

ABSTRAK

Peningkatan penggunaan *smartphone* di Indonesia dan *cashless society* memiliki potensi besar untuk mengembangkan sistem pembayaran berbasis *mobile* atau digital sehingga hal ini menarik untuk diteliti. GO-PAY, OVO, DANA, LinkAja dan Jenius sangat cocok untuk dijadikan objek penelitian karena kelima *mobile payment* tersebut merupakan aplikasi *e-wallet* yang paling populer di Indonesia dengan jumlah pengguna lima besar terbanyak.

Penelitian terkait dengan *mobile payment* masih belum banyak ditemukan, terutama penelitian yang membahas tentang Teori Difusi Inovasi. Teori ini dapat diaplikasi untuk berbagai jenis teknologi, salah satunya *financial technology*. Teori ini juga merupakan model yang sesuai untuk memprediksi minat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru. Oleh karena itu, teori ini sangat menarik untuk dijadikan teori dasar sebuah penelitian.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara *relative advantage*, *complexity*, *compatibility*, *observability*, *trialability*, dan *perceived risk* dengan adopsi *mobile payment*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *social media* Twitter dengan jumlah 400 responden pengguna *mobile payment* di Provinsi Jawa Barat. Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa faktor yang signifikan mempengaruhi adopsi *mobile payment* adalah *relative advantage*, *complexity*, *compatibility*, *observability*, dan *trialability*.

Kata Kunci: Adopsi Mobile Payment, Teori Difusi Inovasi, Teknologi Keuangan