

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan Mobile Payment Dari Perspektif Retailer di Indonesia = Analysis of Factors that Influence the Intention to Use Mobile Payment from a Retailer's Perspective in Indonesia

Amira Luthfia Fitriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535301&lokasi=lokal>

Abstrak

Pertumbuhan internet di Indonesia memberikan perubahan terhadap bisnis ritel dalam menarik perhatian pelanggannya. Sebagian besar retailer melakukan ekspansi menjadi perusahaan multichannel, dimana pelanggan dapat mengunjungi retailer dari berbagai platform menggunakan smartphone untuk mencari informasi, melakukan pembelian dan pembayaran secara online. Pembayaran berbasis mobile dibutuhkan untuk mempermudah retailer dalam menjalankan bisnisnya secara online. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan mobile payment dari perspektif retailer. Target responden pada penelitian ini adalah penjual online yang pernah atau akan menggunakan aplikasi mobile payment sebagai alat transaksi pembayaran. Hasil pengumpulan data melalui kuesioner online selama dua bulan yaitu terkumpul sebanyak 671 responden. Data tersebut kemudian di analisis menggunakan metode CB-SEM dengan bantuan software AMOS 21.0. Hasil pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi niat penggunaan mobile payment dari perspektif retailer di Indonesia adalah government regulation, trust on platform, retailer engagement, brand value, network externalities, dan retailer satisfaction. Pada penelitian ini, trust on platform memengaruhi retailer satisfaction secara langsung dan memiliki nilai korelasi paling tinggi diantara variabel lainnya.The growth of the internet in Indonesia is making a difference to the retail business in attracting the attention of its customers. Most retailers are expanding into multichannel companies, where customers can visit retailers from various platforms using a smartphone to find information, make purchases and pay online. Mobile payment is needed to make it easier for retailers to run their business online. This research was conducted to find factors that influenced user intention to use mobile payment from a retailer's perspective in Indonesia. The target of the respondents in this study are online retailers that used or want to use mobile payment application as payment transactions method. From the results of data collection through an online questionnaire for two months, the author managed to collect 671 respondents. The data then analyzed with CB-SEM method using AMOS 21.0 software. The result of data processing shows that the factors influence intention to use mobile payment from the retailer's perspective are government regulation, trust on platform, retailer engagement, brand value, network externalities, dan retailer satisfaction. In this research, trust on platform directly affects retailer satisfaction and has the highest correlation value among other variables.