

ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi, pemanfaatan layanan *mobile payment* semakin banyak digunakan. Layanan *mobile payment* memberikan kemudahan akses baik waktu dan tempat dalam penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor anteseden intensi penggunaan layanan *mobile payment* untuk pembayaran tagihan Gaskita dengan mempertimbangkan faktor keunggulan relatif, kompatibilitas layanan, risiko keamanan, biaya yang dipersepsikan, nilai yang dipersepsikan, norma sosial dan potret diri sosial. Data primer dikumpulkan dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *online* dan didapatkan 125 responden yang memenuhi kriteria. Analisis dilakukan menggunakan SmartPLS 3. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa keunggulan relatif tidak memiliki pengaruh signifikan pada nilai yang dipersepsikan. Kompatibilitas layanan memiliki pengaruh signifikan pada nilai yang dipersepsikan. Risiko keamanan dan biaya yang dipersepsikan tidak memiliki pengaruh signifikan pada nilai yang dipersepsikan. Nilai yang dipersepsikan dan norma sosial memiliki pengaruh yang signifikan pada intensi penggunaan. Norma sosial memiliki pengaruh signifikan pada potret diri sosial. Potret diri sosial tidak berpengaruh signifikan pada intensi penggunaan dan nilai yang dipersepsikan. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada penelitian di masa depan dalam kaitannya dengan adopsi layanan *mobile payment* yang semakin berkembang.

Kata kunci: *mobile payment*, keunggulan relatif, kompatibilitas layanan, risiko keamanan, biaya yang dipersepsikan, nilai yang dipersepsikan, norma sosial, potret diri sosial, intensi penggunaan.

ABSTRACT

As technology develops, the use of mobile payment services is increasingly used. Mobile payment services provide easy access both at the time and place of use. This study aims to analyze the antecedents of the intention to use mobile payment services for paying Gaskita bills by considering factors of relative advantage, service compatibility, security risk, perceived cost, perceived value, social norms and social self-image. Primary data was collected by distributing online questionnaires and obtained 125 respondents who met the criteria. The analysis was performed using SmartPLS 3. From the results of this study, it was found that relative advantage did not have a significant effect on perceived value. Service compatibility has a significant influence on perceived value. The perceived security risk and cost do not have a significant effect on the perceived value. Perceived value and social norms have a significant influence on the intention to use. Social norms have a significant influence on social self-image. Social self-image has no significant effect on intention to use and perceived value. This research is expected to contribute to future research in relation to the growing adoption of mobile payment services.

Keywords: mobile payment, relative advantage, service compatibility, security risk, perceived fee, perceived value, social norm, social self image, intention to use.