

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Sikap Pengguna Terhadap Pengguna Sesungguhnya Fintech Go-pay dengan pendekatan model *technology acceptance model* (TAM), dimana variabel yang dianalisis adalah Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan sebagai variabel Independen, Sikap Pengguna sebagai variabel Intervening, Pengguna Sesungguhnya sebagai variabel Dependen. Dimana respondennya adalah kaum Milenial pengguna Go-pay yang berkunjung ke Mall Jakarta Barat. Dalam pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple purposive sampling*. Dimana tahap pengujian dilakukan dengan uji validitas, uji reabilitas dan uji kolerasi terhadap variabel Sikap Pengguna dan Pengguna Sesungguhnya dengan metode analisis data menggunakan *Structural Equation Model-Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna. Sikap pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna sesungguhnya.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap Pengguna, Pengguna Sesungguhnya, Fintech, Financial Technology, Go-Pay, Go-Jek Indonesia.



## ABSTRACT

*The study aims to analyze the effect of Perception of usefulness, Perception of Ease and Attitudes Towards Using the Use of Fintech Go-pay with a technology acceptance model (TAM) approach, where the analyzed variables Perception of usefulness and Perception of Ease as Independent variables, Attitudes Towards Using as Intervening Variables, Actual Use as a Dependent variable. Where the respondents are Millennial Go-pay users who visit the West Jakarta Mall. In sampling the technique is done by simple purposive sampling. Where the testing phase is carried out with the validity test, the reliability test and the correlation test of the Attitudes Towards Using and Actual Use variables with the data analysis method using Structural Equation Model-Partial Least Square. This study proves that the Perception of usefulness has a positive and significant effect on Attitudes Towards Using. Perceived of Ease has a positive and significant effect on Attitudes Towards Using. The Attitudes Towards Using has a positive and significant effect on Actual Use.*

*Keywords: Perception Of Usefulness, Perceived Of Ease, Attitudes Towards Using, Actual Use, Fintech, Financial Technology, Go-Pay, Go-Jek Indonesia.*

