

ABSTRAK

Bellania Michael Rifendy (00000017679)

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN GO-PAY SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN ELEKTRONIK

(xiv + 94 halaman + lampiran)

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi pun berkembang cukup pesat. Salah satu perkembangan teknologi yang sedang berkembang pesat adalah *fintech* (*financial technology*), sektor layanan yang menggunakan teknologi *IT* yang berpusat seluler untuk meningkatkan efisiensi sistem keuangan dengan menyediakan solusi pembayaran. Salah satu *fintech* di Indonesia adalah Go-Pay yang berada di dalam aplikasi Go-Jek. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan Go-Pay sebagai salah satu alat pembayaran. Penelitian ini menggunakan paradigma kuantitatif dan desain penelitian kausal serta menggunakan teknik pengambilan *nonprobability*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan secara elektronik melalui Google Form. Desain pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan syarat responden berusia antara 18-35 tahun, memiliki *mobile banking*, menggunakan internet minimal 1-3 jam per hari dan mengunduh aplikasi Go-Jek dan menggunakan Go-Pay. Jumlah sampel yang digunakan adalah 50 untuk studi pendahuluan dan 271 untuk penelitian aktual. Data dianalisis menggunakan SmartPLS versi 3. Berdasarkan hasil analisis data, disimpulkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude to use mobile application*, *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness of mobile application*, *perceived ubiquity* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness of mobile application*, *trust* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward use of mobile application*, *perceived security* memiliki pengaruh positif terhadap *trust mobile application*, *perceived privacy* memiliki pengaruh positif terhadap *trust mobile application*, *subjective norm* memiliki pengaruh positif terhadap *attitude toward use of mobile application*, *subjective norm* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use mobile application*, dan *attitude toward use* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use mobile application*.

Refrensi: 55

Kata kunci: *fintech*, Go-Pay, minat menggunakan, alat pembayaran elektronik, *mobile application*