

Abstraksi

Seiring masyarakat hidup di era global dimana teknologi berkembang pesat, sistem pembayaran menjadi tren perubahan masyarakat menjadi sistem pembayaran noncash yang lebih aman dan efisien. Uang elektronik (e-money) sebagai alternatif sistem pembayaran tumbuh cepat dan mengikuti kesuksesan sistem pembayaran kartu. Terlebih lagi, indeks sistem pembayaran uang elektronik di Indonesia mencatat kenaikan yang paling ditandai dalam kurun waktu 2012 - 2016 dan trennya terus meningkat. LINE, aplikasi chat terbesar meluncurkan pembayaran elektronik di Indonesia yang berafiliasi dengan Mandiri semoga bisa sangat diadopsi dengan pengguna LINE di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk memotivasi pengguna LINE Pay untuk menggunakan LINE Pay dengan mengetahui alasan dan faktor yang mendorong untuk mengadopsi dan menghambat adopsi LINE Pay karena keberhasilan LINE Pay di negara lain. Model penelitian ini adalah dari (Bezovski, 2016) yang memperluas untuk Difusi Inovasi variabel asli.

Enam variabel adopsi uang elektronik yang diajukan dibahas dalam penelitian ini yang memiliki keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, biaya, risiko keamanan, dan kepercayaan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian korelasional. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 17 responden dari JABODETABEK dengan tiga orang minimum untuk masing-masing daerah. Metode triangulasi dipilih untuk reliabilitas dan validitas dalam penelitian ini.

Studi ini mendukung bahwa semua enam variabel yang diajukan berkontribusi terhadap penerapan penggunaan LINE Pay. Selain itu, variabel baru perlu ditambahkan ke model karena pertimbangan kedua tertinggi oleh orang yang diwawancarai yaitu promosi harga. Temuan menunjukkan bahwa semua variabel cenderung memberi kontribusi positif terhadap adopsi LINE Pay.

Dapat disimpulkan, LINE Pay menawarkan cara pembayaran baru yang sederhana namun sederhana untuk pembelian nilai kecil di tempat-tempat tertentu dan strategi promosi harga yang tepat ditawarkan kepada pengguna. Penerapan LINE Pay sebagian besar disumbangkan oleh pengaruh pengguna lain dan juga penerbit yang sangat terkenal, LINE dan Mandiri. Meski begitu, LINE Pay butuh kerja keras untuk mengurangi adopsi yang lambat.