

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Genap 2019/2020

ANALISIS PENGARUH *HEDONIC MOTIVATION*, *SOCIAL INFLUENCE*, KONDISI PENDUKUNG, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI KEAMANAN TEKNOLOGI TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PELAKU UMKM DALAM MENGADOPSI *MOBILE PAYMENT* DI KOTA BATAM

Evangelina
NPM: 1641081

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan peran dari variabel *hedonic motivation*, *social influence*, kondisi pendukung, *kepercayaan*, dan persepsi keamanan teknologi terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM dalam mengadopsi *mobile payment* di Kota Batam. *Mobile payment* seperti Gopay, OVO, dan Flazz BCA membawakan kemudahan dan efisiensi dalam transaksi jual beli, namun tidak semua pelaku UMKM menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari karena faktor variabel independen tersebut.

Sampel penelitian terkumpul dari pengisian kuisioner *googleform* oleh 187 pelaku UMKM di Kota Batam, data dikumpul, diolah, dan diuji menggunakan aplikasi SPSS untuk statistik deskriptif dan CMB, dan aplikasi PLS untuk *outer loading*, *AVE*, *composite reliability*, *cronbach's alpha*, *path coefficients*, *R-Square*, dan *quality* indeks.

Hasil yang diperoleh dari pengujian data menunjukkan bahwa *hedonic motivation*, kondisi pendukung, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan positif, dan persepsi keamanan teknologi memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM. Namun variabel *social influence* menunjukkan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM.

Kata Kunci : *hedonic motivation*, *social influence*, kondisi pendukung, kepercayaan, persepsi keamanan teknologi, *behavioral intention*, *mobile payment*, UMKM, PLS