

## INTISARI

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia berkembang secara pesat, dilihat dari perkembangan penggunaan internet. Para perusahaan menerbitkan layanan pembayaran yang dapat memudahkan masyarakat salah satu bentuk yaitu layanan pembayaran bergerak Go-Pay. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi konsumen mengenai kepercayaan dalam pembayaran bergerak, nilai yang dipersepsikan, kepuasan, loyalitas konsumen pada niat penggunaan kembali pembayaran bergerak Go-Pay. Berdasarkan teori kepercayaan dalam transfer terhadap layanan pembayaran bergerak memberikan implikasi pada niat penggunaan kembali layanan pembayaran bergerak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan survei melalui daring dengan jumlah sampel sebesar 230 responden. Kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah responden yang sudah menggunakan layanan Go-Pay selama enam bulan sampai satu tahun terakhir, responden yang melakukan transfer atau transaksi dengan menggunakan layanan Go-Pay, responden pria dan wanita dengan umur 18 ke atas, dan responden yang berdomisili di Yogyakarta. Data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan alat analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat delapan hipotesis yang didukung dan menghasilkan pengaruh positif dan signifikan. Variabel independen terkuat mempengaruhi variabel dependen berdasarkan variabel loyalitas konsumen, nilai yang dipersepsikan, kepercayaan dalam pembayaran bergerak, kepuasan terhadap niat penggunaan kembali Go-Pay. Hasil pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen melalui variabel pemediasi kepuasan secara parsial, yang berarti ada pengaruh variabel independen kepercayaan dalam pembayaran bergerak secara langsung pada variabel dependen niat penggunaan kembali.

**Kata Kunci:** Kepercayaan Dalam Pembayaran Bergerak, Nilai Yang Dipersepsikan, Kepuasan, Loyalitas Konsumen, Niat Penggunaan Kembali, Go-Pay.

## ABSTRACT

The growth of information technology in Indonesia has growing very fast, can seen from the outgrowth of internet usage. The company issues mobile payment services that can facilitate people in one form namely is Go-Pay. The research is aimed to examine the influence of consumers' perception on mobile payment trust, perceived value, satisfaction, consumers' loyalty on reuse intention on Go-Pay's mobile payment. Based on the trust theory in transfer on mobile payment services, the research reveals an implication of reuse intention on mobile payment services. The research uses qualitative approach. The data gathering uses survey with total sample of 230 respondents. The respondents' criteria determined in the research are respondents who have used Go-Pay services within the last six months to one year, respondents who have done transfer or transaction using Go-Pay services, male and female respondents with age above 18 years old, and respondents who are staying in Yogyakarta. The research data is processed using simple and multiple linear regression analysis tools.

The research results reveal that eight hypotheses are supported and they give positive and significant impacts. The strongest individual variable affects dependent variables based on the variables of consumer's loyalty, perceived value, trust on mobile payment services, and satisfaction on reuse intention of Go-Pay. The research result has found that independent variables affect the dependent variables through mediator variable on partial satisfaction, which indicates direct impact of the trust independent variable on the reuse intention dependent variable.

**Keywords:** Trust on Mobile Payment, Perceived Value, Satisfaction, Consumers' Loyalty, Continuance Intention, Go-Pay.