

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk (BTPN) adalah bank devisa yang memfokuskan diri untuk melayani dan memberdayakan segmen masyarakat berpendapatan rendah yang terdiri dari para pensiunan, pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), serta komunitas prasejahtera produktif (mass market). BTPN telah menempuh perjalanan panjang sejak didirikan di Bandung, Jawa Barat pada 1958 sebagai Bank Pegawai Pensiunan Militer (Bapemil) hingga berubah nama pada 1986 menjadi Bank Tabungan Pensiunan Nasional. BTPN mulai tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 2008. Selanjutnya BTPN berkembang secara berkelanjutan dengan melahirkan berbagai inovasi bisnis yang melengkapi portofolio layanan perbankan pensiun yang telah dirintis sejak 1958.

Berlakunya Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana (selanjutnya dirubah dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998) yang antara lain menetapkan bahwa status bank hanya ada 2 (dua) yaitu : Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat, maka pada tahun 1993 status Bank Tabungan Pensiunan Nasional diubah dari Bank Tabungan menjadi Bank Umum melalui surat keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 055/KM.17/1993 tanggal 22 Maret 1993. Perubahan status Bank Tabungan Pensiunan Nasional tersebut telah mendapat persetujuan dari Bank Indonesia sebagaimana ditetapkan dalam surat Bank Indonesia No. 26/UPBD/PBD2/Bd tanggal 22 April 1993 yang menyatakan status perseroan sebagai Bank Umum.

Adapun visi misi serta nilai-nilai yang ingin dicapai oleh BTPN adalah sebagai berikut:

- Visi:
Menjadi bank mass market terbaik, mengubah hidup berjuta rakyat Indonesiapowered by digital technology

- Misi:
Bersama, kita ciptakan kesempatan tumbuh dan hidup yang lebih berarti
- Nilai-nilai
Nilai-nilai yang dianut oleh BTPN yaitu
 - Dapat dipercaya
 - Peduli
 - Sinergi
 - Mencapai yang terbaik.

1.1.2 Jenius BTPN

Pada 11 Agustus 2016, Bank BTPN resmi meluncurkan aplikasi yang bernama Jenius. Setelah menjalani masa pengembangan selama 18 bulan dengan total nilai investasi Rp 500 Miliar. Jenius adalah aplikasi perbankan revolusioner yang dilengkapi dengan kartu debit Visa untuk membantu pengguna melakukan aktivitas finansial seperti menabung, bertransaksi, atau mengatur keuangan dengan lebih aman, cerdas, dan simpel. Semua dilakukan dari satu tempat, semua dari smartphone. Jenius adalah Banking Reinvented, yang berarti walaupun memiliki fungsi sebuah bank, tapi Jenius mengembalikan semua akses kepada pengguna. Sehingga pengguna memiliki kendali atas uang dan pengaturan keuangannya.



Gambar 1. 1 Logo Aplikasi Jenius

(Sumber: Bank Tabungan Negara, 2021)

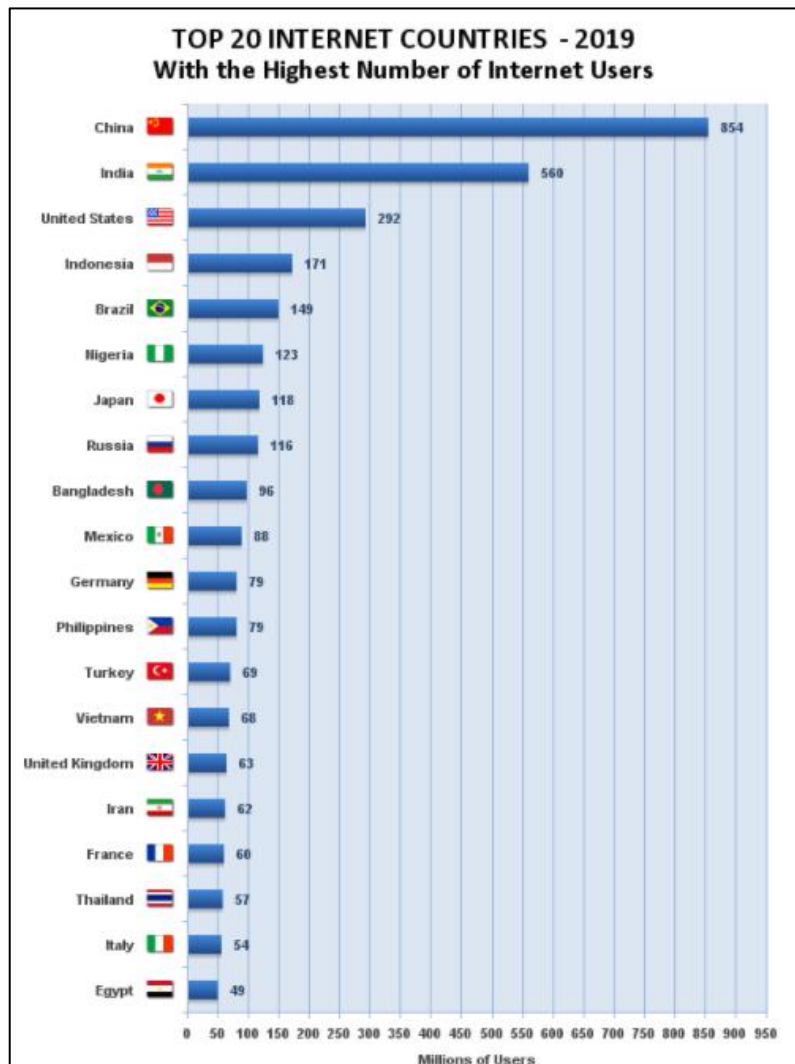
Jenius lebih dari sebuah bank karena Jenius juga berperan sebagai alat yang membantu penggunanya dalam meraih integrasi yang lancar antara kehidupan dan keuangan sehingga dengan mudah, pengguna bisa meraih tujuan hidup dan cita-citanya. Jenius berbeda dari bank pada umumnya karena semua aktivitas

perbankan dibuat lebih mudah tanpa harus pergi ke bank atau mengantre panjang dengan banyaknya birokrasi. Semua bisa pengguna lihat, tata, dan atur langsung dari dalam smartphone. Jenius berbeda dari e-wallet, karena Jenius tidak hanya bisa dimanfaatkan untuk melakukan pembayaran atau transaksi, tapi juga menerima simpanan dan deposito berjangka dengan bunga hingga 6,5% serta membantu dalam mengatur keuangan untuk Life Finance yang lebih baik. (www.jenius.com, 2019).

1.3 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan perkembangan teknologi berbanding lurus dengan perkembangan gaya hidup masa kini. Dengan semakin luasnya informasi yang di dapatkan dari berbagai media baik cetak maupun elektronik, membuat perkembangan gaya hidup masyarakat sekarang ini sangat membutuhkan akses informasi yang cepat untuk mengakomodir kebutuhan informasi mereka. Saat ini perkembangan teknologi di dunia terutama internet sangatlah berkembang pesat dan membantu kehidupan kita sekarang ini.

Internet adalah salah satu jembatan yang mempermudah kita untuk mencari tahu tentang sebuah informasi apapun, kapanpun dan dimanapun. Sehingga semua informasi didapatkan dengan cara yang sangat mudah dan tanpa mengharuskan kita untuk meninggalkan rumah (chapuracha, 2017). Adapun 20 negara yang memiliki jumlah pengguna internet terbanyak di dunia, sebagai berikut :

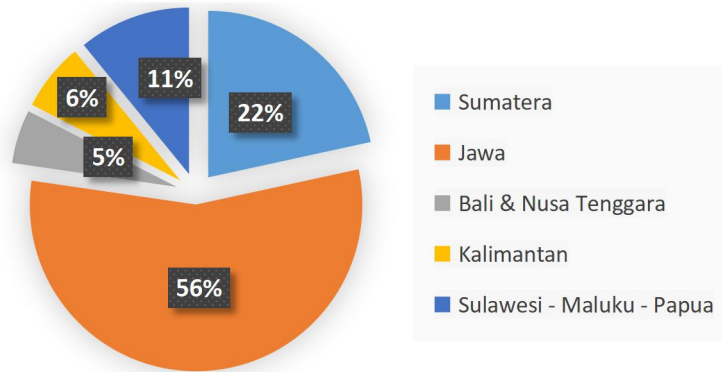


Gambar 1. 2 Urutan 20 Negara Dengan Pengguna Internet Terbanyak

Sumber : www.internetworldstats.com (Data diolah peneliti, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.2 terlihat dari data yang didapatkan dari Internet World Stats pada tahun 2019 di atas bahwa Indonesia adalah negara yang menempati urutan keempat yang memiliki pengguna sebanyak 171 juta pengguna. Indonesia kalah jika dibandingkan China yang mencapai 854 juta pengguna, India yang mencapai 569 juta pengguna, United States yang mencapai 292 juta pengguna. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga mengatakan hal serupa bahwa jumlah pengguna internet pada tahun 2018 ini berjumlah 171 juta pengguna. Jumlah pengguna internet Indonesia tersebut jika di lihat dari segi

kontribusi pengguna internet per wilayah dari seluruh pengguna internet di Indonesia adalah sebagai berikut:

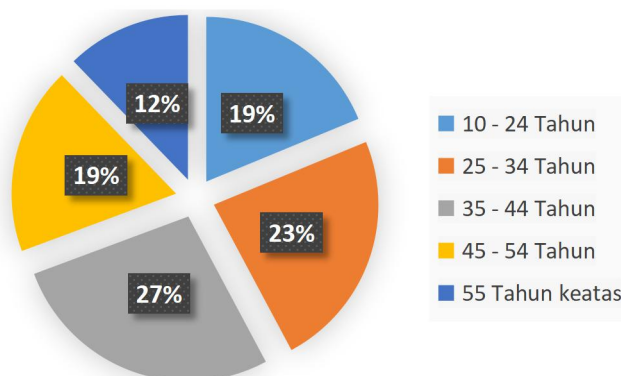


Gambar 1. 3 Pengguna Internet berdasarkan wilayah Indonesia Tahun 2018

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

(Data diolah peneliti, 2021)

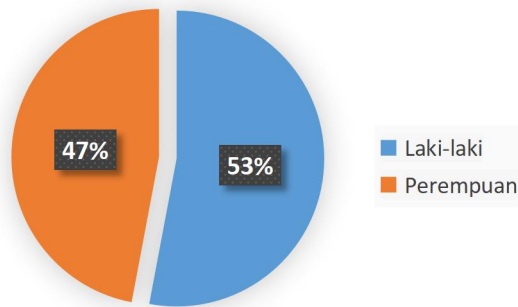
Berdasarkan data diatas yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada hasil survey tahun 2018, dari jumlah total keseluruhan pengguna internet Indonesia mencapai 171.17 juta jiwa tersebut terdiri dari 21% atau 35.94 juta pengguna pulau Sumatera, 56% atau 95.86 juta pengguna pulau Jawa, 5% atau 8.55 juta pengguna pulau Bali dan Nusa, 7% atau 11.98 juta pengguna pulau Kalimantan, dan 11% atau 18.82 juta pengguna pulau Sulawesi. Adapun penyebaran rentan usia, jenis kelamin dan jenis pekerjaan pengguna internet adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 4 Usia Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

(Data diolah peneliti, 2021)

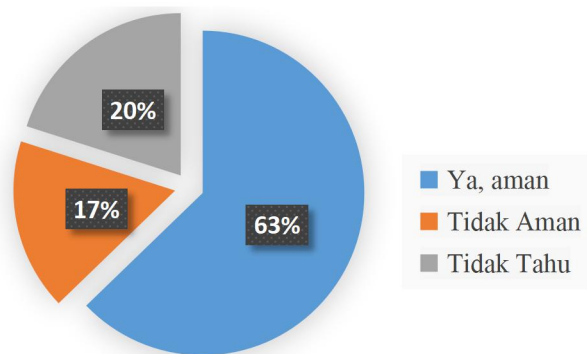


Gambar 1. 5 Jenis Kelamin Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

(Data diolah peneliti, 2021)

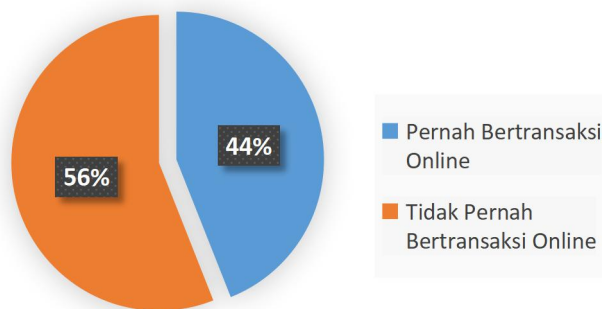
Sebagaimana pada Gambar 1.5 data di atas dari hasil survey APJII tahun 2018, jumlah pengguna internet berdasarkan usia yang paling mendominasi adalah antara rentang usia 35 – 44 tahun dengan jumlah 27% atau 46.4 pengguna dan 25 – 34 tahun dengan jumlah 40 juta pengguna atau 23%. Pengguna internet berdasarkan jenis kelamin yang lebih mendominasi adalah pria dengan jumlah 53% atau sekitar 90.63 juta pengguna. Di lihat dari grafik diatas, dapat diasumsikan bahwa dari jumlah keseluruhan pengguna internet yaitu 171 juta pengguna yang menggunakan transaksi online yang kemungkinan lebih banyak menggunakannya adalah dari mulai usia 25 tahun keatas dan sudah memiliki pekerjaan atau wiraswasta. Adapun data pengetahuan pengguna terhadap internet sebagai tempat jual beli barang dan jasa sebagai berikut:



Gambar 1. 6 Apakah Aman atau Tidak Bertransaksi Melalui Koneksi Internet Tahun 2018

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

(Data diolah peneliti, 2021)



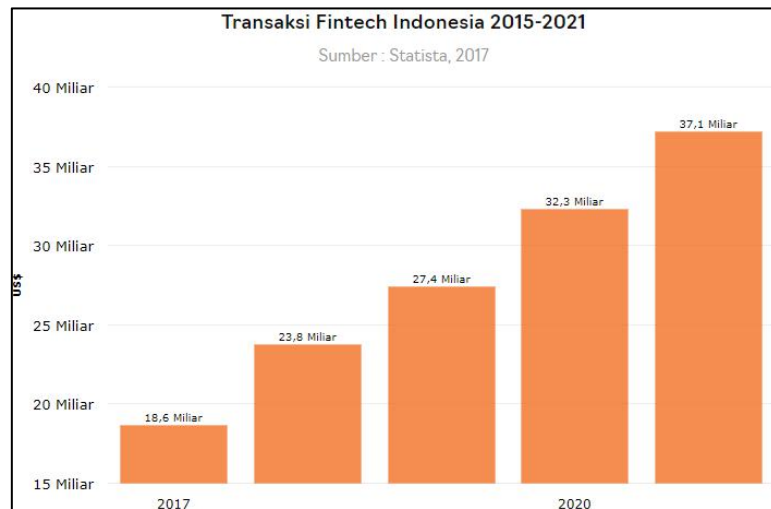
Gambar 1. 7 Pengguna yang Melakukan Transaksi Online Tahun 2018

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

(Data diolah peneliti, 2021)

Data di atas menunjukkan bahwa dari hasil survey APJII tahun 2018 terdapat 107.73 atau 63% juta pengguna internet yang merasa aman dalam bertransaksi melalui koneksi internet, tetapi dari jumlah tersebut yang pernah melakukan transaksi online hanyalah 75.24 juta atau 44% pengguna saja. Jumlah tersebut masih sangat sedikit melihat masih sekitar 95.76 juta atau 56% pengguna tidak pernah melakukan transaksi online. Dari total 171 juta pengguna yang mengetahui internet sebagai tempat jual beli barang tetapi masih ada 95.76 juta atau 56% juta dari jumlah tersebut pengguna yang belum menggunakannya, di mungkinkan mereka yang belum pernah melakukan transaksi online tersebut mereka belum percaya untuk menggunakannya.

Adanya perkembangan teknologi ini membuat seluruh aktivitas berubah menjadi serba instan. Salah satunya aktifitas sehari-hari yang berubah yaitu dalam sistem pembayaran. Dalam sistem pembayaran yang ada sekarang, terdapat system tunai dan non-tunai. Perkembangan pembayaran non-tunai semakin berkembang setiap tahunnya terlebih dengan adanya smartphoned sebagai media pendukung, sehingga hal ini mendukung para pengguna menjadi masyarakat cashless society. Adapun data transaksi *fintech* di Indonesia sebagai berikut:

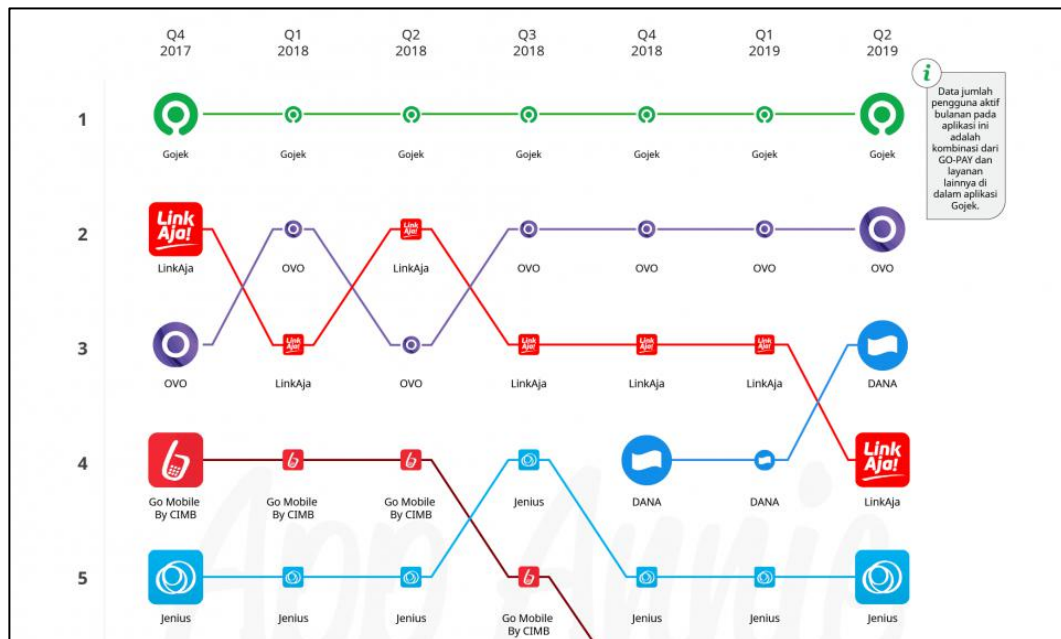


Gambar 1. 8 Frekuensi Jumlah Transaksi *Fintech* Tahun 2015 - 2021

Sumber: Statistika.kata.data.co.id (Data diolah peneliti, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.8 diatas dapat dilihat bahwa besarnya gelombang transaksi non-tunai di Indonesia. Perkembangan dari adanya financial technology (*Fintech*) tersebut sangat meningkat dengan pesat, dibuktikan dengan jumlah transaksi dari pengguna yang menggunakan *fintech* setiap tahunnya yaitu terus naik. Bahkan diperkirakan tahun 2020 ini meningkat 32.3 miliar. Dengan demikian kehadirannya pembayaran instan ini dapat mengurangi kebutuhan akan penggunaan pembayaran dengan menggunakan kartu. Karena dengan hadirnya teknologi digital dengan system pembayaran berbasis server yang ditawarkan *fintech* ini lebih mudah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut riset yang dilakukan iPrice Group dalam merangkum perkembangan layanan mobile payment di Indonesia hingga kuartal kedua 2019 berdasarkan jumlah download dan pengguna aktif bulanan di Android dan iOS. Berikut daftar teratas aplikasi mobile payment yang menguasai pasar pembayaran digital di Indonesia.

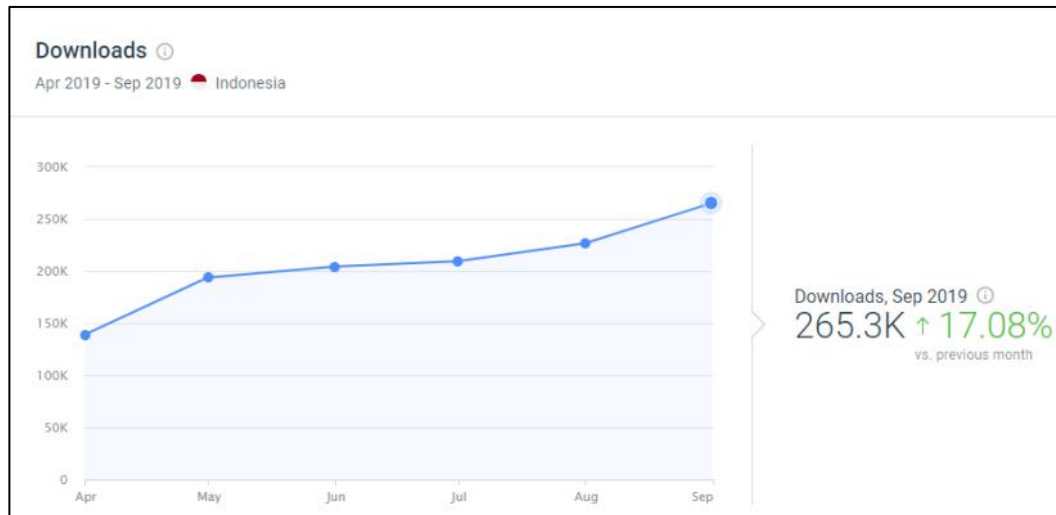


Gambar 1. 9 Daftar Aplikasi Mobile Payment Dengan Pengguna Terbesar Di Indonesia

Sumber : <https://iprice.co.id/> (Data diolah peneliti, 2021)

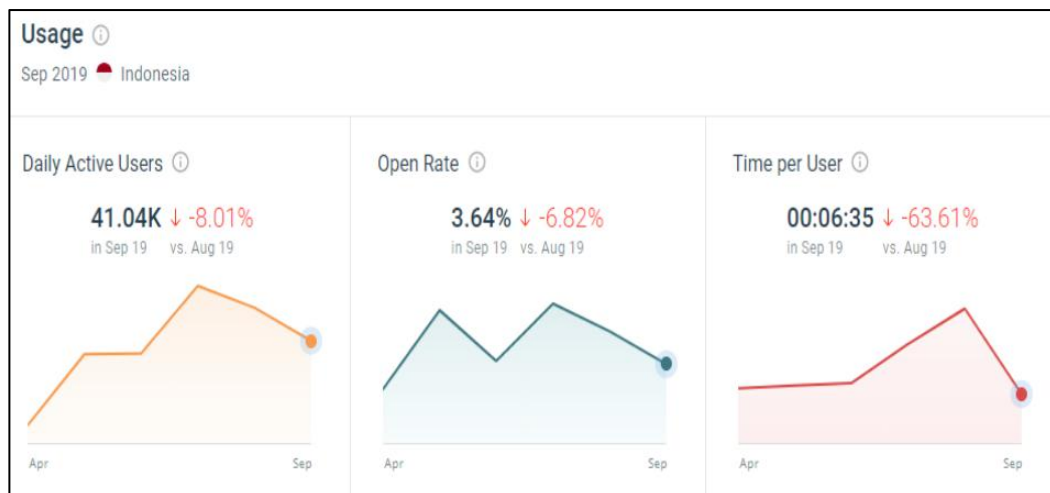
Seperti yang terlihat pada infografik Gambar 1.9, Aplikasi Jenius merupakan salah satu pelaku bisnis pembayaran digital dengan pengguna terbesar di Indonesia versi risetPrice Group. Jenius saat ini menjadi salah satu dompet digital dengan penggun aaktif terbanyak di posisi ke-empat setelah Go-Pay, LinkAja, dan OVO. Jenius, aplikasi berbasis Android dan iOS ini pertama kali diperkenalkan pada Agustus 2016 yang lalu di Jakarta. Jenius telah berhasil mengintegrasikan elemen gaya hidup dan keuangan kepada masyarakat urban yang melek teknologi di Jabodetabek. Aplikasi Jenius juga telah menjadi Top 10 free finance apps in the Google Play & App Store, Indonesia dan juga dinobatkan sebagai aplikasi terbaik untuk perbankan. Hingga Juni 2018 tercatat sudah lebih dari 700.000 digital savvy terdaftar sebagai pengguna Jenius, selain itu BTPN juga meraih penghargaan “Bank dengan Performa Terbaik dalam Layanan Pembukaan Rekening melalui Web/Aplikasi” serta penghargaan “Apresiasi Inovasi 2017” oleh Koran Sindo, dan “Inovasi Produk dan Teknologi Digital Transformer of the Year” oleh IDC Digital Transformation Awards (DXa) 2017 (BTPN,2017). Dan yang paling terbaru Jenius meraih penghargaan Best Digital

Banking inIndonesia Country Award 2018 dari Asian Banker. Hal tersebut menentukan sehingga obyek penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Jenius.



Gambar 1. 10 Jumlah Pengguna Yang Mengunduh Aplikasi Jenius April - September 2019

Sumber: SimilarWeb (Data diolah peneliti, 2021)



Gambar 1. 11 Jumlah Pengguna Aplikasi Jenius April - September 2019

Sumber: SimilarWeb (Data diolah peneliti, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.10 dan Gambar 1.11 diatas bisa dijelaskan bahwa terjadi peningkatan pengguna yang mengunduh aplikasi Jenius dari bulan April sampai September 2019. Peningkatan pengguna yang mengunduh aplikasi jenius akan terus meningkat mengingat Jenius menjadi terobosan baru dalam hal

financial technology. Gambar 1.10 menunjukkan bahwa penggunaan harian aplikasi Jenius menurun. Hal ini berpotensi membuat Jenius akan kehilangan penggunaanya, walaupun ada peningkatan dalam pengunduhan aplikasi.

Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan diatas, yang mana perkembangan Jenius sangat begitu pesat sampai mengungguli dompet digital yang ada sebelumnya. Maka peneliti akan melakukan penelitian tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan dari suatu teknologi ini sehingga bisa mempengaruhi minat dan perilaku mereka dalam menggunakan teknologi tersebut.

Berbagai macam model penelitian telah dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat dan penggunaan suatu sistem teknologi, salah satunya yang terbaru adalah model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Berdasarkan poin isu yang sudah dijabarkan pola adopsi yang sesuai dalam penelitian ini ada menggunakan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi dari penelitian (Alawan, et al, 2017).

Tabel 1. 1
Keluhan Pengguna Aplikasi Jenius

No.	Tanggal	<i>Voice of Costumer</i> Aplikasi Jenius	Identifikasi Permasalahan
1.	25, Juli 2020	Nasabah mengeluhkan system dari pelayanannya yang buruk, transfer uang dan transaksi gagal uangnya tidak masuk tetapi saldonya kepotong, dan kerugian waktu. Menggunakan <i>mobile payment</i> seharusnya bisa membuat pengguna bisa menghemat waktu, tetapi nyatanya jenius tidak bisa membuat pengguna bisa menghemat waktu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, ekspektasi performa (<i>Peformance Expectancy</i>) yang dirasakan pengguna tidak sesuai dengan apa yang	Keluhan ini menunjukkan rendahnya <i>Performance expectancy</i> (Ekspektasi Performa)

No.	Tanggal	<i>Voice of Costumer Aplikasi Jenius</i>	Identifikasi Permasalahan
		diberikan oleh jenius.	
2.	20, Agustus 2020	Nasabah mengeluhkan bahwa aplikasi lambat saat penggunaan. Ini berarti kepraktisan aplikasi jenius tidak bisa dirasakan oleh nasabah secara maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa Jenius memiliki potensi masalah terkait <i>effort expectancy</i> .	Keluhan ini menunjukkan rendahnya <i>Effort expectancy</i> (Ekspektasi Usaha)
3.	9, Maret 2020	Ada nasabah yang ingin mendaftar menjadi bagian dari nasabah jenius karena tertarik setelah mendengar cerita dari temannya. Namun ketika sudah mendaftar, ternyata dari aplikasi jenius gagal memasukan data nya. Karena calon nasabah tersebut mengetahui jenius dari teman nya yang sudah menggunakan jenius dan telah menyarankan untuk memakai jenius, tetapi aplikasi jenius tidak bisa memberikan yang terbaik terhadap calon nasabah tersebut	Keluhan ini menunjukkan rendahnya <i>Social influence</i> (Pengaruh Sosial)
4.	24, April 2020	Nasabah jenius lainnya mengeluhkan bahwa aplikasi jenius nya dirasa semakin lambat ketika setelah meng-update aplikasi nya. Padahal nasabah tersebut pengguna lama jenius karena dalam penggunaan jenius dapat mempermudah segala transaksi online sebagai kartu kredit. Hal ini menunjukkan bahwa	Keluhan ini menunjukkan rendahnya <i>Facilitating Condition</i> (Kondisi yang membantu)

No.	Tanggal	<i>Voice of Costumer</i> Aplikasi Jenius	Identifikasi Permasalahan
		<i>facilitating condition</i> yang diberikan jenius belum bisa membuat para pengguna percaya bahwa infrastruktur dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem	
5.	16, Februari 2020	Nasabah jenius lainnya mengeluhkan bahwa aplikasi jenius nya dirasa sudah tidak nyaman lagi dikarenakan kekecewaan tidak kembalinya uang ke rekening setelah menunggu selama 9 hari. Hal ini menunjukkan bahwa <i>hedonic motivation</i> yang diberikan jenius belum bisa membuat para pengguna senang atau kenyamanan yang diperoleh dari menggunakan teknologi, dan itutelah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi.	Keluhan ini menunjukkan rendahnya <i>Hedonic motivation</i> (Motivasi Hedonis)
6.	20, Agustus 2020	Nasabah menggunakan aplikasi Jenius sangat bermanfaat dibandingkan e-wallet lainnya, akan tetapi nasabah merasa fitur chat didalam aplikasi tersebut belum stabil untuk menghubungi call center. Berdasarkan review Google Playstore yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh Habit memiliki dampak terhadap penggunaan Jenius. Setiap bank memiliki pelayanan	Keluhan ini menunjukkan rendahnya <i>Trust</i> (Kepercayaan)

No.	Tanggal	<i>Voice of Costumer Aplikasi Jenius</i>	Identifikasi Permasalahan
		yang berbeda dalam melayani nasabah, dengan harapan nasabah akan merasakan kenyamanan dan keamanan saat bertransaksi.	

Sumber: App Store, (Data diolah peneliti, 2021)

Minat pengguna *mobile payment* pada generasi millennium semakin bertambah karena *mobile payment* dapat di akses dimana saja, secara *real time* dan fleksibel (Tan dan Lau, 2016). Namun, tingkat adopsi layanan perbankan *mobile payment* tidak mencapai tingkat yang diharapkan, terutama di negara-negara berkembang dan pelanggan menyatakan kurang tertarik terhadap layanan tersebut (Alalwan *et al.*, 2016). Dengan menggunakan pendekatan yang berbeda dan sesuai dengan berbagai landasan teoritis, peneliti secara proaktif mencoba menjelaskan bagaimana pelanggan merumuskan persepsi, sikap, niat, dan perilaku mereka terhadap *mobile payment* (Alalwan *et al.*, 2016).

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Alawan, et al, 2017) variabel yang digunakan adalah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), kepercayaan (*trust*), pengaruh sosial (*social influence*) ekspektasi usaha (*effort expectancy*), kondisi yang membantu (*facilitation condition*) berpotensi berpengaruh terhadap adopsi (*adoption*) melalui niat perilaku (*behavioral intention*), kepercayaan (*trust*) dan ekspektasi usaha (*effort expectancy*), berpotensi berpengaruh terhadap serta kondisi yang membantu (*facilitation condition*) berpotensi berpengaruh terhadap adopsi (*adoption*).

Pada penelitian ini penetapan variable-variabel tersebut menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) dan persamaan struktural (SEM), model UTAUT adalah sebuah model pengadopsian teknologi dan sistem informasi yang digunakan untuk mengukur *behavioral intention* pelanggan. Model UTAUT kini telah dikembangkan oleh (Venkatesh, et al 2012), penelitian-penelitian sebelumnya belum ada penelitian yang

menggunakan model UT AUT 2 untuk menganalisis minat pengguna layanan mobile payment.

Dari latar belakang tersebut, maka peneliti terdorong untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Penerapan *Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2 (UTAUT2)* Pada Adopsi Penggunaan *Mobile Payment* Jenius (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Di Kota Bandung)”.

1.3 Perumusan Masalah

Pertumbuhan perkembangan teknologi berbanding lurus dengan perkembangan gaya hidup masa kini. Dengan semakin luasnya informasi yang di dapatkan dari berbagai media baik cetak maupun elektronik, membuat perkembangan gaya hidup masyarakat sekarang ini sangat membutuhkan akses informasi yang cepat untuk mengakomodir kebutuhan informasi mereka. Saat ini perkembangan teknologi di dunia terutama internet sangatlah berkembang pesat dan membantu kehidupan kita sekarang ini. Internet adalah salah satu jembatan yang mempermudah kita untuk mencari tahu tentang sebuah informasi apapun, kapanpun dan dimanapun. Sehingga semua informasi didapatkan dengan cara yang sangat mudah dan tanpa mengharuskan kita untuk meninggalkan rumah (chapuracha, 2017).

Dari data-data yang sudah dijelaskan pada latar belakang, muncul berbagai fenomena seperti masih lambatnya pertumbuhan pengguna bertransaksi online di Indonesia karena masih rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan online, adanya kesulitan masyarakat untuk menggunakannya, kurang mencari informasi dan kecenderungan akan kesulitan menggunakan teknologi tersebut. Sebagian besar masyarakat masih menganggap bertransaksi menggunakan ATM dan transaksi secara langsung lebih mudah dan aman.

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model unified theory of acceptance and use of technology 2 (UTAUT 2), dari penelitian sebelumnya belum ada penelitian menggunakan model metode UTAUT 2 untuk menganalisis minat pengguna *mobile payment* Jenius di Kota Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki atau mengembangkan metode UTAUT 2 dari

penelitian sebelumnya karena penelitian menggunakan model UTAUT 2 sampai saat ini masih belum sempurna.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan deskripsi yang sudah dijelaskan sebelumnya pada latar belakang dan perumusan masalah di atas, peneliti mengangkat beberapa pertanyaan yang akan menjadi dasar serta batasan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Pertanyaan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Apakah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *behaviour intention* ?
2. Apakah *effort expectancy*, dan *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *performance expectancy* ?
3. Apakah *behavioral intention*, dan *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap *adoption* ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menjawab permasalahan dari fenomena yang sudah ada. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, dan *trust* mempengaruhi *performance expectancy* ?.
2. Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy*, dan *trust* mempengaruhi *behaviour intention*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *behavioral intention*, dan *facilitating conditions* mempengaruhi *adoption*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat teoritis, dimana hasil penelitian ini akan ditunjukkan untuk mengetahui penjelasan mengenai variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating*

conditions, hedonic motivation, trust dan *behavioral intention* terhadap *mobile payment adoption*. Serta dapat memberikan manfaat pada hasil penelitian untuk digunakan dalam peninjauan teori, baik untuk pengetahuan maupun penelitian selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi pihak Bank Umum di Indonesia untuk menemukan alasan mengapa nasabah menggunakan *mobile payment* dan diharapkan dapat mengembangkan fasilitas layanan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mempunyai ruang lingkup yang berfokus pada pengguna *mobile payment* Jenius. Lokasi penelitian yang dilakukan berada di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan *sample* dari pengguna *mobile payment* dengan maksud untuk dapat melihat seberapa besar niat nasabah untuk mengadopsi *mobile payment* di kota Bandung.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi yang terdapat dalam skripsi ini, maka sistematika penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, dikemukakan mengenai latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian serta beberapa data di sajikan pada bab ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini dikemukakan landasan teori yang relevan dengan topic pembahasan yang di jadikan sebagai dalam landasan pembahasan dan analisis penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bagian ini dijelaskan mengenai pendekatan, metode, dan teknik, yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dijelaskan tentang analisis dan pengolahan data yang dilakukan, interpretasi serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian beserta rekomendasi bagi perusahaan maupun bagi penelitian lebih lanjut.