

Peran Pembayaran Mobile Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengguna Dengan Mediasi Kemudahan Transaksi Dan Moderasi Prefensi Konsumen Terhadap Teknologi

Intan Pratiwi¹, Lovina Dian Maharani Putri², Ela Nurlaela³

^{1,2,3} Universitas Pelita Bangsa

Email: intanpratiwikuliah@gmail.com

Diterima : 07-12-2024

Direvisi: 26 -01-2025

Disetujui: 27-01-2025

Diterbitkan: 29-01-2025

Abstract

This study aims to explore the role of mobile payments in enhancing user satisfaction, considering transaction ease as a mediating variable and consumer preference for technology as a moderating variable. The case study was conducted on students of Universitas Pelita Bangsa (UPB). The research methodology employed a quantitative approach, collecting data through questionnaires distributed to the students. The analysis results indicate that mobile payments have a significantly positive impact on user satisfaction. Transaction ease is proven to act as a mediator that strengthens the relationship between mobile payment usage and user satisfaction. Additionally, consumer preference for technology moderates this relationship, where a high preference for technology amplifies the positive effect of mobile payments on user satisfaction. These findings provide practical implications for payment technology developers and educational institutions in increasing adoption and user satisfaction by enhancing transaction ease and aligning with consumer technology preferences.

Keywords : mobile payment, user satisfaction, transaction ease, technology preference, UPB students.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran pembayaran mobile dalam meningkatkan kepuasan pengguna, dengan mempertimbangkan kemudahan transaksi sebagai variabel mediasi dan preferensi konsumen terhadap teknologi sebagai variabel moderasi. Studi kasus ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa (UPB). Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa pembayaran mobile memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kemudahan transaksi terbukti berperan sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara penggunaan pembayaran mobile dan kepuasan pengguna. Selain itu, preferensi konsumen terhadap teknologi memoderasi hubungan tersebut, dimana preferensi yang tinggi terhadap teknologi memperkuat efek positif dari pembayaran mobile terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengembang teknologi pembayaran dan institusi pendidikan dalam meningkatkan adopsi dan kepuasan pengguna melalui peningkatan kemudahan transaksi dan penyesuaian terhadap preferensi teknologi konsumen.

Kata kunci: pembayaran mobile, kepuasan pengguna, kemudahan transaksi, preferensi teknologi, mahasiswa UPB

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang begitu cepat mempengaruhi peluang bisnis dan juga kegiatan individu maupun perusahaan. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi yang dimaksud adalah perkembangan alat pembayaran yang disebut uang elektronik dimana pembayaran tersebut dilakukan dengan sistem digital. Secara sederhana, uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaan pembayaran tanpa uang tunai juga dianggap lebih efisien dan berperan sebagai alat pembayaran yang dapat menggantikan peran uang tunai.

Teknologi hal yang sangat penting untuk menunjang kegiatan individu. Teknologi dipercaya memudahkan individu untuk melakukan sesuatu, semakin berkembangnya teknologi semakin banyak pula inovasi yang berkembang dari teknologi tersebut. Teknologi juga sudah berkembang di berbagai bidang, meliputi bidang sosial, bidang ekonomi, dan bidang yang lainnya. Dalam bidang ekonomi, teknologi sudah berkembang (Dahlberg et al., 2008) pesat dan memiliki berbagai inovasi. Perkembangan teknologi dalam bidang ekonomi misalnya dengan adanya uang elektronik atau elektronik money. Uang elektronik (elektronic money) atau emoney adalah uang yang digunakan dengan cara elektronik dalam transaksi internet (Karanadi et al., 2018). E-money mempunyai tujuan yaitu agar mampu mengurangi penggunaan uang tunai (Parasiti et al., 2015). E-money merupakan alat untuk menyimpan uang dan sebagai alat transaksi yang menggunakan metode cashless dan mobile payment (Suryani et al., 2020). Teknologi keuangan layanan keuangan teknologi baru yang dimana dalam menggunakan layanan keuangan tersebut, konsumen dapat mengakses dengan mudah di perangkat seluler mereka (Ramadan & Aita, 2018).

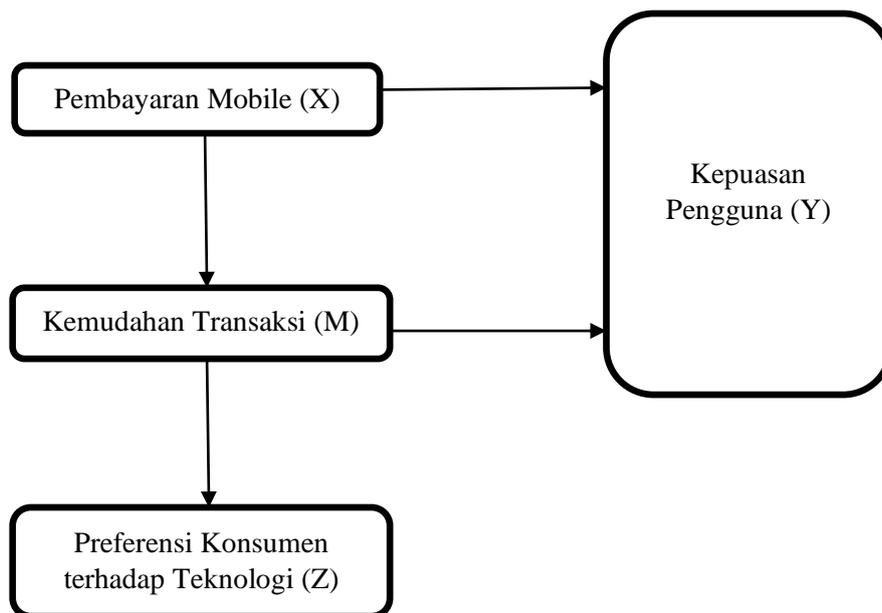
Penggunaan Financial Technology (Fintech) di Indonesia setiap tahun semakin meningkat. Hal ini menciptakan kecenderungan untuk seseorang bertransaksi tidak lagi menggunakan metode pembayaran tunai, namun cenderung bertransaksi secara non-tunai. Metode pembayaran non – tunai antara lain seperti adanya kartu debit, e-money, pembayaran online, maupun kredit online akhirnya menjadi beberapa pilihan. Menurut pada peraturan Bank Indonesia N0.18/40/PBI/2016 yang berlaku tentang Penyelenggaraan, Pemrosesan Transaksi Pembayaran, menimbang bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi melahirkan berbagai macam inovasi, khususnya yang berkaitan dengan Financial Technology (Fintech) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran, fintech akan menghadirkan proses transaksi yang lebih praktis serta modern (Munifa, 2019). E-money mempunyai tujuan yaitu agar mampu mengurangi penggunaan uang tunai (Pasaribu, 2023). E-money merupakan alat untuk menyimpan uang dan sebagai alat transaksi yang menggunakan metode cashless dan mobile payment (Reynold et al., 2022). Mobile Payment sudah menggunakan perangkat seluler seperti laptop, tablet, dan ponsel (Syawali et al., 2023).

Penelitian ini timbul dari semakin pesatnya perkembangan teknologi pembayaran mobile yang telah mengubah cara masyarakat bertransaksi. Melalui berbagai fitur yang dirancang untuk mempermudah transaksi, pembayaran mobile diharapkan tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengguna. Namun, tidak semua konsumen merasakan manfaat yang sama dari penggunaan

teknologi ini, karena perbedaan preferensi terhadap teknologi dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap kemudahan dan kepuasan. Hal inilah yang menarik perhatian peneliti untuk menggali lebih dalam tentang peran pembayaran mobile dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengeksplorasi peran pembayaran mobile dalam meningkatkan kepuasan pengguna, dengan kemudahan transaksi sebagai variabel mediasi dan preferensi konsumen terhadap teknologi sebagai variabel moderasi. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang objektif melalui data numerik dan metode statistik. Populasi penelitian adalah mahasiswa Universitas Pelita Bangsa (UPB). Teknik convenience sampling digunakan untuk mengumpulkan sampel, dimana kuesioner disebarkan kepada mahasiswa yang bersedia dan mudah dijangkau oleh peneliti. Jumlah sampel ditentukan untuk memastikan hasil yang valid dan reliabel, dengan mempertimbangkan ukuran populasi dan tujuan penelitian. Dengan metodologi ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai bagaimana pembayaran mobile dapat meningkatkan kepuasan pengguna di kalangan mahasiswa UPB, serta peran kemudahan transaksi dan preferensi teknologi dalam mempengaruhi hubungan tersebut.



Gambar 1. Model Penelitian

Hasil Dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Outer Loading	Keterangan Status Valid
M			
	M.2	0,813	Valid
	M.3	0,719	Valid
	M.4	0,756	Valid
X			
	X.1	0,709	Valid
	X.2	0,783	Valid
	X.3	0,759	Valid
Y			
	Y.1	0,791	Valid
	Y.2	0,857	Valid
	Y.3	0,779	Valid
Z			
	Z.1	0,682	Valid
	Z.2	0,792	Valid
	Z.3	0,772	Valid
	Z.4	0,793	Valid

Pengujian reabilitas memberikan hasil bahwa 4 variabel yang digunakan telah diuji dinyatakan valid dan reliabel dan konsisten karena cronbach's alpha diatas $> 0,60$

Table 2. Karakteristik individual responden

Karakteristik Responden	Orang	Proporsi
Jenis Kelamin		
Laki-laki	30	0.375%
Perempuan	50	0.625%
Jumlah	80	100%
Usia		
<20	6	7,50%
20-30	64	80,00%
30-40	10	12,50%
Jumlah	80	100%
Pendidikan Terakhir		
SMA/SMK	61	76,25%
D3	6	7,50%
S1	13	16,25%
Jumlah	80	100%
Lama Bekerja		
<1 tahun	10	13%
1-3 tahun	36	45%
4-6 tahun	25	31%
>6 tahun	9	11%
Jumlah	80	100%

Pembahasan

Peran pembayaran mobile dalam meningkatkan kepuasan pengguna telah menjadi fokus penelitian yang menarik seiring dengan meningkatnya penetrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu faktor utama yang memengaruhi hal ini adalah kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh pembayaran mobile. Kemudahan transaksi tidak hanya melibatkan kecepatan dan kepraktisan dalam menyelesaikan pembayaran tetapi juga mencakup aspek keamanan, fleksibilitas, dan antarmuka pengguna yang intuitif (Kahfi, 2023). Misalnya, kemudahan dalam proses autentikasi yang cepat, pilihan metode pembayaran yang beragam, serta integrasi dengan platform digital lainnya seperti e-commerce dan layanan keuangan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna. Faktor ini memediasi hubungan antara penggunaan pembayaran mobile dengan kepuasan pengguna karena semakin mudah transaksi dilakukan, semakin tinggi pula kemungkinan pengguna merasa puas dengan layanan tersebut.

Selain kemudahan transaksi, preferensi konsumen terhadap teknologi menjadi faktor moderasi yang signifikan. Konsumen yang memiliki tingkat preferensi tinggi terhadap adopsi teknologi cenderung lebih menerima dan merasa nyaman menggunakan layanan pembayaran mobile. Sebaliknya, pengguna dengan preferensi rendah mungkin merasa enggan atau memiliki tingkat kepercayaan yang lebih rendah terhadap teknologi tersebut. Preferensi ini sering kali dipengaruhi oleh faktor demografis, seperti usia, pendidikan, dan pengalaman teknologi sebelumnya, serta psikografis, seperti kebutuhan akan efisiensi dan minat terhadap inovasi. Dengan kata lain, preferensi konsumen dapat memperkuat atau melemahkan efek kemudahan transaksi terhadap kepuasan pengguna. Dalam konteks mediasi kemudahan

transaksi dan moderasi preferensi konsumen terhadap teknologi, ada beberapa temuan menarik yang dapat dijelaskan.

Pertama, pembayaran mobile memungkinkan proses transaksi yang jauh lebih efisien dibandingkan metode konvensional seperti uang tunai atau kartu kredit. Hal ini sangat dirasakan pada situasi di mana kecepatan menjadi prioritas, seperti di area urban dengan mobilitas tinggi. Kemudahan dalam mengakses fitur pembayaran melalui aplikasi mobile menciptakan kepuasan instan, yang akhirnya berdampak positif pada persepsi konsumen terhadap penyedia layanan. Di sisi lain, preferensi konsumen terhadap teknologi menciptakan diferensiasi dalam tingkat kepuasan yang dirasakan. Konsumen yang teknologi-savvy cenderung memberikan ulasan yang lebih positif dan loyalitas yang lebih tinggi, sementara mereka yang kurang familier dengan teknologi dapat menghadapi hambatan dalam mengoptimalkan penggunaan layanan ini. Kepuasan pengguna juga dipengaruhi oleh faktor ekosistem layanan pembayaran mobile itu sendiri.

Ekosistem yang kuat melibatkan kolaborasi dengan berbagai mitra bisnis, seperti peritel, layanan transportasi, dan institusi keuangan. Kehadiran berbagai insentif, seperti cashback, diskon, atau program loyalitas, semakin memperkuat daya tarik penggunaan pembayaran mobile. Insentif ini tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga mendorong pengguna untuk melakukan lebih banyak transaksi, sehingga menciptakan siklus positif dalam adopsi teknologi tersebut. Namun, penting untuk mencatat bahwa preferensi konsumen yang rendah terhadap teknologi dapat mempengaruhi efektivitas dari insentif ini. Sebagai contoh, konsumen yang tidak percaya pada sistem pembayaran berbasis aplikasi mungkin tidak tergerak untuk mencoba layanan meskipun ada insentif yang menarik.

Perspektif teknologi dan inovasi, evolusi layanan pembayaran mobile ke arah teknologi berbasis blockchain dan sistem keamanan tingkat lanjut telah menjadi katalisator penting. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap risiko keamanan digital, penyedia layanan pembayaran mobile berlomba-lomba menghadirkan fitur yang mampu meningkatkan kepercayaan pengguna. Hal ini termasuk autentikasi biometrik, enkripsi data, dan asuransi transaksi. Langkah-langkah ini memastikan kemudahan transaksi tetap terjaga tanpa mengorbankan elemen penting lainnya, seperti privasi dan perlindungan data pribadi. Keamanan yang terjamin turut memainkan peran besar dalam membangun loyalitas pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan keseluruhan.

Selanjutnya, penting untuk memahami bahwa kepuasan pengguna tidak hanya berasal dari aspek fungsional tetapi juga dari pengalaman emosional yang dihasilkan. Pembayaran mobile, dengan kemudahannya yang tinggi, memberikan rasa kontrol dan kenyamanan yang besar bagi konsumen. Kombinasi dari pengalaman fungsional dan emosional ini menciptakan efek positif yang saling memperkuat terhadap kepuasan pengguna. Preferensi konsumen terhadap teknologi, dalam hal ini, memainkan peran moderasi yang mengarahkan seberapa besar dampak pengalaman tersebut terhadap loyalitas pengguna dalam jangka panjang. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa peran pembayaran mobile dalam meningkatkan kepuasan pengguna sangat ditentukan oleh hubungan sinergis antara kemudahan transaksi sebagai variabel mediasi dan preferensi konsumen terhadap teknologi sebagai variabel moderasi. Dengan memahami dinamika ini, penyedia layanan pembayaran mobile dapat mengembangkan strategi yang lebih terarah, seperti menyederhanakan proses transaksi, meningkatkan fitur keamanan, serta melakukan edukasi dan promosi untuk meningkatkan preferensi konsumen terhadap teknologi.

Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji peran pembayaran mobile dalam meningkatkan kepuasan pengguna di kalangan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa (UPB), dengan mempertimbangkan kemudahan transaksi sebagai variabel mediasi dan preferensi konsumen terhadap teknologi sebagai variabel moderasi. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 80 mahasiswa UPB. Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan valid dengan nilai loading factor di atas 0,6 dan bernilai positif. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa keempat variabel yang digunakan dinyatakan reliabel dan konsisten, dengan nilai Cronbach's alpha di atas 0,60. Pentingnya pembayaran mobile dalam konteks kepuasan pengguna di kalangan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa (UPB), serta peran kunci dari kemudahan transaksi dan preferensi teknologi dalam mempengaruhi hubungan tersebut.

Daftar Pustaka

- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., & Zmijewska, A. (2008). Past, Present And Future Of Mobile Payments Research: A Literature Review. *Electronic Commerce Research And Applications*, 7(2), 165–181. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2007.02.001>
- Kahfi, F. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, E-Commerce, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Pengguna Bank Syariah Indonesia Mobile Generasi Milenial Di Ponorogo (Phd Thesis). IAIN Ponorogo.
- Karnadi, Z., Zulkarnain, Z., & Alwie, A. F. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap, Kontrol Perilaku, Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank BUMN Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 10(3), 617–631.
- Munifa, A. (2019). Preferensi Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang: Studi Pada Pengguna Gopay Dan OVO.
- Parastiti, D. E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus: Uang Elektronik Brizzi). *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 75–82.
- Pasaribu, M. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Dalam Menggunakan BSI Mobile (Phd Thesis). UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Ramadan, R., & Aita, J. (2018). A Model Of Mobile Payment Usage Among Arab Consumers. *International Journal Of Bank Marketing*, 36(7), 1213–1234. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0085>
- Reynold, R., Rahardja, C., & Setyawan, A. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Behavioral Intention Pada Penggunaan Mobile Payment DANA Di Surabaya.
- Suryani, D., Kurniawan, A., & Umiyati, I. (2020). IT Self-Efficacy, IT Anxiety Dan Minat Menggunakan E-Money. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 89–108.
- Syawali, A. Z. S., Fauzan, M., & Fauzi, R. F. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi BJB Digi Mobile Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Klik: Kajian Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 4(1), 624–633.