ABSTRAK

Peningkatan penggunaan internet di Indonesia telah mendorong teknologi internet dimanfaatkan diberbagai bidang. Pemanfaatan *Financial Technology* (Fintech) menjadi harapan baru untuk meningkatkan inklusi keuangan negara dengan melakukan pendalaman layanan pada masyarakat yang berstatus *unbanked.* Namun, penggunaan internet yang semakin pesat tidak sebanding dengan penggunaannya dibidang transaksi keuangan, yaitu hanya 0,3% untuk membayar tagihan, dan 0,9% untuk melakukan transfer uang. Meskipun berkembang, penggunaan *mobile payment* di Indonesia masih relatif rendah. Hal ini dikarenakan masyarakat menganggap penggunaannya masih rumit. Kemunculan DANA sebagai penyelenggara *mobile payment* yang baru, harus menyiapkan strategi jitu agar mampu berkompetisi dengan kompetitornya. Walaupun meningkat, namun penggunaan DANA masih rendah, hal ini didukung oleh data bahwa pada kuartal ke-2 2019, DANA mengalami penurunan dari segi *download* aplikasi. Berdasarkan turunnya jumlah *download* DANA, maka perlu diteliti faktor yang mempengaruhi niat konsumen menggunakan DANA.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki *attitude* terhadap implementasi *mobile payment* serta mengetahui faktor yang mempengaruhi *attitude* tersebut. Selain itu juga menyelidiki bagaimana *attitude* berubah menjadi *intention* menggunakan *mobile payment.*

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk konklusif penelitian. Waktu penelitian dilakukan secara *cross-section* tanpa mengintervensi data. Faktor-faktor yang diteliti untuk mengetahui *intention* penggunaan *mobile payment* meliputi *Technology Acceptance Model* (TAM) yang terdiri dari faktor *perceived security, perceived compatibility, perceived usefulness, perceived ease of use,* dan *subjectives norm* serta *attitude toward usage.* selain itu juga terdapat penjelasan *customer intention.*

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *quota sampling.* Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form pada pengguna internet di Indonesia dengan jumlah sampel sebesar 400 responden. Sampel tersebut dibagi kedalam tiga wilayah di Indonesia, yaitu wilayah Indonesia Barat, wilayah Indonesia Tengah, dan wilayah Indonesia Timur. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) *Partial Least Square* (PLS).

Hasil dari penelitian ini adalah *perceived security, perceived compatibility, perceived usefulness, perceived ease of use* memiliki hubungan signifikan dan positif terhadap *atiitude toward* penggunaan *mobile payment* DANA. Sedangkan *subjectives norm* tidak memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap *attitude toward* penggunaan *mobile payment* DANA. Kemudian *attitude toward* memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap *customer intention* penggunaan *mobile payment* DANA.

Kata kunci: *mobile payment, TAM, attitude towards, customer intention*