

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zaman moderanisasi ini telah memberikan banyak kontribusi terutama terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan yang cukup pesat ini turut membawa perubahan terhadap aktivitas keseharian masyarakat, seperti terlihat dari masyarakat yang mampu dalam mengaplikasikan *handphone* atau telepon genggam yang tersambungkan dengan internet.

Pada tahun 2020 berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia hingga kuartal II naik menjadi 73,7% dari populasi atau dalam hal ini setara dengan 196,7 juta

pengguna. Hampir tembus 200 juta pengguna dari populasi RI yang 266,9 juta.¹

Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2019-2020



Sumber: (<https://arahkata.pikiran-rakyat.com> di akses pada 21 Desember 2021)

Karena teknologi yang semakin canggih hal tersebut turut membantu dalam mempermudah kegiatan keseharian masyarakat, salah satunya yaitu pada kemudahan bertransaksi. Pada umumnya masyarakat terbiasa melakukan transaksi secara offline dengan membawa uang tunai ataupun kartu kredit. Namun,

¹ APJII, “Buletin APPJII Edisi 74 Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020:Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI”, <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI74November2020.pdf>, 2020, Diakses pada 11 November 2021, pukul 13.00 WIB.

dengan kecanggihan teknologi sistem transaksi pembayaran menjadi lebih mudah yaitu dapat dilakukan dengan menggunakan *smartphone*. Maraknya penggunaan perangkat *smartphone* sejak tahun 2010 hal tersebut turut membantu dalam kemajuan layanan pembayaran *mobile* di Indonesia.² Dengan hadirnya layanan pembayaran nontunai ini, perlahan terjadinya pergeseran pola perilaku berbelanja masyarakat yang lebih gemar berbelanja secara online.

Hal ini dapat terlihat, berdasarkan laporan Pertemuan Tahunan Bank Indonesia 2021, transaksi e-commerce di Indonesia diperkirakan menyentuh Rp 403 triliun pada tahun 2021. Jumlah tersebut tumbuh sekitar 51,6% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 266 triliun.³ Sebanyak 68,7% konsumen merasa aman saat melakukan transaksi melalui internet. Hal ini sesuai

² Joshua Agusta, *Mobile payment in Indonesia: Race to Big Data Dominaton*, MDI Ventures, <https://www.mdi.vc>, diunduh pada 09 09 Februari 2022, h. 10.

³ Monavia Ayu Rizaty, “Transaksi E-commerce Indonesia Diproyeksikan Capai Rp 403 Triliun Pada 2021”, <https://databoks.katadata.co.id/>, diakses pada 09 Februari 2022, pukul 13.12 WIB.

dengan hasil perolehan survei yang dilakukan oleh pihak Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).⁴ Sehingga hadirnya layanan keuangan berbasis digital yang dapat diakses melalui *smartphone*, hal ini berbanding lurus dengan penerimaan masyarakat yang mulai gemar melakukan berbelanja serta transaksi secara online.

Menurut Pramono, et.al. sebagaimana dikutip oleh Bukhori menunjukkan bahwa, hadirnya gerakan pembayaran non tunai, hal ini tentu memberikan manfaat terhadap peningkatan efisiensi serta produktifitas keuangan yang memungkinkan dapat mendorongnya peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi sebagaimana diindikasikan oleh peningkatan *velocity of money*.⁵ Dengan hadirnya layanan pembayaran seluler atau online hal ini tidak hanya disebabkan oleh terjadinya inovasi teknologi melainkan juga untuk

⁴ APJII, *Buletin APPJII* Edisi 74 Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020:Ada Kenaikan 25,5 Juta Pengguna Internet Baru di RI”

⁵ Imam Bukhori, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Dampak Adopsi *Mobile payment* Di Kalangan Merchant”, Tesis, (Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2018), <https://dspace.uii.ac.id>, diunduh pada 11 November 2021, h. 1.

memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan hadirnya sistem pembayaran yang terbilang mudah. Hadirnya layanan pembayaran *mobile* hal ini juga dibuat untuk memberikan kemudahan akses bagi masyarakat yang tidak mempunyai rekening bank. Salah satu bentuk perkembangan teknologi pembayaran yang dapat diakses melalui *handphone* atau *smartphone* yaitu *mobile payment*.

Menurut Dahlberg et.al sebagaimana dikutip oleh Nugroho, Winarno dan Hartono bahwa, *Mobile payment* yaitu sebagai pembayaran untuk barang, jasa dan tagihan menggunakan perangkat *mobile* melalui teknologi jaringan komunikasi nirkabel dan teknologi komunikasi lainnya.⁶

Pertumbuhan *mobile payment* ditopang oleh perkembangan sistem pembayaran baik di sektor perbankan maupun perkembangan industri

⁶ Priyatmoko Nugroho, Wing Wahyu Winarno & Rudy Hartanto, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan *Mobile payment* Dengan Pendekatan *Extended The Unified Theory of acceptance and Use of Technology*", Departemen Teknik Elektro dan Teknologi Informasi, 27 Juli 2017, <http://citee.ft.ugm.ac.id>, diunduh pada 12 November 2021.

telekomunikasi, serta penyedia perangkat lunak lainnya.⁷ Berdasarkan riset yang dilakukan MDI Ventures dan Mandiri Sekuritas, menyatakan bahwa volume transaksi *mobile payment* di Indonesia mencapai sebesar USD 16,4 miliar pada tahun 2019. Angka tersebut setara dengan 2% *gross domestic bruto* (GDP) Indonesia yang sebesar 888,6 miliar. Potensi pasar akan terus mengalami kenaikan menjadi USD 30 miliar pada tahun 2020.⁸

Pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan layanan *mobile payment* pengguna akan mendapatkan berbagai keuntungan salah satunya adalah berbagai promo seperti *discount* dan *cashback* yang diberikan oleh penyedia layanan, serta memberikan kemudahan dan kenyamanan didalam bertransaksi. Menurut Gosal dan Linawati sebagaimana dikutip oleh Rachmawati bahwa, pembayaran yang dilakukan menggunakan perangkat

⁷ Untoro, R.Ari Trenggana dan Komala Dewi, “Pemetaan Produk Dan Risiko Pembayaran Bergerak (*Mobile payment*) Dalam Sistem Pembayaran Di Indonesia” Working Paper Bank Indonesia (2013), <http://publication-bi.org>, diunduh pada 13 November 2021.

⁸ “*Mobile payments In Indonesia*”, <https://www.mdi.vc>, diakses pada 09 Februari 2022, pukul 14.03.

digital menjadi jauh lebih mudah digunakan serta lebih efisien dalam menyelesaikan transaksi dibandingkan dengan pembayaran yang dilakukan menggunakan uang tunai. Hal ini dikarenakan dengan membawa uang tunai dalam jumlah yang cukup besar akan membuat seseorang kerepotan dan juga kemungkinan menimbulkan resiko terjadinya tindakan pencurian⁹

Shopeepay merupakan sebuah fitur layanan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran online di aplikasi Shopee, serta didalamnya termuat fitur Shopeepay yang dapat mendukung transaksi pembayaran secara *mobile* dengan melakukan pembayara menggunakan scan kode QR di toko, website ataupun aplikasi Merchant favorit.¹⁰

Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018 beberapa

⁹ Anisah Rachmawati, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan *Mobile payment* Dalam Bertransaksi”, Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2019), <https://dspace.uii.ac.id>, diunduh pada 11 November 2021, h. 1.

¹⁰ “Shopeepay”, <https://shopeepay.co.id/>, diakses pada 07 Januari 2022, pukul 9.43 WIB.

merupakan pengguna layanan *mobile payment* Shopeepay. Kecanggihan teknologi ini bisa dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk membatu mempermudah aktivitas kesehariannya salah satunya adalah berbelanja ataupun untuk berbagai transaksi pembayaran secara online atau nontunai lainnya, hal ini sudah menjadi kebutuhan bagi mahasiswa. Namun masih belum diketahui secara pasti seberapa intens mahasiswa tersebut menggunakan *mobile payment* Shopeepay sebagai media pembayaran dalam membantu kesehariannya, apakah lebih sering menggunakannya atau bahkan hanya saat tertentu mahasiswa baru akan menggunakan *mobile payment* Shopeepay.

Hadirnya *mobile payment* Shopeepay memberikan kemudahan mahasiswa dalam melakukan transaksi pembayaran. Namun pada kenyataannya tidak sepenuhnya mahasiswa dapat menggunakan *mobile payment* Shopeepay sebagai alat pembayaran. Seperti ungkapan beberapa mahasiswa yang menyatakan bahwa alasannya

ia tidak menggunakan layanan *mobile payment* ShopeePay dikarenakan masih belum terbiasanya menggunakan *mobile payment* ShopeePay sebagai media transaksi, dan lebih memilih transaksi secara offline dengan membawa uang tunai saat melakukan pembayaran dan transaksi. Pembayaran secara *offline* lebih sering dilakukan dibandingkan dengan menggunakan *mobile payment* ShopeePay. Ditemukan juga ungkapan mahasiswa bahwa, penggunaan *mobile payment* ShopeePay terbilang lebih merepotkan karena diharuskan melakukan top-up saldo agar dapat melakukan transaksi.¹¹ Sehingga terlihat beberapa mahasiswa yang masih belum mengetahui kemudahan dan manfaat dari penggunaan *mobile payment* ShopeePay.

Bagi mahasiswa yang menggunakan layanan *mobile payment* ShopeePay mengungkapkan bahwa transaksi jauh lebih mudah, tidak membutuhkan waktu

¹¹ Dalilah Nurul Hija, Yakfiana, dan Karomah, Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah, Wawancara oleh Inka Oktina, 14 November 2021.

lama dan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, serta diuntungkan dengan berbagai promo yang disediakan.¹² Namun, pengisian saldo yang dilakukan menjadi salah satu alasan mahasiswa masih kurang intensif atau intensitas penggunaan *mobile payment* Shopeepay masih belum tinggi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya penerimaan penggunaan sistem teknologi dapat dilihat oleh beberapa faktor salah satunya adalah *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi kegunaan). Dimana faktor-faktor konstruk terdapat dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori penerimaan *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang dikembangkan oleh Davis. terdapat dua konstruk utama dalam penerimaan teknologi yaitu, *perceived usefulness* dan *perceived Ease of Use*. *Perceived ease of use* mengacu pada sejauh mana

¹² Suhena Sabilah, Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah, Wawancara oleh Inka Oktina, 14 November 2021.

seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan akan bebas dari usaha. Sedangkan *perceived usefulness* mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kemampuan kinerja pekerjaan.¹³

Kegunaan *mobile payment* shopeepay dapat dirasakan oleh mahasiswa dipicu oleh *perceived usefulness*. Mahasiswa yang merasakan bahwa suatu sistem berguna, maka tingkat penggunaannya akan lebih tinggi.¹⁴ Sehingga dalam hal ini, ketika mahasiswa memandang bahwa sistem layanan *mobile payment* memiliki kegunaan dalam sistem pembayarannya menjadi lebih mudah maka mahasiswa akan menggunakannya.

Perceived ease of use yakni mengenai taraf kepercayaan yang dirasakan oleh mahasiswa terhadap

¹³ Fred D.Davis, dkk, "User Acceptance of Computer Technology: a Comparison of Two Theoretical Models", *Management Science*, Vol. 35, Nol. 8 (1989) School of Business Administration Universitas of Michigan, h. 985.

¹⁴ Yusliza Mohd.Yusoff, dkk, "Individual Differences, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness in the E-Library Usage", dalam *Jurnal Computer and Information Science*, Vol. 2, No. 1, February 2009, www.ccsenet.org/journal.html, diakses pada 17 Januari 2022, pukul 14.24 WIB.

sistem teknologi yang digunakan jauh lebih mudah dalam penerapannya hal ini mendorong mahasiswa untuk senantiasa menggunakan sistem pembayaran tersebut dalam mendukung aktivitasnya sehari-hari. Mahasiswa akan cenderung lebih rutin menggunakan dikarenakan dapat diakses dengan mudah.¹⁵ Semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap sistem teknologi semakin mudah digunakan, maka semakin meningkat pula mahasiswa dalam penggunaan sistem teknologi.¹⁶ Dengan kata lain ketika mahasiswa percaya dengan menggunakan *mobile payment* transaksi jauh lebih mudah dan juga terbebas dari usaha, maka akan mempengaruhi penggunaan *mobile payment* secara terus-menerus atau lebih sering digunakan.

¹⁵ Gusni, Ratih Hurriyati, & Puspo Dewi Dirgantari, “Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Attitude* dan *Actual Usage Go-Pay*”, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 8, No. 1, (2020), <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk>, diunduh pada 16 Januari 2022, h. 29.

¹⁶ Alfath Prima Citra & Agung Kuswantoro, “Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Sistem Teknologi Manajemen Administrasi Desa/SMART”, *EEAJ* 9 (2) (2020), <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>, diunduh pada 16 Januari 2022, h. 363.

Menurut Fishbein dan Ajzen sebagaimana dikutip oleh Davis, Penggunaan merupakan sebuah perilaku multi-tindakan yang dilakukan berulang-ulang,¹⁷ yang diukur melalui jumlah waktu dan frekuensi penggunaan. Sehingga dengan ini apabila mahasiswa lebih sering menggunakan *mobile payment* Shopeepay dibandingkan dengan melakukan transaksi pembayaran dengan uang tunai, dengan hal ini dapat dikatakan bahwa mahasiswa sudah mengetahui layanan *mobile payment* dengan baik.

Sistem teknologi yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem teknologi tersebut lebih mudah dikenal, lebih mudah dioperasikan serta lebih mudah digunakan oleh penggunanya.¹⁸ Maka diharapkan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* menjadi dorongan bagi mahasiswa untuk menggunakan *mobile*

¹⁷ Fred D.Davis, "A Tecknology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems", Thesis, (Wayne State University, 1985), h. 26.

¹⁸ Siti Tutik Muntianah, Endang Siti Astuti dan Devi Farah Azizah, "Pengaruh Minat Perilaku Terhadap *Actual Use* Teknologi Informasi Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus Pada Kegiatan Belajar Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)", dalam *Jurnal Profit*, Vol. 6, No. 1 (2012), <https://profit.ub.ac.id>, diunduh pada 12 Januari 2022, h. 93.

payment ShopeePay dan menjadikan mahasiswa untuk lebih sering menggunakannya.

Beraskan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP PENGGUNAAN *MOBILE PAYMENT SHOPEEPAY* (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah 2018)**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dengan ini dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Beberapa mahasiswa masih terbiasa transaksi secara offline dibandingkan menggunakan *mobile payment* ShopeePay sebagai media transaksi.
2. Masih terdapat beberapa mahasiswa yang belum merasakan manfaat dari menggunakan *mobile payment* ShopeePay yang dapat memberikan kemudahan serta berguna bagi mahasiswa.

3. Beberapa mahasiswa yang menggunakan *mobile payment* ShopeePay penggunaannya masih terbilang belum intensif atau tingkat penggunaannya masih belum tinggi atau sering.
4. *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* menjadi dorongan seorang individu (mahasiswa) untuk menggunakan *mobile payment* ShopeePay atau tidak.
5. *Perceived ease of use* dan *Perceived usefulness* menjadi peran penting dalam menentukan apakah pengguna (mahasiswa) akan semakin sering menggunakan *mobile payment* ShopeePay atau tidak.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan diatas maka masalah-masalah akan dibatasi mengingat karena adanya keterbatasan penulis baik dari segi waktu, kemampuan, tenaga serta juga biaya. Dalam setiap penelitian diperlukannya batasan masalah agar masalah yang dibatasi tidak terlalu luas. Maka dengan demikian penelitian ini memberi batas seperti pada

variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan penggunaan *Mobile Payment Shopeepay (actual usage)*.

Penelitian ini hanya akan dilakukan terhadap mahasiswa yang menggunakan *mobile payment* terkhususnya bagi pengguna layanan e-wallet shoppeepay. Subyek dalam penelitian ini yaitu kepada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2018.

D. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian yaitu hanya mengenai pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap penggunaan *Mobile payment Shoppeepay*

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dengan hal ini pokok permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara *perceived ease of use* terhadap penggunaan *mobile payment* shopeepay?
2. Apakah ada pengaruh signifikan antara *perceived usefulness* terhadap penggunaan *mobile payment* shopeepay?
3. Apakah ada pengaruh signifikan secara bersama-sama antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap penggunaan *mobile payment* shopeepay?

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap penggunaan *mobile payment* shopeepay.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap penggunaan *mobile payment* shopeepay.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap penggunaan *mobile payment* shopeepay

G. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca, serta menjadi sumber inspirasi dan menambah bahan rujukan referensi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai *Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness* terhadap penggunaan *Mobile payment* maupun hal apapun yang memiliki keterkaitan mengenai perkembangan media transaksi.

b. Manfaat Penulis

Hasil penelitian yang telah dilakukan, manfaat bagi peneliti sendiri dapat diharapkan menjadi sarana belajar serta pengetahuan penulis mengenai perkembangan teknologi digital yang semakin terus menunjukkan keberadaannya serta khususnya menambah pengetahuan mengenai pengaruh *perceived*

ease of use dan *perceived usefulness* terhadap penggunaan *mobile payment* sebagai media transaksi.

H. Kerangka Pemikiran

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap penggunaan teknologi *mobile payment* Shopeepay. Menurut Davis *perceived ease of use* merupakan “Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari usaha”.¹⁹ Dengan kata lain bahwa *perceived ease of use* suatu kemudahan akan mengurangi usaha seseorang dalam mempelajari sebuah sistem.²⁰ Sedangkan *perceived usefulness* menurut Davis merupakan “Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan”.²¹

¹⁹ Fred D.Davis, “A Tecknology Acceptance, ...”, h. 82

²⁰ Debby Cynthia Kumala, Joshua Wilson Pranata dan Sienny Thio, “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Dan Security* Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya”, dalam *Jurnal Manajemen Penelitian* Vol. 6, No. 1 (2020), <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>, diunduh pada 22 November 2021, h. 22.

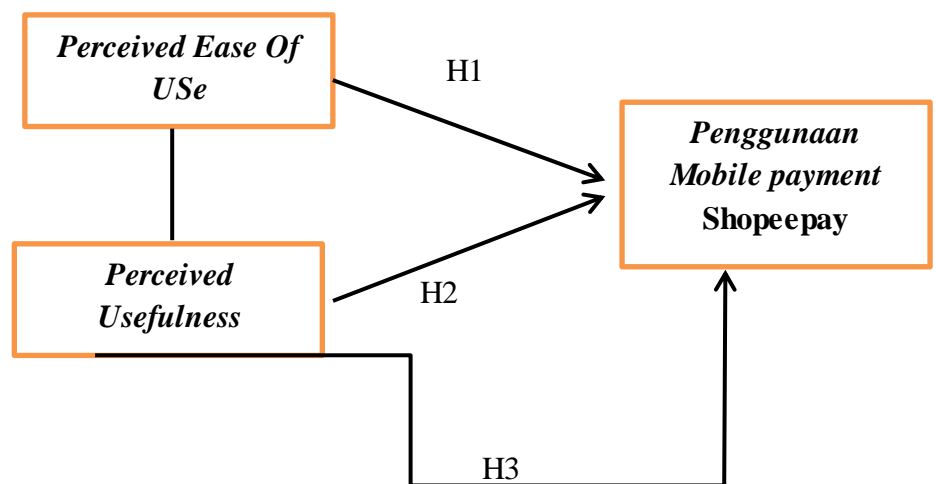
²¹ Fred D.Davis, “A Tecknology Acceptance ...”, h. 82

Definisi Penggunaan merujuk pada *actual usage*, dimana penggunaan merupakan perilaku multi-tindakan yang berulang-ulang.²²

Ketika seorang pengguna (mahasiswa) *mobile payment* ShopeePay merasakan transaksi yang dilakukan jauh lebih mudah, merasakan kegunaan, serta pula dapat dipahami. Hal ini menjadikan sebuah dorongan kepada setiap individu (mahasiswa) yang menggunakan teknologi *mobile payment* ShopeePay menjadi lebih sering melakukan transaksi menggunakan *mobile payment* ShopeePay. Sehingga dengan hal ini semakin besar *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* yang dirasakan oleh para pengguna, maka para pengguna akan semakin sering menggunakan *mobile payment* ShopeePay sebagai media transaksi atau disaat melakukan transaksi. Bila *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* merupakan faktor yang mempengaruhi orang lain, maka pengaruh tersebut akan mendorong keinginan seseorang

²² Fred D.Davis, "A Tecknology Acceptance,...", h. 26

untuk menggunakan atau bahkan terus menggunakan *mobile payment* ShopeePay. Maka dengan hal ini kerangka pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:



I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan bertujuan untuk mengetahui gambaran secara umum dari penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan yang dijadikan sebagai acuan dalam proses awal penelitian, yang didalamnya menguraikan latar belakang

masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisikan penjelasan landasan teori-teori sebagai hasil dari kajian pustaka yang menjelaskan tentang *perceived ease*, *perceives usefulness*, dan penggunaan *mobile payment shopeepay (actual usage)*, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu yang relevan, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang didasarkan serta dikembangkan berdasarkan pokok permasalahan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Dimana, bab ini menguraikan secara rinci mengenai

tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan disertai pembahasan berdasarkan hasil pengujian yang dianalisis.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian berdasarkan analisis yang telah diolah serta dibahas pada pembahasan sebelumnya dan saran yang dibuat untuk dapat sebagai pertimbangan penelitian selanjutnya yang bahasan topik yang sama dimasa mendatang.