

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang, perkembangan teknologi berkembang sangat pesat terutama teknologi informasi dan komunikasi membuat segala aktifitas manusia menjadi lebih mudah dan efisien baik dalam bidang ekonomi maupun sosial. *The National Digital Research Centre (NDRC)* menyatakan bahwa *financial technology* adalah suatu inovasi baru gabungan antara layanan keuangan dengan teknologi model.¹ Berkembangnya ilmu pengetahuan akan sistem teknologi berhasil mengubah pola hidup masyarakat moderen, sehingga teknologi berkembang sangat cepat dalam sistem pembayaran saat ini, kemajuan dalam sistem pembayaran secara perlahan mampu menggeser keberadaan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran, dari pembayaran tunai menjadi non tunai yang lebih efektif dan efisien. Dengan adanya perkembangan teknologi ini berbagai perusahaan dan lembaga keuangan berlomba-lomba ikut dalam inovasi-inovasi sistem pembayarannya, termasuk dalam pembayaran elektronik (*electronic payment*).

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology* (Fintech)

¹Hadi, F, “Penerapan *Financial Technology (FinTech)* sebagai Inovasi Pengembangan Keuangan Digital di Indonesia” dalam <http://temilnas16.forsebi.org/penerapan-financial-technology-fintech-sebagai-inovasi-pengembangan-keuangan-digital-di-indonesia/>, diakses tanggal 11 januari 2019.

dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk dibidang jasa sistem pembayar baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.² Industri *financial technology* (Fintech) merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini. Sistem pembayaran berbasis teknologi menjadi salah satu sektor dalam industri Fintech yang paling berkembang di Indonesia. Sektor inilah yang kemudian paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan.³ *Financial Technology* di Indonesia terdiri dari banyak jenis, diantaranya bergerak dalam bidang pembayaran contoh produknya seperti *mobile payment company*, *nitcoin*, *electronic money* dll, peminjaman contoh produknya seperti *temanusaha.com*, investasi ritel contoh produk seperti *IPOTFund*, perencanaan keuangan contoh produknya seperti *NgaturDuit.com*, remitansi, pembiayaan, hingga riset keuangan contoh produknya seperti *Infovesta.co*.⁴ Dampak peningkatan penggunaan APMK dan *E-money* dapat dilihat kepada dua sisi, pertama pengaruh terhadap penurunan permintaan uang dan yang kedua kepada peningkatan konsumsi dan investasi dimana kedua sisi tersebut akan

² Bank Indonesia, “PBI 18/40/PBI/2016 Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran” dalam http://www.bi.go.id/id/peraturan/sistempembayaran/Documents/PBI_184016.pdf, diakses 11 Januari 2019.

³ Sukma, D, “*Fintech Fest, Mempopulerkan Teknologi Finansial Di Indonesia*” dalam <https://arenalte.com/berita/industri/fintech-di-indonesia/>, diakses 22 Januari 2019.

⁴ Simulasikredit.com, “*Apakah financial technology (fintech) itu dan apa saja produknya?*” dalam <https://www.simulasikredit.com>, diakses Maret 2019.

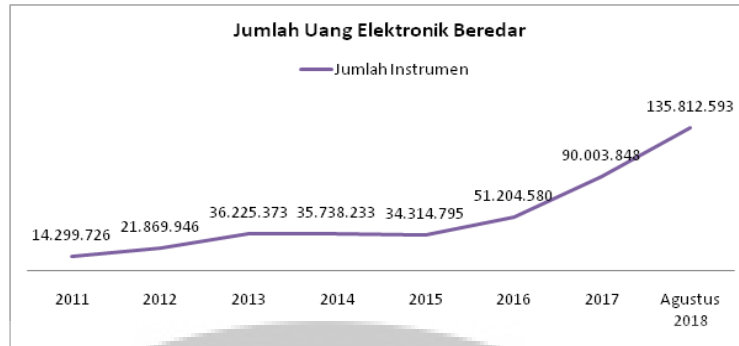
berdampak kepada peningkatan *output riil* nasional dan pertumbuhan ekonomi serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.⁵

E-money merupakan salah satu produk Fitech yang merupakan alat pembayaran di Indonesia. *E-Money* diatur dalam Fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah. *E-Money* memiliki dua jenis yaitu: *card-based product* dimana nilai elektronik disimpan dalam media *integrated circuit* (IC) yang tertanam dalam kartu dan *software-based product* (*server based* dan *app based*) dimana nilai elektronik disimpan dalam bentuk *software* yang terdapat pada *personal computer*.⁶ Produk *E-Money* yang telah dikeluarkan oleh penerbit yang disahkan oleh Bank Indonesia sebanyak 35 produk yang diantaranya adalah: Mandiri E-Money, Flazz BCA, T-Cash, Dana, OVO Cash, dan Go-Pay. Dengan populasi penduduk yang tinggi, pengguna *E-Money* masih relatif sedikit dibandingkan negara-negara di kawasan ASEAN.⁷ Akan tetapi, semenjak tahun 2015 Indonesia mengalami kenaikan jumlah uang elektronik yang beredar dan jumlah transaksi *E-Money*. Berikut data laporan jumlah uang elektronik yang beredar selama tahun 2011-2018.

⁵ Naufal, athaullah , “*Dampak Pembayaran Non tunai kepada Perekonomian*” dalam <https://g7naufalblog.wordpress.com/2017/06/29/dampak-pembayaran-non-tunai-kepada-perekonomian/>, diakses Maret 15 2019.

⁶Bank Indonesia, “*Kajian Operasional E-Money*” dalam <http://bi.go.id>. Diakses 12 januari 2019.

⁷Sebagaimana dikutip oleh Ahmad Ma’ruf dalam *Minat Pengguna Produk E-money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Analisi Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan KaliJaga, 2016, hlm. 2.



Gambar 1.1 Jumlah Peredaran Uang Elektronik di Indonesia⁸

Penggunaan uang elektronik setiap tahun mengalami peningkatan yang sangat signifikan terlihat dari tabel jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia, namun masih banyak masyarakat yang belum memahami cara kerja dan teknis penggunaannya, sebagian masyarakat beranggapan bahwa uang elektronik tidak berbeda dengan kartu debit dan atau kartu kredit yang harus melakukan otorisasi menggunakan PIN setiap melakukan transaksi. Selain itu masih banyak kekurangan yang dimiliki uang elektronik seperti pada kasus-kasus yang telah terjadi di Indonesia, kasus ini kebanyakan terjadi pada sistem keamanannya. Seperti kasus pada tahun 2016, Deliusno (2016) menjelaskan bahwa ada kasus akun Go-Jek yang di bobol dan saldo Go-Pay berkurang atau tidak tersisa sama sekali sehingga masyarakat masih ragu dengan sistem keamanan yang menjamin transaksinya, serta dalam sistem jaringan yang masih belum stabil, dan mereka lebih memilih untuk tetap menggunakan sistem pembayaran tunai.

Go-Pay merupakan salah satu produk yang dimiliki PT. GO-JEK Indonesia yang merupakan layanan dompet elektronik untuk mempermudah transaksi pembayaran secara *online* pada aplikasi Go-Jek dan *merchant-*

⁸Bank Indonesia dalam <http://www.bi.go.id>. Diakses 6 mei 2019.

merchant yang telah bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Dengan kata lain, Go-Jek merupakan perusahaan yang mendukung *financial technology* dengan menjadi salah satu pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran secara *mobile*.⁹

Dompet elektronik termasuk teknologi yang belum banyak digunakan meskipun pengguna telah cukup mengenal berbagai macam metode pembayaran elektronik. Namun pertumbuhan transaksi Go-Pay sangat tinggi sejak pertama kali diluncurkan. Namun, hanya sedikit sekali penelitian yang sudah membahas tingkat penerimaan Go-Pay oleh pengguna di Indonesia. Mengingat perbedaan layanan sejenis di tiap negara berbeda, maka penelitian dengan konteks menawarkan produk lokal di Indonesia dianggap penting.¹⁰

Menurut *survey* dari *website* laporan dailysocial.id, yang bekerja sama dengan jakpat *mobile survey platform* dan otoritas jasa keuangan, dari 1.419 pengguna *E-Money* saat ini diantaranya ada 61,76% pengguna perempuan dan 38,24% pengguna adalah laki-laki, dikuasai 43,72% berusia 20-25 tahun kemudian, laporan Fintech 2018 DailySocial menyebutkan, 79,4% dari 1.419 responden menggunakan Go-Pay. Sementara OVO dari PT Visionet Internasional (OVO) digunakan oleh 58,4% responden dan aplikasi pembayaran milik PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel), T-Cash mendapat 55,5% suara. Pada usia sekitar 20-25 rata-rata pengguna *E-Money* adalah di kalangan mahasiswa dll.¹¹

Tidak dipungkiri lagi bahwa sebagian mahasiswa di kota Bandung adalah

⁹Gojekindonesia dalam <https://www.go-jek.com> diakses 8 januari 2019.

¹⁰Priyono, A, "Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay", Jurnal Siasat Bisnis 21(1): 88–106.

¹¹Laporan DailySocial, "Fintech Report 2018" dalam <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2018>, diakses 23 maret 2019.

orang-orang yang melek akan perkembangan teknologi saat ini. Jenjang pendidikan tinggi menjadikan mahasiswa sebagai *agent of change* dituntut untuk melakukan hampir sebagian pekerjaannya menggunakan produk-produk teknologi yang sudah meluas di kalangan mahasiswa, termasuk dalam sistem pembayaran yang mereka gunakan.¹²

Minat individu dalam penggunaan uang elektronik khususnya Go-Pay mampu diukur menggunakan teori yang dapat mendeskripsikan tingkat penerimaan dan penggunaan terhadap suatu teknologi.¹³ Dalam penelitian ini teori penerimaan yang digunakan yaitu teori gabungan antara *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1986) dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Melalui teori gabungan TAM dan TPB, dapat dipahami bahwa reaksi dan persepsi pengguna terhadap teknologi dapat mempengaruhi sikap dalam penerimaan penggunaan teknologi. Teori gabungan antara TAM dan TPB digunakan karena pada model TAM pengaruh dari faktor sosial dan faktor kontrol dalam perilaku tidak dimasukkan. Padahal faktor-faktor tersebut sebenarnya sudah ditemukan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi.¹⁴

Pada TPB, minat (*behavioral intention*) seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma-norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. Menurut Jogiyanto TPB secara eksplisit mengenal kemungkinan bahwa banyak perilaku

¹² Sebagaimana dikutip oleh Ahmad Ma'ruf dalam *Minat Pengguna Produk E-money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Analisis Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016, hlm. 4.

¹³ Ahmad Ma'ruf, "*Minat Pengguna Produk...*", hlm. 5

¹⁴ Sebagaimana dikutip oleh Lisa Noor Ardhiani dalam *Analisis Faktor-faktor penerimaan Penggunaan Quiperschool.com dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB) di SMA 7 Yogyakarta*", Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, hlm 3.

tidak semuanya dibawah kontrol penuh sehingga konsep dan persepsi kontrol perilaku ditambahkan untuk menangani perilaku-perilaku semacam ini.¹⁵Selanjutnya, model TAM menambahkan dua konstruk tambahan ke dalam konstruk di atas, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap teknologi dalam hal ini produk E-Money (Go-Pay) ditentukan oleh dua konstruk tersebut.¹⁶

Mahasiswa sebagai kaum terpelajar memiliki sifat terbuka terhadap perkembangan teknologi. Sistem pembayaran non tunai banyak diminati oleh kalangan mahasiswa, berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan sebelum penelitian ini dilaksanakan menemukan bahwa alasan mahasiswa Fakultas Syariah angkatan 2015-2016 prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Bandung memakai sistem pembayaran non tunai Go-Pay adalah karena alasan lebih cepat dalam penyelesaian pembayaran, efisien, dan keuntungan berupa diskon yang didapat saat digunakan di *merchant-merchant* tertentu dan tidak semua faktor dari teori ini menjadi alasan utama mahasiswa menggunakan Go-Pay. Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji lebih lanjut apakah faktor-faktor yang terdapat dalam model TAM dan TPB masih menjadi alasan individu berminat untuk menggunakan produk *E-Money* atau sebaliknya. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Faktor Pengaruh Teori *Technology Acceptance Model* Dan *Theory of Planned Behavior*

¹⁵Davis dan Jogiyanto, P, “*Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi*”, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015, hlm. 63.

¹⁶Sebagaimana dikutip oleh Ahmad Ma’ruf dalam *Minat Pengguna Produk E-money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta (Analisi Faktor Pengaruh Berdasarkan Perspektif TAM dan TPB)*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan KaliJaga, 2016, hlm. 5.

Terhadap Minat Pengguna Produk *E-Money* (Go-Pay)” Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015-2016 Prodi Hukum Ekonomi Fakultas Syariah Syariah Universitas Islam Bandung”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, maka berikut merupakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh minat pengguna produk *E-Money* (Go-Pay) dikalangan mahasiswa Angkatan 2015-2016 Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung?
2. Bagaimana penerapan *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior*?
3. Bagaimana analisis penerapan faktor teori *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior* dalam meningkatkan minat pengguna produk *E-Money* (Go-Pay) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dan identifikasi masalah maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui bagaimana pengaruh minat pengguna produk *E-Money* (Go-Pay) dikalangan mahasiswa Angkatan 2015-2016 Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung
2. Memahami bagaimana penerapan teori *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior*
3. Untuk menganalisis bagaimana penerapan faktor teori *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior* dalam meningkatkan

minat pengguna produk *E-Money* (Go-Pay)

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teori

Sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan bagi penelitian, terutama mengenai penerapan teori TPB dan TAM, sekaligus sebagai tambahan referensi bagi peneliti berikutnya baik di lingkungan kampus ataupun profesional dalam pengembangan teori yang berhubungan dengan perilaku pengguna dan penerapan teknologi baru pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi perusahaan *E-Money* khususnya Go-Pay. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wacana dan memberikan gambaran tentang analisa perilaku konsumen dan kemudahan teknologi yang mendukung sehingga dapat meningkatkan minat keputusan pengguna Go-Pay di Bandung.

E. Tinjauan Pustaka

Tujuan dari melihat penelitian terdahulu adalah untuk menjadikan penelitian terdahulu sebagai pijakan untuk penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, dan untuk mengetahui bahwa penelitian yang dilakukan penulis berbeda dengan penelitian terdahulu. Berikut beberapa kajian dan pembahasan penelitian terdahulu:

Table 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metodologi	Hasil
1	Bayu Indraya, Kudang Boro Semina, dan Bagus Sartono (2016)	Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram Untuk Pembelian Online Menggunakan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dan <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) ¹⁷	Kuantitatif dengan menggunakan metode analisis SEM.	Norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan instagram untuk pembelian online, faktor kontrol perilaku, kegunaan dan sikap berpengaruh namun tidak signifikan.
2	Habsari Candraditya (2013)	Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro) ¹⁸	Analisis kualitatif dan analisis kuantitatif	Variabel kesesuaian harga merupakan variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terbesar terhadap variabel minat menggunakan, Variabel persepsi manfaat menghasilkan hasil regresi positif dan signifikan dengan nilai yang lebih kecil daripada variabel kesesuaian harga namun lebih besar dari variabel pengetahuan produk, dan Variabel pengetahuan produk memiliki hasil regresi positif terkecil dibandingkan kedua variabel lainnya.
3	Setyo Ferry Wibowo, Dede	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi	Penelitian Kuantitatif	variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk <i>e-money card</i>

¹⁷ Bayu Indraya, Kudang Boro Semina, dan Bagus Sartono, "Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram Untuk Pembelian Online Menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB)", Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen. Vol. 2 No. 2, Mei 2016

¹⁸ Habsari Candraditya, "Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)", Diponegoro Journal of Management Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013.

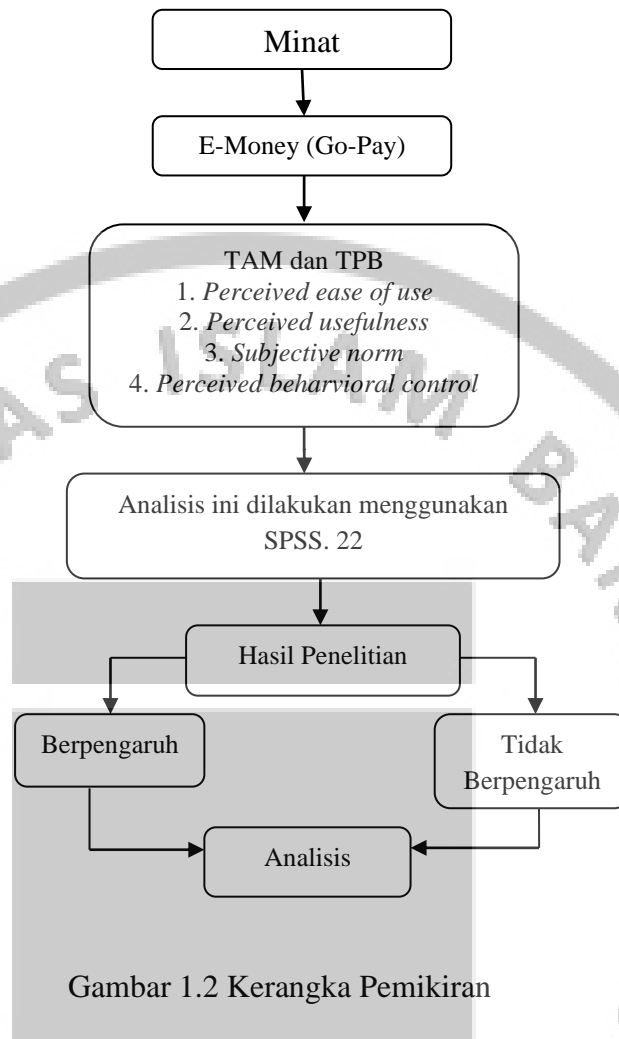
	Rosmauli, dan Usep Suhud (2015)	Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money Card</i> (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta) ¹⁹		secara signifikan, variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk <i>e-money card</i> secara signifikan, variabel fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk <i>e-money card</i> secara signifikan, dan variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk <i>e-money card</i> secara signifikan.
4	Cahaya Agung Purnama dan Ibnu Widiyanto (2012)	Studi Tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang. ²⁰	Analisis Kuantitatif	Daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat konsumen, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat konsumen, persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat konsumen, harga berpengaruh terhadap minat konsumen.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada studi kasusnya, penelitian yang dilakukan penulis lebih spesifik yaitu studi kasus pada perusahaan Go-Pay. Tempat penelitian ini dilakukan di Kalangan Mahasiswa angkatan 2015-2016 prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung, dan variabel independen berbeda dari peneliti terdahulu.

¹⁹Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card* (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)", Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 6, No. 1, 2015.

²⁰Cahaya Agung Purnama dan Ibnu Widiyanto, "Studi Tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang", Diponogoro Journal Of Management Volume 1, Nomor 2, Tahun 2012.

F. Kerangka Pemikiran



1. Minat

Menurut Davis et al, (1989) minat perilaku atau menggunakan didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.²¹ Komponen minat berisikan niat untuk melakukan perilaku tertentu.²² Pengukur minat untuk

²¹Jogiyanto, "Sistem Informasi Keperilakuan", Yogyakarta: Andi, 2007, hlm 116.

²²Agnes, Taurusia Yohana, "Pengaruh sikap, norma subyektif, dan persepsi control perilaku terhadap minat beli konsumen melalui online shopping", Yogyakarta: fakultas ekonomi universitas atma jaya, 2011, hlm.13

menggunakan Go-Pay ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang.²³

2. Dompet Elektronik Go-Pay

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 no 7 mendefinisikan bahwa *Electronic Wallet* yang selanjutnya disebut Dompet Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

Go-Pay merupakan layanan dompet elektronik untuk mempermudah transaksi pembayaran secara online pada aplikasi Go-Jek. Dengan kata lain, Go-Jek merupakan perusahaan yang mendukung *financial technology* dengan menjadi salah satu pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran secara *mobile*.²⁴

3. *Technology Acceptance Model* (TAM)

● *Technology Acceptance Model* (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi pertama kali diusulkan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw pada tahun 1989 merupakan salah satu model yang dikembangkan untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan suatu teknologi. TAM telah terbukti menjadi model teoritis

²³Jogiyanto, "Sistem Informasi Keperilakuan", Yogyakarta: Andi, 2007, hlm 77.

²⁴Go-jek Indonesia dalam <https://www.go-jek.com>, Diakses 24 april 2019.

dalam membantu untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi.²⁵

4. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Teori ini yang awalnya dinamai *Theory of Reasoned Action* (TRA), dikembangkan di tahun 1967, selanjutnya teori tersebut terus direvisi dan diperluas oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein. Mulai tahun 1980 teori tersebut digunakan untuk mempelajari perilaku manusia dan untuk mengembangkan intervensi-intervensi yang lebih mengena. Pada tahun 1988, hal lain ditambahkan pada model *reasoned action* yang sudah ada tersebut dan kemudian dinamai *Theory of Planned Behavior* (TPB), untuk mengatasi kekurangan yang ditemukan oleh Ajzen dan Fishbein melalui penelitian-penelitian mereka dengan menggunakan TRA.²⁶

G. Sitematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini secara garis besar dibagi dalam lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan beberapa hal pokok yang berhubungan dengan penulisan ini yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

BAB II TEORI TAM DAN TPB TERHADAP MINAT PENGGUNA PRODUK *E-MONEY* (GO-PAY)

²⁵Legris, P., Ingham, J., dan Collette, P, “*Why do people use information technology ? A critical review of the technology acceptance model.*” *Journal of Information & Management* 40: 191–204.

²⁶ Achmat, Zakarija, “*Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan?*” *Jurnal Universitas Sumatra Barat*, 2010. hlm. 6

Bab ini menjelaskan landasan teoritik terhadap masalah yang terkait dengan minat penggunaan produk e-money (go-pay) .

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi yang berhubungan dengan data dan metodologi yang berhubungan dengan analisis. Pada bab ini akan memaparkan populasi dan sampel penelitian, tehnik pengambilan sampel, tata cara penentuan jumlah sampel, metode pengumpulan data, operasional variabel penelitian, metode analisis, tehnik pengujian data dan hipotesis yang digunakan.

BAB IV ANALISIS PENGARUH FAKTOR TEORI TAM DAN TPB TERHADAP MINAT PENGGUNA PRODUK *E-MONEY* (GO-PAY)

Bab ini berisi tentang hasil pengumpulan data, deskripsi responden, analisis data menggunakan analisis deskriptif , uji asumsi klasik, uji f, uji determinasi, dan uji t.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.