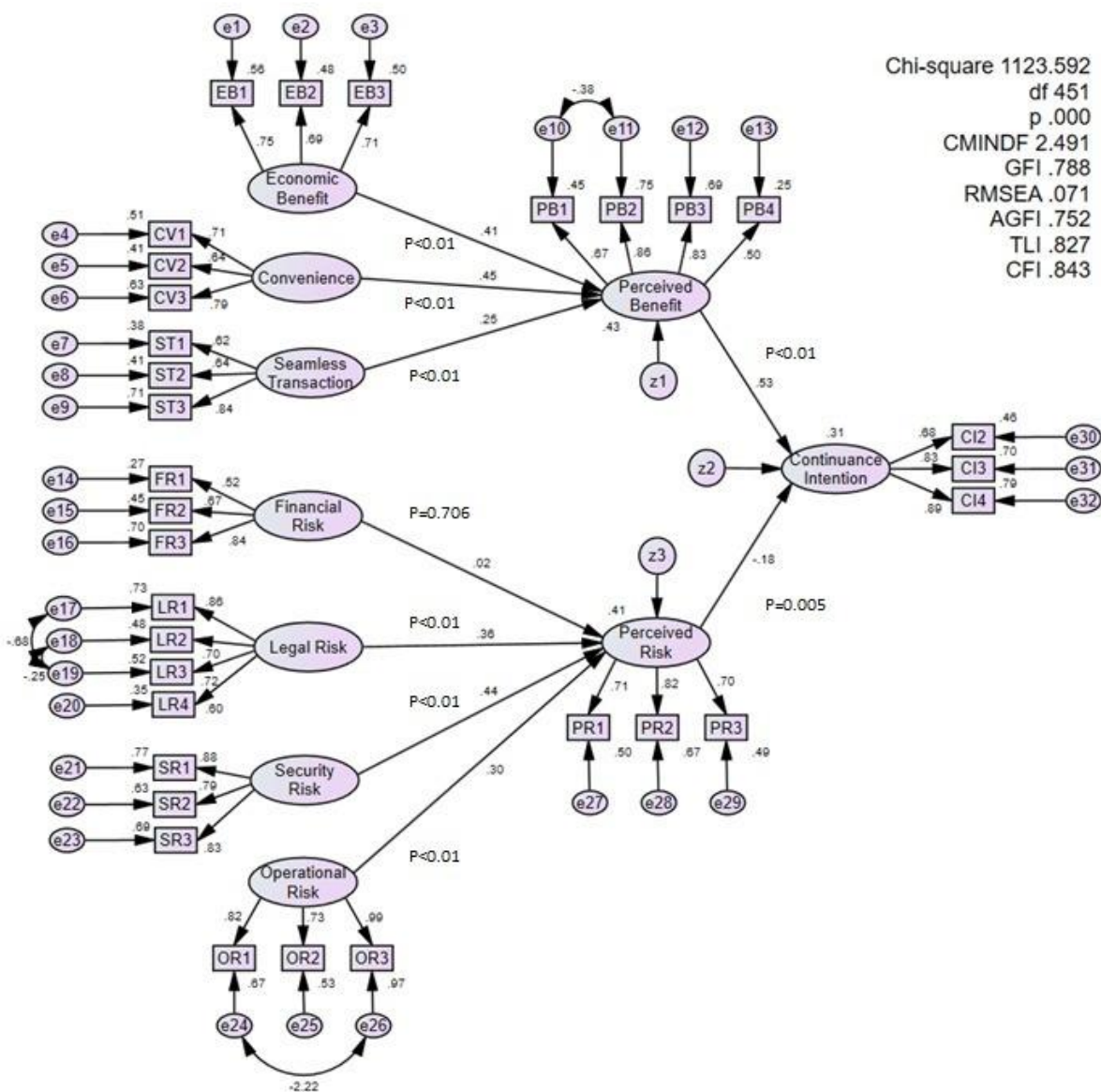
Melihat dari nilai evaluasi kriteria alternatif, CMIN/DF (2.491) dan RMSEA (0.071) telah memiliki nilai *good fit*. Sedangkan untuk nilai TLI (0.827), CFI (0.843) memiliki nilai *marginal fit*. GFI (0.788), AGFI (0.752) belum memenuhi kriteria *good fit*. Secara keseluruhan, model ini dapat dikatakan memiliki kualitas kecocokan yang cukup baik untuk dapat diteliti lebih lanjut. Dengan demikian, analisis model pengukuran dan model struktural dapat dilakukan.

Tabel 2 Uji Goodness-of-Fit

Chi-square	DF	p-Value	CMIN/D F	GFI	AGFI	TLI	CFI	RMSEA
1123.592	451	0	2.491	0.788	0.752	0.827	0.843	0.071

Analisis Uji Hipotesis

Penelitian ini juga akan membahas hubungan antarvariabel untuk menguji hipotesis penelitian. Analisis model struktural dilakukan dengan melihat *p-value* pada masing-masing variabel. Hubungan antarvariabel dapat dinyatakan signifikan jika *probability* (*p*) < 0.05 (Malhotra, 2010). Koefisien probabilitas dengan nilai lebih besar dari 0.05 mengindikasikan bahwa hipotesis ditolak.



Gambar 1 Hasil Uji Hipotesis pada Model Penelitian

Pada penelitian ini ditemukan bahwa H1 ($\beta = 0.528$, $p < 0.01$) diterima. Hasil menunjukkan hubungan positif dan signifikan dari *perceived benefit* terhadap *continuance intention* dari pengguna pada *m-payment*. Selanjutnya ditemukan bahwa H2 ($\beta = -0.176$, $p = 0.005$) diterima. Hasil menunjukkan hubungan negatif yang signifikan dari *perceived risk* terhadap *continuance intention* dari pengguna pada *m-payment*. Sementara itu, hipotesis pada faktor-faktor spesifik, H3 ($\beta = 0.410$, $p < 0.01$), H4 ($\beta = 0.453$, $p < 0.01$), dan H5 ($\beta = 0.247$, $p < 0.01$) diterima. Hasil menunjukkan hubungan positif dari *economic benefit*, *convenience*, dan *seamless transaction* terhadap *perceived benefit* dari pengguna pada *m-payment*. Sayangnya, H6 ($\beta = 0.023$, $p = 0.706$) tidak dapat diterima atau dalam kata lain H6 ditolak. Hal tersebut dikarenakan nilai *p-value* sangat tinggi dan melebihi pedoman $p < 0.05$. Hasil menunjukkan tidak adanya data yang mendukung hubungan positif dari *financial risk* terhadap *perceived risk* dari pengguna pada *m-payment*. Meskipun demikian, hipotesis pada faktor-faktor risiko, H7 ($\beta = 0.363$, $p < 0.01$), H8 ($\beta = 0.435$, $p < 0.01$), dan H9 ($\beta = 0.296$, $p < 0.01$) diterima. Hasil menunjukkan hubungan positif dari *legal risk*, *security risk*, dan *operational risk* terhadap *perceived risk* dari pengguna pada *m-payment*.

Pembahasan

Nilai transaksi *digital MPP* di Indonesia terus meningkat seiring waktu. Akan tetapi, nilai pertumbuhannya diperkirakan terus menurun. Hal ini juga menjadi perhatian karena penggunaannya baru ramai pada tahun 2017 ketika Go-Pay meluncurkan metode MPP tersebut. Kontribusi Go-Pay terhadap pertumbuhan inklusi finansial menjadikan penelitian mengenai intensi penggunaan selanjutnya dari pengguna pada MPP Go-Pay ini penting dilakukan untuk tujuan praktis maupun pengembangan teori. Dalam praktiknya, pengguna selalu mempertimbangkan faktor negatif dan positif yang mungkin diperoleh untuk memutuskan penggunaan suatu produk atau layanan. Faktor-faktor positif berupa keuntungan mempengaruhi *perceived benefit*, sedangkan faktor-faktor negatif berupa risiko mempengaruhi *perceived risk*. Studi ini membahas seberapa signifikan pengaruh dari *perceived benefit* dan *perceived risk* terhadap *continuance intention* dari pengguna MPP Go-

Pay di Indonesia; serta faktor-faktor spesifik yang berhubungan dengan variabel *perceived benefit* yaitu *economic benefit*, *convenience* dan *seamless transaction*; dan *perceived risk* yaitu *financial risk*, *legal risk*, *operational risk*, dan *security risk*. Dengan demikian, Go-Pay Indonesia dapat lebih efektif melancarkan strategi manajerialnya berdasarkan penelitian-penelitian yang telah divalidasi secara spesifik.

Peneliti ingin menjawab pertanyaan dari rumusan masalah pertama yang membahas mengenai apakah *perceived benefit* dan *perceived risk* signifikan mempengaruhi *continuance intention* dari pengguna untuk menggunakan *m-payment*. Temuan mengungkapkan bahwa kedua variabel *perceived benefit* dan *perceived risk* berhubungan secara signifikan terhadap variabel *continuance intention*. Berdasarkan analisis hipotesis, *Perceived benefit* signifikan mempengaruhi *continuance intention* secara positif ($H1; \beta = 0.528, p < 0.01$), sedangkan *perceived risk* signifikan mempengaruhi *continuance intention* secara negatif ($H2; \beta = -0.176, p = 0.005$). *Perceived benefit* memiliki pengaruh yang lebih tinggi daripada *perceived risk*, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dengan nilai pengaruh pada *perceived benefit* yang lebih tinggi dari *perceived risk* terhadap *continuance intention* (Ryu, 2018). Berdasarkan hasil penemuan di lapangan, peneliti juga menanyakan kepada beberapa pengguna MPP Go-Pay mengenai alasan mereka tetap menggunakan Go-Pay. Rata-rata jawaban pengguna mengacu pada keuntungan-keuntungan dalam menggunakan MPP Go-Pay. Secara keseluruhan, pengguna mengatakan bahwa Go-Pay memberikan *cashback* ketika bertransaksi pada *merchant* di *mall*, *cashback* yang diberikan membuat transaksi melalui aplikasi Go-Pay pada *merchant* terasa lebih murah. Pengguna yang peneliti wawancarai bahkan tidak menyebut risiko-risiko yang ada pada MPP Go-Pay melainkan lebih kepada keluhan-keluhan bonus *cashback* yang semakin menurun. Dengan demikian, perlu ada inovasi berkelanjutan yang diharapkan dapat memperkuat dan mempertahankan persepsi pengguna terhadap keuntungan penggunaan MPP Go-Pay.

Berdasarkan rumusan masalah kedua, peneliti menemukan faktor-faktor *perceived benefit* dan *perceived risk* yang spesifik mempengaruhi *continuance intention*. Faktor-faktor *perceived benefit* yang signifikan mempengaruhi *continuance intention* adalah *economic benefit* ($H3$), *convenience* ($H4$), dan *seamless transaction* ($H5$). Di antara keuntungan yang termasuk dalam faktor-faktor yang berhubungan mempengaruhi *perceived benefit*, *convenience* ($H4; \beta = 0.453, p < 0.01$) adalah faktor yang paling mempengaruhi persepsi

pengguna MPP Go-Pay di Indonesia. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya di Korea Selatan (Kim et al., 2010; Ryu, 2018) dan negara-negara barat (Okazaki dan Mendez, 2013) yang cenderung menjadikan *convenience* sebagai faktor utama yang mempengaruhi persepsi penggunaan layanan *mobile Fintech*. *Economic benefit* (H3; $\beta = 0.410$, $p < 0.01$) dan *seamless transaction* (H5; $\beta = 0.247$, $p < 0.01$) merupakan faktor-faktor *perceived benefit* yang signifikan mempengaruhi *continuance intention*. Beberapa pengguna merasa penggunaan MPP Go-Pay sangat memudahkan transaksi pada *merchant offline*, karena pengguna hanya membutuhkan *scan QR code* untuk bertransaksi. Selain itu, Go-Pay memudahkan pengguna yang tidak perlu membawa dompet, hanya memerlukan aplikasi Go-Pay saja sudah bisa bertransaksi pada *merchant*. Pada *perceived benefit*, semakin tinggi keuntungan yang didapatkan dari faktor-faktor keuntungan, semakin membuat pengguna berintensi untuk melanjutkan penggunaan Go-Pay.

Berdasarkan hasil validasi variabel-variabel penelitian sebelumnya, *convenience* paling dipengaruhi oleh persepsi pengguna, dimana nilai kemudahan dalam bertransaksi dengan MPP Go-Pay mendominasi dibanding kecepatan dan keberadaan Go-Pay untuk digunakan dimanapun dan kapanpun. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa proses yang mudah adalah prioritas utama pengguna dalam menggambarkan *convenience*. Berikutnya pada *economic benefit*, pengguna mendapat harga yang dianggap lebih murah dibandingkan metode pembayaran lainnya. Hal demikian lebih relevan dan dominan dibandingkan asosiasi pernyataan tentang bagaimana pengguna dapat berhemat dan mengeluarkan beban biaya yang lebih rendah ketika menggunakan MPP Go-Pay. Dengan membandingkan masing-masing poin dalam pernyataan *economic benefit*, peneliti menginterpretasikan bahwa pengguna cenderung lebih mempertimbangkan *economic benefit* setelah sadar akan adanya perbandingan keuntungan pada metode pembayaran *offline* (tunai) dan *online* (Go-Pay). Sedangkan dalam *seamless transaction*, sampel pengguna menilai transaksi melalui aplikasi dapat leluasa dikontrol oleh pihak pengguna tanpa konfirmasi panjang dari Go-Pay. Hal tersebut lebih dominan dibanding keuntungan Go-Pay yang memfasilitasi pengguna untuk menggunakan berbagai layanan MPP Go-Pay secara bersamaan dalam satu aplikasi maupun mengontrol uang dalam aplikasi tanpa keterlibatan pihak Go-Pay. Pengguna cenderung memperhatikan kelebihannya dalam mengontrol transaksi pada aplikasi.

Melihat pencapaian yang telah dilakukan MPP Go-Pay sejak tahun 2017, pihak manajerial dapat menekankan dan memproses kembali asosiasi pemasaran sesuai nilai yang terkandung dalam pernyataan masing-masing variabel indikator dengan pengaruh dominan pada masing-masing faktor *economic benefit*, *convenience*, dan *seamless transaction*. Hal ini juga menjadi patokan apakah nilai yang diberikan untuk pengguna sudah sesuai atau perlu disesuaikan kembali dengan apa yang menjadi penekanan Go-Pay selama ini.

Seperti pada *convenience*, *economic benefit*, dan *seamless transaction* yang memiliki pesan dalam variabel indikator yang dominan berupa: layanan keuangan yang prosesnya mudah, layanan yang murah setelah dapat membandingkan dengan metode pembayaran tradisional, dan keleluasaan untuk mengontrol transaksi dalam aplikasi; dapat digunakan atau disesuaikan sesuai penekanan yang ingin digunakan Go-Pay. Hal ini sejalan dengan temuan pada indikator-indikator pernyataan variabel *perceived benefit* yang menyatakan penggunaan Go-Pay lebih mudah dan cepat yang lebih dominan dibandingkan pernyataan mengenai Go-Pay berguna, banyak keuntungan, dan lebih unggul dari pada metode pembayaran tradisional. Sehingga dapat dikatakan bahwa, kemudahan dan kecepatan Go-Pay yang mungkin dirasakan setiap individu menjadi prioritas yang dipertimbangkan pengguna.

Berikutnya, faktor-faktor *perceived risk* yang signifikan mempengaruhi *continuance intention* adalah *financial risk* (H6), *legal risk* (H7), *security risk* (H8), dan *operational risk* (H9). Semakin tinggi risiko yang didapatkan dari faktor-faktor risiko, semakin membuat pengguna tidak ingin melanjutkan penggunaan Go-Pay. Di antara risiko yang termasuk dalam faktor-faktor yang berhubungan mempengaruhi *perceived risk*, *security risk* (H8; $\beta = 0.435$, $p < 0.01$) adalah faktor risiko yang paling mempengaruhi persepsi pengguna MPP Go-Pay di Indonesia. Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian sebelumnya di Korea Selatan (Ryu, 2018) yang cenderung menjadikan *legal risk* sebagai faktor risiko utama yang mempengaruhi persepsi penggunaan layanan *mobile Fintech*. *Legal risk* (H7; $\beta = 0.363$, $p < 0.01$) dan *operational risk* (H9; $\beta = 0.296$, $p < 0.01$) juga merupakan faktor-faktor *perceived risk* yang signifikan mempengaruhi *continuance intention*. Sayangnya, tidak ada data yang mendukung hubungan *financial risk* terhadap *perceived risk*. Sebelumnya, banyak modus pencurian uang dengan penipuan *gimmick* hadiah untuk mendapatkan kode OTP dan pencurian data pengguna pada produk-produk digital. Hal ini mungkin menjadikan *security risk* perhatian besar bagi pengguna dalam menggunakan *m-payment*. Menurut Ryu (2018) pada penelitian

sebelumnya, *financial risk* memiliki efek yang paling rendah dari faktor-faktor lainnya karena ketiga faktor tersebut dinilai merupakan prasyarat dari *financial risk* yang lebih menjadi perhatian para pengguna. Hal ini cukup menarik dengan adanya temuan bahwa sampel atau responden dalam penelitian ini tidak terpengaruh dengan *financial risk* dari MPP Go-Pay. Berdasarkan diskusi dengan pengguna Go-Pay, pengguna tidak menyadari adanya biaya-biaya yang harus dibayar ketika menggunakan *m-payment*. Pengguna juga menganggap biaya tersebut tidak menjadi masalah jika dibandingkan dari keuntungan yang didapatkan ketika menggunakan Go-Pay. Pada *perceived risk*, semakin tinggi risiko yang didapatkan dari faktor-faktor risiko, semakin membuat pengguna tidak berintensi untuk melanjutkan penggunaan Go-Pay.

Security risk merupakan salah satu faktor yang paling signifikan berpengaruh dan berhubungan dengan *perceived risk*. Sebagian besar sampel menilai pernyataan pada variabel indikator *security risk* rendah atau tidak setuju. Pada *security risk*, pernyataan mengenai perasaan khawatir akan penyalahgunaan informasi keuangan ketika menggunakan Go-Pay dominan mempengaruhi *perceived risk*, dibanding pernyataan pada variabel indikator lainnya mengenai keterjaminan informasi keuangan oleh pihak Go-Pay dan kekhawatiran akan adanya pihak yang mampu mengakses informasi keuangan pada Go-Pay. Hal ini wajar terjadi, karena adanya celah atau kemungkinan sistem keamanan *online m-payment* diretas oleh pihak eksternal yang mengakibatkan pengguna menjadi khawatir akan keamanan informasi keuangannya. Meskipun demikian, pengguna cenderung merasa aman. Dapat dikatakan, pengguna MPP Go-Pay merasa aman karena ada riwayat transaksi yang transparan. Berikutnya pada *legal risk* pernyataan yang mendominasi adalah penggunaan Go-Pay terasa membingungkan karena banyaknya peraturan. Hal ini terjadi karena sebagian dari responden tidak memahami dan tidak merasakan adanya potensi kerugian pada ranah hukum *m-payment* di Indonesia. Meskipun demikian, pernyataan tersebut ditemukan dominan pada bagaimana pengguna merasa penggunaan Go-Pay terasa membingungkan karena banyaknya peraturan. Hal ini lebih dominan dibanding kesulitan pembayaran pada toko *offline*, adanya ketidakpastian hukum bagi pengguna, maupun sulitnya menggunakan Go-Pay karena adanya peraturan pemerintah. Dapat disimpulkan peraturan yang terlalu banyak meningkatkan kekhawatiran pengguna akan adanya konsekuensi negatif. Terakhir, pada *operational risk*, pernyataan mengenai kekhawatiran akan cara Go-Pay menangani kerugian finansial atau kebocoran informasi keuangan lebih dominan dibanding

ketidaktersediaan Go-Pay menyelesaikan masalah ketika kerugian finansial atau kebocoran informasi terjadi dan respon perusahaan yang lambat dalam menyelesaikan masalah yang mempengaruhi *perceived risk* tersebut. Secara garis besar pengguna khawatir akan proses atau prosedur penyelesaian masalah yang harus dilalui.

Secara keseluruhan pada *perceived risk* dapat ditemukan bahwa konsumen cenderung merasakan kebingungan dan kekhawatiran selama menggunakan MPP Go-Pay, hal ini didukung dengan bagaimana pernyataan mengenai ketidakpastian pada Go-Pay lebih menonjol dibandingkan bagaimana pengguna harus menilai dan membandingkan antara risiko dan keuntungan yang dirasakan. Hal tersebut lebih dominan dibanding pernyataan mengenai Go-Pay memiliki risiko yang tinggi dan Go-Pay hanya memiliki sedikit keuntungan dibandingkan layanan keuangan tradisional.

Dengan demikian, perusahaan dapat tetap mempertahankan persepsi pengguna terhadap risiko yang dialami agar tetap berintensitas untuk penggunaan selanjutnya. Hal ini perlu dilakukan sebagai strategi jangka panjang demi menurunkan *perceived risk* tidak kalah penting dibandingkan meningkatkan *perceived benefit* bagi konsumen saja. Sama halnya dengan faktor-faktor pada *perceived benefit*, asosiasi pesan pada item pernyataan yang menonjol tentunya dapat dianggap relevan sebagai bahan kampanye pemasaran yang tentunya didukung dengan inovasi yang Go-Pay lakukan. Pesan-pesan tersebut dapat dikampanyekan dengan bagaimana perusahaan menyediakan peraturan yang sederhana bagi pengguna baik sehubungan dengan pemerintah maupun hal-hal yang berhubungan dengan *Fintech*. Selanjutnya, perusahaan dapat mengkampanyekan tentang bagaimana menurunkan risiko pencurian informasi keuangan sebagai pengguna; dan bagaimana perusahaan selalu bekerja untuk menjaga keamanan data-data pengguna. Terakhir, perusahaan dapat menyajikan prosedur penyelesaian masalah dan perkiraan hal-hal yang perlu disiapkan untuk menunjang proses penyelesaian masalah. Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan pihak manajerial dalam penyesuaian persepsi nilai produk yang ingin ditawarkan perusahaan. Hal demikian diharapkan dapat meningkatkan intensitas penggunaan selanjutnya dari pengguna MPP Go-Pay.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini memvalidasi ulang *benefit-risk framework* dalam konteks MPP Go-Pay di Indonesia. Model tersebut mempresentasikan faktor-faktor keuntungan seperti *economic benefit*, *convenience*, dan *seamless transaction*; dan faktor-faktor risiko seperti *financial risk*, *legal risk*, *operational risk*, dan *security risk*. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi persepsi konsumen secara positif (*perceived benefit*) dan negatif (*perceived risk*). Persepsi tersebut mempengaruhi intensi penggunaan selanjutnya melalui variabel *continuance intention*. Berdasarkan hasil analisis konfirmasi faktor, model secara keseluruhan valid. Meskipun demikian, tidak ada bukti yang kuat atas hubungan dan pengaruh *financial risk* terhadap *perceived risk*.

Terkait dengan jawaban atas rumusan masalah pada penelitian dalam studi kasus Go-Pay di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived benefit* dan *perceived risk* signifikan mempengaruhi *continuance intention* dari pengguna untuk menggunakan *m-payment*. Kemudian, *convenience*, *economic benefit*, dan *seamless transaction* adalah faktor-faktor *perceived benefit* yang spesifik mempengaruhi *continuance intention* dari pengguna untuk menggunakan *m-payment*. Sementara *security risk*, *legal risk*, dan *operational risk* adalah faktor-faktor *perceived risk* yang spesifik mempengaruhi *continuance intention* dari pengguna untuk menggunakan *m-payment*. *Convenience* adalah faktor *perceived benefit* yang paling mempengaruhi *continuance intention* pengguna MPP Go-Pay di Indonesia diikuti oleh *economic benefit* dan *seamless transaction*. Sedangkan pada *perceived risk*, faktor *security risk* memiliki pengaruh positif yang paling signifikan terhadap variabel *perceived risk* yang mempengaruhi *continuance intention*, diikuti oleh *legal risk* dan *operational risk*.

Masing-masing temuan yang diteliti perlu ditelaah kembali. Hal ini perlu dilakukan untuk menyeimbangkan proporsi risiko dan keuntungan yang dirasakan pengguna. Menurut Ryu (2018), persepsi positif yang berlebihan pada *Fintech*, tanpa persepsi risiko negatif bagi pengguna dapat mengakibatkan permasalahan finansial pada perusahaan dalam jangka pendek. Dampak tersebut dapat menimbulkan kehancuran pada ekosistem bisnis *Fintech* dalam jangka panjang.

Implikasi Teoritis

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi teoritis. Pertama, penelitian ini mereplikasi dan memvalidasi model-model dan teori-teori penelitian mengenai *perceived benefit* dan *perceived risk* terhadap *continuance intention* untuk menggunakan *m-payment* di Indonesia. Peneliti memvalidasi penelitian empiris dari *benefit-risk framework* terhadap ranah spesifik yaitu MPP Go-Pay di Indonesia.

Kedua, peneliti menemukan perbedaan persepsi pada sampel responden warga Indonesia terhadap prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi *perceived risk*. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut dipengaruhi oleh demografi maupun karakteristik lain pada sampel.

Implikasi Praktis

Penelitian ini juga menghasilkan beberapa temuan praktis. Pertama, dalam ranah MPP Go-Pay di Indonesia, *perceived benefit* lebih kuat mempengaruhi *continuance intention* dibandingkan *perceived risk*. Meskipun hubungan keduanya signifikan terhadap variabel *continuance intention*, namun pengguna cenderung berintensi untuk tetap melanjutkan penggunaan MPP Go-Pay bukan hanya dengan adanya faktor-faktor keuntungan, namun juga faktor-faktor risiko. Hal ini sesuai dengan penelitian Ryu (2018) yang menyatakan bahwa pengguna berintensi untuk melanjutkan penggunaan *Fintech* meskipun masih ada faktor risiko yang harus dipertimbangkan di pasar. Kedua, penelitian ini menghasilkan temuan berharga untuk pihak manajerial Go-Pay. Penelitian dapat digunakan sebagai landasan keputusan dalam menekankan dan menyesuaikan pesan merek pada masing-masing faktor sesuai dengan persepsi nilai produk yang ingin ditawarkan perusahaan kepada pengguna. Dengan demikian pihak manajerial dapat memberikan akses finansial yang lebih diterima oleh masyarakat Indonesia yang tentunya akan meningkatkan inklusi finansial di Indonesia

Limitasi dan Saran Penelitian di Masa Mendatang

Meskipun penelitian ini telah menyumbangkan validasi empiris pada MPP Go-Pay di Indonesia, masih ada poin-poin limitasi penelitian yang menjadi kesempatan penelitian di masa mendatang. Pertama, penelitian ini hanyalah memvalidasi *benefit-risk framework*. Variabel-variabel laten maupun variabel indikator tentunya perlu diadaptasi seiring waktu.

Inovasi dalam dunia teknologi menjadikan lebih banyak faktor yang akan mempengaruhi variabel-variabel faktor spesifik pada *perceived benefit* dan *perceived risk*, variabel *perceived benefit*, variabel *perceived risk*, maupun variabel *continuance intention*.

Kedua, penelitian ini belum memasukkan *actual usage behavior* pada model. Tentunya hal ini dapat menjadi poin tambah yang sangat baik dilakukan oleh pelaku usaha terhadap perkembangan teoritis. Menurut Venkatesh dan Davis (2000) dalam Ryu (2018) dukungan empiris mengenai hubungan sebab akibat antara niat dan perilaku penggunaan sudah sangat banyak.

Ketiga, penelitian ini berfokus pada MPP Go-Pay. Penelitian selanjutnya di Indonesia dapat dilakukan pada ranah *Fintech* lainnya (*mobile remittance, P2P lending, dan crowdfunding*).

Keempat, peneliti memiliki keterbatasan waktu dan tempat penelitian terutama karena melandanya pandemi Covid-19. Sampel penelitian terbatas disebarkan terhadap pengguna MPP Go-Pay di Jabodetabek dan Bandung untuk mewakili pengguna MPP di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan jumlah sampel yang lebih besar dan tersebar di kota-kota metropolitan di Indonesia.

Referensi

- Abramova, S. dan Böhme, R., 2016. Perceived benefit and risk as multidimensional determinants of Bitcoin use: A quantitative exploratory study, Laporan Rapat pada *International Conference on Information Systems 2016*, Dublin, pp. 1-20.
- AJ, R. P., Haryati, S., dan Assegaf, F., 2020. Indonesia's financial inclusion index increased in 2019: Jokowi. [online] dapat diakses di <<https://en.antaranews.com/news/140397/indonesias-financial-inclusion-index-increased-in-2019-jokowi>> [diakses pada 1 April 2020].
- Ajzen, I. dan Fishbein, M., 1977. Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research, *Psychological Bulletin*, Vol. 84, No. 5, pp. 888.

- Amoroso, D. L., dan Magnier-Watanabe, R., 2012. Building a Research Model for Mobile Wallet Consumer Adoption: The Case of Mobile Suica in Japan. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 7(1), pp.13–14. DOI: 10.4067/s0718-18762012000100008.
- Arner, D. W., Barberis, J. N., dan Buckley, R. P., 2016. The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?, *SSRN Electronic Journal*, 47(4), DOI:10.2139/SSRN.2676553.
- Atcharyachanvanich, K., Okada, H., dan Sonehara, N., 2006. What keeps online customers repurchasing through the internet? *ACM SIGecom Exchanges*, Vol. 6 No. 2, pp. 47-57.
- Bagozzi, R., Baumgartner, H., dan Youjae's, Y., 1992. State versus Action orientation and the theory of reasoned action; an application to coupon usage. *Journal of Consumer Research*, 18(3), pp. 505–518.
- Barakat, A. dan Hussainey, K., 2013. Bank governance, regulation, supervision, and risk reporting: Evidence from operational risk disclosures in European banks, *International Review of Financial Analysis*, 30(2), pp. 254-273.
- Benlian, A. dan Hess, T., 2011. Opportunities and risks of software-as-a-service: Findings from a survey of IT executives, *Decision Support Systems*, Vol. 52, No. 1, pp. 232-246.
- Bentler, P. M. dan Chou, C., 1987. Practical Issues in Structural Equation Modeling, *Sociological Methods and Research*, 16, pp. 78-117.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., dan Engel, J. F., 2005. *Consumer Behavior*, Edisi 10, South-Western College Publishing, Boston.
- Chatain, P.L., Hernández-Coss, R., Borowik, K., dan Zerzan, A., 2008. Integrity in Mobile Phone Financial Services: Measures for Mitigating Risks from Money Laundering and Terrorist Financing. Paper no. 146. Washington DC: World Bank
- Chen, L. A., 2006. Theoretical Model of Consumer Acceptance of mPayment, Laporan Rapat pada *the Twelfth Americas Conference on Information Systems*, pp. 1978-1982.
- Chishti, S., 2016. How Peer to Peer Lending and Crowdfunding Drive the Fintech Revolution in the UK, in: *Banking Beyond Banks and Money*, Springer, pp. 55-68.

- Chou, C. H., Chiu, C.H., Ho, C. Y., dan Lee, J. C., 2013. Understanding mobile apps continuance usage behavior and habit: an expectance-confirmation theory, *Pacific Asia Conference on Information System Proceedings*, pp. 132.
- Cunningham, S. M., 1967. The major dimensions of perceived risk, *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*, Vol. 1, pp. 82-111.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. dan Warshaw, P. R., 1989. User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models, *Management Science*, Vol. 35, No. 8, pp. 982-1003.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. dan Warshaw, P. R., 1992. Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 22, No. 14, pp. 1111-1132.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper L., Singer, D., dan Van Oudheusden, P., 2015. *The Global Findex Database 2014 : measuring financial inclusion around the world (English)*. Washington, D.C.: World Bank Group.
- Dermish, A., Kneiding, C., Leishman, P., Ignacio, M., 2012. Branchless and mobile banking solutions for the poor: a survey of the literature, *Innovations Technology, Governance Globalization*, 6 (4), pp.81–98.
- Ferrari, R., 2016. FinTech Impact on Retail Banking – From a Universal Banking Model to Banking Verticalization. Dalam: Chishti, S. dan Barberis, J., 2016. *The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*. London: Wiley. pp 248–252.
- Fornell, C. dan Bookstein, F. L., 1982. Two structural equation models: LISREL and PLS applied to consumer exit-voice theory, *Journal of Marketing Research*, Vol. 19, No. 4, pp. 440-452.
- Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D., dan Gardner, L. C., 2006. Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping, *Journal of Interactive Marketing*, 20(2), pp. 55-75.

- Franedy, R., 2019. Terungkap! Transaksi GoPay di 2018 Tembus Rp 87 T. [online] dapat diakses di <<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190211103125-37-54742/terungkap-transaksi-gopay-di-2018-tembus-rp-87-t>> [diakses 10 Maret 2020].
- Ghozali, I., 2011. *Model persamaan struktural: konsep dan aplikasi dengan program Amos 24.0*. Edisi 7, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. DOI: 979.704.233.2
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E., 2014. *Multivariate data analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Hinton, P. R., McMurray, I., dan Brownlow, C., 2014. *SPSS explained*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Holmes-Smith, P., 1998. *Introduction to Structural Equation Modeling Using LISREL and AMOS: School Research, Evaluation, and Measurement Services*. Brisbane: Qld.
- Iman, N., 2018. Is Mobile Payment still Relevant in The Fintech era? *Electronic Commerce Research and Applications*, 30, pp. 72-82.
- Jakpat, 2016. Digital Wallet among Indonesian Internet User - Survey Report. [online] dapat diakses pada <<https://blog.jakpat.net/digital-wallet-among-indonesian-internet-user-survey-report/>> [diakses 13 April 2020].
- Jurison, J., 1995. The role of risk and return in information technology outsourcing decisions, *Journal of Information Technology*, Vol. 10, No. 4, pp. 239.
- Kang, Y.S., Hong, S. dan Lee, H., 2009. Exploring continued online service usage behavior: the roles of self-image congruity and regret, *Computers in Human Behavior*, Vol. 25 No. 1, pp. 11-22.
- Karnouskos, S., dan Fokus, F., 2004. Mobile Payment: A Journey Through Existing Procedures and Standardization Initiatives. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, Fourth Quarter, pp. 44–66.
- Kim, C., Mirusmonov, M. dan Lee, I., 2010. An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment, *Computers in Human Behavior*, Vol. 26, No. 3, pp. 310-322.

- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., 2009. Trust and Satisfaction, Two Stepping Stones for Successful E-Commerce Relationships: *A Longitudinal Exploration*. *Information Systems Research*, 20(2), 237–257. DOI: 10.1287/isre.1080.0188.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., 2008. A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents, *Decision support systems*. 44(2), pp. 544-564.
- Kuo-Chuen, D. L., dan Teo, E. G., 2015. Emergence of Fintech and the LASIC principles, *Journal of Financial Perspectives*. 3(3), pp. 24-36.
- Lee, M. C., 2009. Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit, *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 2009, pp. 130-141.
- Lee, H., Park, H. dan Kim, J., 2013. Why do people share their context information on social network services? A qualitative study and an experimental study on users' behavior of balancing perceived benefit and risk, *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol. 71, No. 9, pp.862-877.
- Lee, T. H. dan Kim, H. W., 2015. An Exploratory Study on Fintech Industry in Korea: Crowdfunding case, *Proceedings in International Conference on Innovative Engineering Technologies*.
- Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., Sánchez-Fernández, J., 2018. A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment, *Service Business*, 12, pp. 25–64. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11628-017-0336-7>.
- Liswijayanti, F., 2019. Semarak Cashback, Kita Makin Boros atau Hemat? [online] dapat diakses di <<https://www.femina.co.id/money/semarak-cashback-kita-makin-boros-atau-hemat-?p=2>> [diakses 20 Mei 2020].
- Liu, Y., Yang, Y., dan Li, H., 2012. A Unified risk-benefit analysis framework for investigating mobile payment adoption, Laporan pada *International Conference on Mobile Business 2012*.

- Malhotra, N. K., 2010. *Marketing Research: An Applied Orientation*. Edisi 6, New Jersey: Pearson.
- Malhotra, N. K., dan Dash, S., 2011. *Marketing Research: An Applied Orientation* (Vol. VI). New Delhi, India: Pearson.
- Mallat, N., 2007. Exploring Consumer Adoption of Mobile Payments: A Qualitative Study. *Journal of Strategic Information Systems*, 16(4) pp. 413-432.
- Mallat, N., Rossi, M., dan Tuunainen, V. K. (2004). Mobile Banking Services, *Communications of the ACM*, 47(5), pp.42-46. DOI: 10.1145/986213.986236
- Muhammed, M., Ogubando., A. F., dan Abu-Bakar, A. S., 2016. Factors Influencing Customer's Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Northern Nigeria: a Proposed Framework. *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)* e-ISSN: 2321-5933, p-ISSN: 2321-5925. Volume 7, Issue 1. Ver. III, pp. 51-55.
- Mathur, N., Mathur, H., dan Pandya, T., 2015. Risk Management in Information System of Organisation: A Conceptual Framework, *International Journal of Novel Research in Computer Science and Software Engineering*, 2(1), pp. 82-88, ISSN 2394-7314.
- McKnight, D.H., Choudhury, V., Kacmar, C., 2002. The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model. *Journal of Strategic Information System*, 11, pp. 297-323. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00020-3](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00020-3).
- MDI Ventures, 2018. Mobile Payments in Indonesia: Race to Big Data Domination. [online] dapat diakses di <<https://mdi.vc/whitepaper/detail/3/Mobile%20Payments%20In%20Indonesia%3A%20Race%20to%20Big%20Data%20Domination>> [diakses pada 1 Mei 2020].
- Melewar, T., S. Alwi, M. Tingchi Liu, J.L. Brock, G. Cheng Shi, R. Chu, dan T.-H. Tseng, 2013. Perceived benefits, perceived risk, and trust: Influences on consumers' group buying behaviour, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 25(2), pp. 225-248.
- Nunally, J. C., dan Bernstein, I., 1994. *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.

- Okazaki, S., dan F. Mendez, 2013. Exploring convenience in mobile commerce: Moderating effects of gender, *Computers in Human Behavior*. 29(3), 2013, pp. 1234-1242.
- Park, J., Snell, W., Ha, S. dan Chung, T.L., 2011. Consumers' post-adoption of m-services: interest in future m-services based on consumer evaluations of current m-services, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 12 No. 3, pp. 165-175.
- Peter, J. P. dan Tarpey, L. X., 1975. A comparative analysis of three consumer decision strategies, *Journal of Consumer Research*, Vol. 2, No. 1, pp. 29-37.
- Pousttchi, K., dan Zenker, M., 2003. Current Mobile Payment Procedures on the German Market from the View of Consumer Requirements, *DEXA Workshop pada Mobile Commerce Technologies and Applications*, Prague, Czech Republic.
- Putritama, A., 2019. The Mobile Payment Fintech Continuance Usage Intention in Indonesia. *Jurnal Economia*, 15(2), pp. 243–258. DOI: 10.21831/economia.v15i2.26403.
- Qasim, H., dan Abu-Shanab, E., 2016. Drivers of mobile payment acceptance: the impact of network externalities. *Information System*. 18, pp.1021–1034, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10796-015-9598-6>.
- Rahmi, Mustika., 2018. Fintech for Financial Inclusion: Indonesia Case. *Advances in Economics, Business and Management Research*, Atlantis Press, 65, 805-807.
- Ryu, 2018. What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 118 No. 3, pp. 541-569. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325c>
- Santhika, Eka. 2017. Soal Penipuan Gopay: Jangan Beri Kode OTP ke Siapapun: CNN Indonesia. [online] dapat diakses di <<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20171212074633185261736/soal-penipuan-gopay-jangan-beri-kode-otp-ke-siapapun>> [diakses 22 Maret 2020].
- Statista, 2020. Digital Payments: Indonesia. [online] dapat diakses di <<https://www.statista.com/outlook/296/120/digital-payments/indonesia>> [diakses 9 Maret 2020].

- Schierz, P. G., Schilke, O., dan Wirtz, B. W., 2010. Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis, *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 9, No. 3, pp. 209-216.
- Stevens, J. P., 1972. Four Methods of Analyzing Between Variations for the k-Group MANOVA Problem, *Multivariate Behavioral Research*, pp. 42–54.
- Sharma, S., dan Gutiérrez, J.A., 2010. An evaluation framework for viable business models for mcommerce in the information technology sector, *Electronic Markets*. 20(1), pp. 33-52.
- Suleiman, A., 2019. Chinese Investments in Indonesia's Fintech Sector: Their Interaction with Indonesia's Evolving Regulatory Governance. *Center for Indonesian Policy Studies*. DOI: 10.35497/287011.
- Tabachnick, B. G., dan Fidell, L. S., 1996. *Using Multivariate Statistics*. Edisi 3, New York: Harper Collins.
- Teja, A., 2017. Indonesian Fintech Business: New Innovations or Foster and Collaborate in Business Ecosystems, *The Asian Journal of Technology Management*, 10(1), pp.10-18. DOI: <http://dx.doi.org/10.12695/ajtm.2017.10.1.2>
- Teo, E., Fraunholz, B., Unnithan, C., 2005. Inhibitors and Facilitators for Mobile Payment Adoption in Australia: A Preliminary Study, Laporan pada *the International Conference on Mobile Payments*, pp. 663-666.
- Venkatesh, V. dan Davis, F. D., 2000. A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies, *Management Science*, Vol. 42, No. 2, pp. 186-204.
- Wang, X., French, B. F., dan Clay, P. F., 2015. Convergent and Discriminant Validity with Formative Measurement: A Mediator Perspective. *Journal of Modern Applied Statistical Methods*, 14(1), pp. 83–106. DOI: 10.22237/jmasm/1430453400.
- World Economic Forum (WEF), 2015. The Future of financial services: How disruptive innovations are reshaping the way financial services are structured, provisioned and consumed, Laporan *World Economic Forum*, Switzerland.

Yang, S., Wang, Y. dan Wei, J., 2014. Integration and consistency between web and mobile services, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 114 No. 8, pp. 1246-1269.

Yu, C. S., 2007. What influences people to continuously use web-based services?, Makalah Penelitian Dipresentasikan pada *18th International Conference on Information Management, ICIM 2007*, Ming Chuan University, Taipei.

Zavolokina, L., M. Dolata, dan G. Schwabe, 2016. FinTech–What's in a Name?, Laporan Rapat pada *International Conference of Information Systems*.