

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era modern seperti saat ini perkembangan teknologi berganti dengan sangat begitu cepat, banyak inovasi baru bermunculan dalam kurun waktu kurang dari 10 tahun. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan tersebarnya luasnya jaringan internet memudahkan masyarakat untuk mengakses internet, hampir semua kalangan di era sekarang dengan mudahnya mendapatkan akses internet. Pengaruh dari ditemukannya internet sebagai kemajuan dari teknologi sangat berpengaruh pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dimana mempermudah bertukarnya informasi terjadi dengan begitu cepat antara pengguna yang satu dengan pengguna yang lainnya yang terhubung melalui jaringan internet.

Perkembangan teknologi pada setiap negara memiliki tujuan serta prioritasnya masing masing, teknologi informasi telah merubah gaya hidup manusia di era sekarang dalam melakukan kegiatan sehari hari, hal itu tidak dapat dipungkiri karena berkembang pesatnya teknologi informasi. Munculnya alat alat komunikasi yang modern dimana setiap orang dapat mengakses kapan dan dimana saja tanpa mengenal batasan ruang dan waktu. Perusahaan besar sudah banyak yang memproduksi alat komunikasi secara massal dan *massive*. Seiring dengan kemajuan zaman yang selaras dengan kemajuan teknologi,

telah mengubah perilaku masyarakat dalam aspek kehidupan (Zada dan Sopiana, 2021)

Berkembangnya teknologi informasi memiliki manfaat bagi setiap bidang tak terkecuali yaitu pada bidang ekonomi. Perkembangan pada bidang perekonomian bertumbuh dengan sangat signifikan, dimana awal dari sebuah perekonomian pada mulanya dengan hanya saling menukarkan antara barang yang satu dengan barang yang lainnya yang dianggap memiliki nilai yang sepadan, sampai ditemukan uang sebagai alat tukar dan hingga pada saat di era modern seperti sekarang yang sudah melibatkan teknologi untuk membantu dalam melakukan pembayaran. Sistem pembayaran ini merupakan hasil yang dipengaruhi dari perkembangan teknologi informasi di bidang ekonomi, dimana sistem pembayaran sudah dapat dilakukan secara digital (Al Qardh et al., 2019.).

Sistem pembayaran digital memudahkan untuk kegiatan usaha dalam skala kecil sekalipun. Bukan sekadar untuk skala kecil, sistem pembayaran juga berperan penting untuk menciptakan stabilitas dalam pelaksanaan kebijakan moneter dan sistem keuangan suatu negara. Sebagai momentum yang tepat untuk memulihkan perekonomian dari pandemi, sistem pembayaran digital menjadi *game changer* untuk membangun ekonomi secara berkelanjutan, sehingga manfaat dari sistem pembayaran digital dapat dirasa hingga semua lapisan masyarakat.

Saat ini muncul industri baru di Indonesia yang sedang dikembangkan perkembangan yang disebut *financial technology* (fintech). Pengembangan

fintech mampu mempengaruhi gaya hidup masyarakat global, fintech kini hadir sebagai kebutuhan baru di dunia dan menjadi bagian penting dari gaya hidup untuk membantu mengembangkan startup pembayaran seluler baru mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat (di Asia Selatan, fintech dapat mengatasi kemiskinan lebih dari 600 juta orang dan memberikan bukti keuntungan startup untuk meningkatkan kepercayaan investor)

Semakin berkembangnya inovasi pada instrument pengelolaan keuangan yang canggih maka semakin menjamur berbagai produk produk dari dompet digital atau yang sering disebut dengan *e-wallet* (Rangkuty, 2021). Lembaga dari perbankan beramai-ramai menciptakan produk dari *e-wallet* untuk mempermudah masyarakat untuk mengelola keuangan dan membantu dalam melakukan pembayaran.

Secara definisi *e-wallet* atau *e-money* merupakan suatu bentuk pembayaran elektronik yang nilai moneterinya disimpan pada media elektronik tertentu (Zada dan Sopiana, 2021). Pengguna harus terlebih dahulu menyetor uang ke penerbit dan menyimpannya di media elektronik sebelum menggunakannya apabila ingin melakukan transaksi dan Setelah digunakan, nilai uang elektronik yang disimpan dalam media elektronik tersebut dikurangi dengan nilai transaksi dan dapat diisi kembali nantinya.

Akan tetapi antara *e-wallet* dengan *e-money* berbeda dalam segi penggunaan, *e-money* biasa digunakan untuk kegiatan yang bersifat *rapid* dimana penggunaan *e-money* sering dijumpai pada saat melakukan perjalanan seperti di jalan bebas hambatan (TOL), *Commuter line*, ataupun pada saat

menaiki bus dalam kota. Sedangkan *e-wallet* digunakan sebagai alat transaksi alternatif untuk pembayaran online dan menyimpan uang untuk pada saat melakukan transaksi secara online atau *offline* dengan menggunakan sistem *scan QR code*. *e-Wallet* memiliki sistem yang terkoneksi dengan internet yang memudahkan konsumen untuk menggunakannya, mulai dari *transfer* dana hingga melakukan pembelian online hingga membayar pajak.

Electronic Payment adalah sistem pembayaran yang menggunakan internet sebagai sarana komunikasi. Banyak perusahaan menawarkan penjual dan pembeli dengan memastikan keamanan transaksi elektronik (Miswan Ansori, 2019). Untuk menjamin keamanan transaksi, perusahaan perantara akan bekerja sama sejumlah lembaga perbankan untuk mulai memfasilitasi *e-payment* secara aman, cepat dan praktis. Keterlibatan Indonesia dalam forum ekonomi dunia juga masih minim mempengaruhi kebijakan ekonomi di Indonesia, termasuk kebijakan terhadap sistem Pembayaran.

Di Indonesia, sistem pembayaran pada umumnya masih menggunakan uang uang tunai sebagai alat pembayaran, meskipun uang beredar di masyarakat dapat menyebabkan peningkatan inflasi. Inilah yang membuat beberapa negara lain Jepang, Singapura, Inggris Raya, dan Amerika Serikat menerapkan sistem pembayaran uang elektronik. Menurut Bank Indonesia (2022) pertumbuhan transaksi uang elektronik Indonesia dari tahun 2015 hingga tahun 2021 dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Transaksi Uang Elektronik di Indonesia periode 2015-2021

| Periode | Unit Transaksi | Nominal (Milliar Rp) |
|---------|----------------|----------------------|
| 2015 | 535.579.528 | Rp5.283 |
| 2016 | 683.133.352 | Rp7.063 |
| 2017 | 943.319.933 | Rp12.375 |
| 2018 | 2.922.698.905 | Rp47.198 |
| 2019 | 5.226.699.919 | Rp145.165 |
| 2020 | 5.063.751.353 | Rp42.881 |
| 2021 | 5.450.400.276 | Rp305.435 |

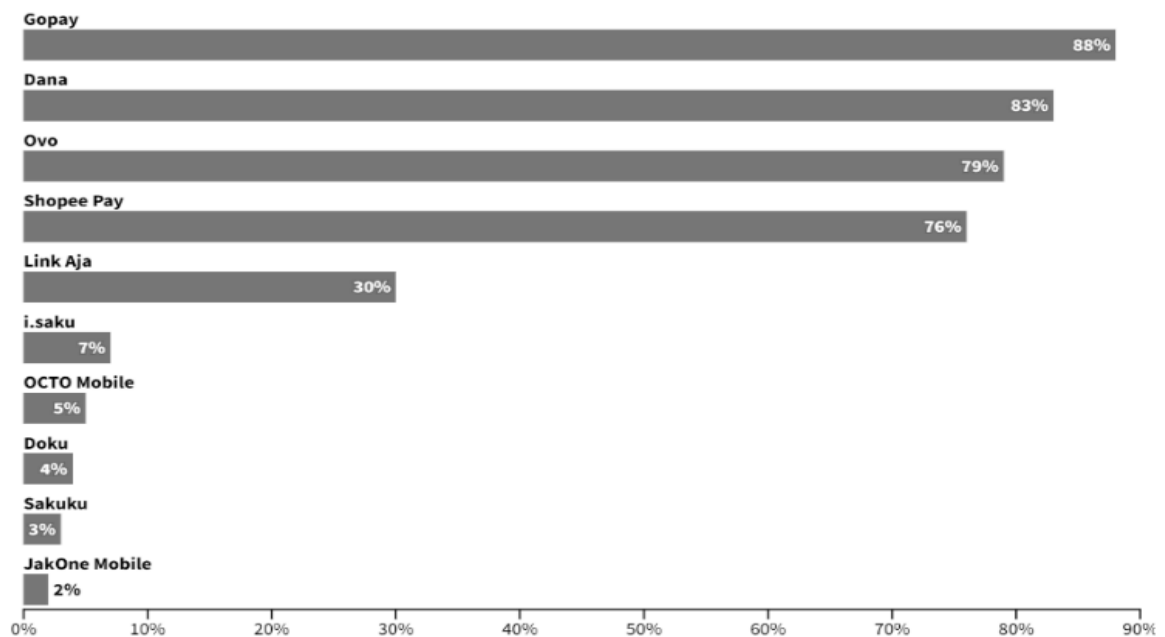
Sumber : Bank Indonesia 2022

Berawal tahun 2017, terlihat bahwa Gopay menempati urutan pertama sebagai uang terpopuler, kemudian dikembangkan tidak hanya sebagai alat pembayaran pesanan menggunakan aplikasi Gojek, namun seiring berjalannya waktu dapat digolongkan sebagai Gopay. Bayar dengan e-wallet, karena bisa digunakan sebagai alat pembayaran dengan banyak poin seperti Alfamart, PLN, dll. dan dapat menarik dana Gopay dalam bentuk mata uang melalui sistem penarikan. Hal ini terlihat pada level pertama Gopay, karena salah satu produk pertama dari startup Indonesia Decacorn, Gojek, merupakan aplikasi *e-wallet* dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia (Harseno, 2021). Meski aplikasi Gojek tidak tergolong sebagai aplikasi keuangan pada 2017, Gopay menyumbang 30% dari seluruh transaksi elektronik di Indonesia.

Pada Februari 2019, Gopay mampu mencapai \$6,3 miliar dalam transaksi, dengan total 70% transaksi Gojek menggunakan Gopay sebagai metode pembayaran, menempati peringkat keempat dalam Aplikasi milik BUMN, yaitu link. aja yang merupakan program e-wallet hasil kerjasama dengan berbagai BUMN (Badan Usaha Milik Negara), antara lain *T-Cash* milik Telkomsel, Mandiri *E-Cash* milik Bank Mandiri, UnikQu milik BNI, *T-Money*

milik Telkom dan T - Bank dimiliki oleh BRI. Migrasi ini dimulai pada 30 Juni 2019, LinkAja resmi menjadi pesaing Gopay dan OVO yang sudah masuk ke dunia fintech dengan hanya memiliki 22 juta pengguna terdaftar.

Dan tercatat penggunaan *e-wallet* pada tahun 2022 cukup lumayan tinggi, menurut hasil survey yang dilakukan oleh Jakpat (2022) dalam melakukan pembayaran digital, masyarakat lebih condong menggunakan layanan pembayaran digital dimana angka persentase meningkat 12% dari tahun sebelumnya. Dengan meningkatnya persentase masyarakat dalam melakukan pembayaran digital, banyak produk *e-wallet* bermunculan yang sering kita lihat seperti OVO, DANA dan GOPAY dan lain sebagainya. Dikutip dari populix (2022) beberapa produk *e-wallet* tersebut terdapat produk yang sering di gunakan oleh masyarakat, seperti survei sebagai berikut



Sumber : populix (2022)

Gambar 1.1 produk yang sering di gunakan oleh masyarakat

Dari gambar 1.1 hasil dari survei populix (2022) produk *e-wallet* Gopay menempati pertama dengan nilai persentase sebesar 88%, disusul pada peringkat kedua oleh Dana dengan persentase 83%, Pada peringkat ketiga dengan produk *e-wallet* yang sering digunakan adalah Ovo dengan persentase pemakaian sebesar 79%. Dan peringkat dengan pengguna *e-wallet* terbanyak pada posisi keempat di tempati oleh Shopee Pay dengan jumlah persentase sebesar 76%. Jumlah persentase yang tidak terlalu jauh dari keempat produk *e-wallet* diatas menjelaskan bahwa rata-rata masyarakat di Indonesia menggunakan aplikasi tersebut. Dalam hal ini GoPay menjadi alat transaksi yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dibandingkan dengan keempat aplikasi teratas.

Citra merek yang semakin baik dari layanan *e-wallet* dapat meningkatkan niat dalam melakukan pembelian kembali dengan demikian semakin baik citra merek yang dimiliki layanan *e-wallet* maka semakin tinggi pula tingkat niat beli ulang (Kim et al., 2008). Untuk meningkatkan niat membeli ulang dengan memperbaiki tingkat *perceived value*, dalam hal ini *perceived value* memberikan manfaat atau nilai tambah bagi pengguna ketika menggunakan produk layanan *e-wallet*.

Dalam hal ini peran mahasiswa sebagai kaum terpelajar sangatlah penting di era digital seperti sekarang sebagai pelajar ditingkat tertinggi yang diharapkan melek akan teknologi (Lukman, 2023), sehingga mereka bisa memanfaatkan perkembangan teknologi ini di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor finansial. Mahasiswa merupakan salah satu generasi penerus dari

generasi sebelumnya yang masih belum mengenal mengenai *financial technology* mahasiswa sendiri memiliki banyak waktu luang yang mana merupakan poin lebih dari diri mahasiswa yang berada di masyarakat langsung, dekat dengan masyarakat, artinya mahasiswa memiliki akses yang luas kepada masyarakat, mahasiswa dapat berperan untuk mendukung dan memaksimalkan pengguna fintech dengan memenuhi perannya sebagai mahasiswa yang dimulai dari berperan sebagai pelaku, pengajar, motivator dan akselerator implementasi mahasiswa, serta dapat mendukung perkembangan fintech untuk melakukan perubahan (Lukman, 2023).

**Tabel 1.2 Data Mahasiswa Aktif Pada Jenjang S1 2022/2023
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

| No | Fakultas | Jumlah Mahasiswa | Proporsi Jumlah Mahasiswa |
|--------|--|------------------|---------------------------|
| 1 | Fakultas Ekonomi dan Bisnis | 4557 | 23% |
| 2 | Fakultas Ilmu Sosial dan Politik | 3900 | 19% |
| 3 | Fakultas Teknik | 3122 | 16% |
| 4 | Fakultas Hukum | 1863 | 9% |
| 5 | Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan | 1806 | 9% |
| 6 | Fakultas Pertanian | 1713 | 9% |
| 7 | Fakultas Agama Islam | 1692 | 8% |
| 8 | Fakultas Pendidikan Bahasa | 989 | 5% |
| 9 | Fakultas Kedokteran Gigi | 463 | 2% |
| JUMLAH | | 20105 | 100% |

Sumber : Data primer, diolah 2023

Tabel 1.2 diatas ditunjukkan untuk mengetahui apakah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) layak untuk menjadi responden dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan pra kuesioner sebagai preliminary studi. Hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3 Preliminary study karakteristik mahasiswa yang mengetahui *mobile payment*

| Nama Fakultas | Mengetahui <i>Mobile Payment</i> | Penggunaan lebih dari 3 kali dalam seminggu | Jumlah Mahasiswa |
|--|---|--|-------------------------|
| Fakultas Ekonomi dan Bisnis | 96,5% | 94,8% | 81 |
| Fakultas Ilmu Sosial dan Politik | 94,8% | 65,6% | 66 |
| Fakultas Teknik | 94,2% | 24,4% | 56 |
| Fakultas Hukum | 95,8% | 45,8% | 32 |
| Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan | 96,1% | 60,6% | 32 |
| Fakultas Pertanian | 93,6% | 53,8% | 32 |
| Fakultas Agama Islam | 92,2% | 67,8% | 28 |
| Fakultas Pendidikan Bahasa | 93,2% | 26,6% | 17 |
| Fakultas Kedokteran Gigi | 95,4% | 34,8% | 7 |
| Jumlah | | | 351 |

Sumber : Data primer, diolah 2023

Dari survei awal yang dilakukan, sebagian mahasiswa di setiap fakultas sudah mengetahui *mobile payment* dan intensitas yang rata-rata lebih dari 3 kali dalam sehari, dengan persentase yang berbeda-beda. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki tingkat penggunaan yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan fakultas lainnya.

Hasil survei tersebut disimpulkan bahwa penggunaan *mobile payment* memiliki peran penting dalam kehidupan mahasiswa, khususnya mereka yang terdaftar di fakultas yang berkaitan dengan ekonomi dan bisnis.

Tabel 1.4 Pengguna e-wallet pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

| <i>Nama e-wallet</i> | Jumlah | Persentase |
|----------------------|--------|------------|
| Dana | 59 | 16,6% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Gopay | 115 | 32,9% |
| Shopee pay | 140 | 39,9% |
| OVO | 37 | 10,6% |
| Total | 351 | 100% |

Sumber : Data primer diolah, 2023

Hasil dari preliminary study yang tertera pada table 1.4 menunjukkan bahwa, pengguna *e-wallet* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang paling banyak digunakan pada urutan pertama adalah shopeepay dengan jumlah responden sebanyak 140 dan memiliki persentase 39,9%, pada urutan kedua terdapat gopay dengan persentase 32,9% dengan jumlah responden yang menggunakan 115, selanjutnya terdapat dana dengan jumlah responden sebanyak 59 dengan persentase 16,6%, dan pada urutan terakhir yaitu OVO dengan persentase sebanyak 10,6% dan mendapat 37 responden.

Fintech memberikan kemudahan bagi penggunaanya banyak mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang melakukan transaksi pembayaran menggunakan uang *cashless* dalam berbelanja, makan, membeli barang, maupun bertransaksi yg lainnya (Lukman, 2023). Skala dalam melakukan penelitian kali ini saya mengambil sampel penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Mahasiswa merupakan sarana yang tepat bagi Perbankan untuk memperbesar pertumbuhan tabungan. Peneliti melakukan preliminary study dengan menyebar pra kuisisioner kepada mahasiswa aktif prodi ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta guna menguji kelayakan untuk menjadi responden dalam penelitian ini, berikut adalah hasilnya :

Tabel 1.5 Jumlah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2023

| Angkatan | Laki-Laki | Perempuan | Total |
|-----------------|------------------|------------------|--------------|
| 2016 | 46 | 28 | 74 |
| 2017 | 80 | 44 | 124 |
| 2018 | 175 | 93 | 268 |
| 2019 | 362 | 532 | 894 |
| 2020 | 428 | 666 | 1094 |
| 2021 | 478 | 550 | 1028 |
| 2022 | 463 | 607 | 1070 |
| Jumlah | 2032 | 2520 | 4552 |

Sumber: Data mahasiswa universitas Yogyakarta

Berdasarkan tabel 1.5, jumlah mahasiswa aktif prodi ekonomi dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta adalah 4552 mahasiswa, yang terdiri dari 2032 laki-laki dan 2520 perempuan.

Tabel 1.6 Karakteristik preliminary study berdasarkan Pengguna e-wallet tahun 2023

| Jenis | Jumlah | Persentase |
|--|--------|------------|
| Mahasiswa pengguna <i>Mobile Payment</i> | 341 | 97,3 |
| Mahasiswa tidak pengguna <i>Mobile Payment</i> | 10 | 2,7% |
| Total | 351 | 100% |

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1.6, sebanyak 341 responden adalah Pengguna *Mobile Payment* dengan presentase 97,3%. Sebanyak 2,7% tidak menggunakan *Mobile Payment* karena mahasiswa masih sering melakukan pembayaran menggunakan uang tunai. Oleh karena itu pada fakultas ekonomi dan bisnis mahasiswa yang menggunakan *mobile payment* memiliki tingkat penggunaan yang cukup tinggi, hal ini sejalan dengan penelitian ini.

Tabel 1.7 Karakteristik preliminary study FEB berdasarkan angkatan tahun 2023

| Angkatan | Jumlah | Presentase |
|-----------------|---------------|-------------------|
| 2016 | 9 | 2,6% |
| 2017 | 15 | 4,2% |
| 2018 | 24 | 6,7% |
| 2019 | 124 | 35,5% |
| 2020 | 97 | 27,8% |
| 2021 | 67 | 19% |
| 2022 | 15 | 4,2% |
| Total | 351 | 100% |

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil *preliminary study* yang telah diuraikan, pada table 1.7 dapat diketahui bahwa responden berdasarkan angkatan memiliki urutan dari yang tertinggi hingga yang terendah persentase pengisi kuesioner *preliminary study* adalah angkatan 2019 dengan persentase 35,5 % atau memperoleh sebanyak 124 responden, dilanjutkan dengan angkatan 2020 dengan persentase 27,8% dengan memperoleh 97 responden, selanjutnya angkatan 2021 dengan persentase 19% dan memperoleh 67 responden, dilanjutkan oleh angkatan 2018 dengan persentase 6,7% memperoleh 24 responden, selanjutnya angkatan 2017 dan angkatan 2022 dengan persentase 4,2% dan memperoleh 15 responden, dan yang terakhir angkatan 2016 dengan 2,6% memperoleh sebanyak 9 responden.

Tabel 1.8 Karakteristik preliminary study FEB berdasarkan pengetahuan mengetahui layanan pembayaran Mobile payment tahun 2023

| Jenis | Jumlah | Presentase |
|--|---------------|-------------------|
| Mahasiswa yang mengetahui layanan pembayaran <i>Mobile Payment</i> | 339 | 96,5% |
| Mahasiswa yang tidak mengetahui layanan pembayaran <i>Mobile Payment</i> | 12 | 3,5% |
| Total | 351 | 100% |

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tabel 1.9 Karakteristik preliminary study berdasarkan pengalaman pernah menggunakan atau tidak nya menggunakan layanan pembayaran mobile payment OVO tahun 2023

| Jenis | Jumlah | Presentase |
|------------------------------|------------|-------------|
| Mahasiswa Bukan Pengguna OVO | 338 | 96,3% |
| Mahasiswa Pengguna OVO | 13 | 3.7% |
| Total | 351 | 100% |

Sumber : Data primer diolah, 2023

Selanjutnya Berdasarkan pada tabel 1.8 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden mengetahui mengenai mengetahui layanan pembayaran *Mobile payment* dengan persentase sebesar 96,5% atau sebanyak 339 responden yang mana hasil ini memenuhi kriteria responden, dan sebanyak 3,5% atau 12 responden tidak mengetahui mengenai mengetahui layanan pembayaran *mobile payment*.

Pada tabel 1.9 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden mahasiswa yang bukan pengguna layanan *Mobile Payment* OVO dengan persentase sebesar 96,3% dengan memperoleh 338 responden yang mana hasil ini memenuhi kriteria responden. Sedangkan yang pernah menggunakan layanan *Mobile Payment* OVO hanyalah 13 responden dengan presentase 3,7%, yang mana 13 responden ini tidak memenuhi kriteria responden. Dengan ini terdapat 96,3% yang termasuk kedalam kriteria responden untuk melanjutkan penelitian karena akan menganalisis mahasiswa yang ingin berpindah dari *mobile payment* lain ke *mobile payment* OVO.

Oleh karenanya dengan begitu ini akan menjadi bahan pertimbangan melakukan penelitian pada produk tersebut OVO untuk mengetahui lebih lanjut dalam menganalisis *switching Intention* pada produk tersebut karena pengguna

dari *mobile payment* OVO pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis masih cukup rendah berdasarkan hasil dari *preliminary study* diatas.

Teori yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah teori *push-pull-mooring effect* (PPM). Teori *Push Pull Mooring* (PPM) *Push Pull Mooring* merupakan sebuah komponen dari model PPM yang telah ada sejak abad 19 (Bansal, 2005). Menurut paradigma push pull terdapat beberapa faktor di awal yang mendorong (push) secara individu untuk beralih penyedia layanan dan beberapa faktor menarik (pull) individu agar tidak beralih dan istilah mooring sebagai faktor penghambat yang disatukan dalam model push pull mooring. Faktor mooring mengacu pada proses pembelajaran, budaya dan isu – isu lain yang berperan untuk memfasilitasi atau menghambat keputusan berpindah.

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini berjudul **“Analisis Switching Intention Pada Layanan Pembayaran Berbasis Fintech (OVO) Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”** dengan menggunakan teori pendekatan *Push Pull Mooring Effect* .

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka rumusan masalah yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana faktor pendorong (*push effects*) berpengaruh terhadap potensi mahasiswa untuk perpindahan pada layanan pembayaran *mobile payment* OVO

2. Bagaimana faktor penarik (*pull effects*) berpengaruh terhadap potensi mahasiswa untuk perpindahan pada layanan pembayaran *mobile payment* OVO
3. Bagaimana faktor penghambat (*mooring effects*) berpengaruh terhadap potensi mahasiswa untuk perpindahan pada layanan pembayaran *mobile payment* OVO.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui switching intention pada layanan pembayaran *fintech*, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis faktor pendorong (*push effects*) berpengaruh terhadap kesanggupan mahasiswa untuk berpindah sepenuhnya pada layanan pembayaran *mobile payment* OVO
2. Untuk menganalisis faktor penarik (*pull effects*) berpengaruh terhadap kesanggupan mahasiswa untuk berpindah sepenuhnya pada layanan pembayaran *mobile payment* OVO
3. Untuk menganalisis faktor penghambat (*mooring effects*) berpengaruh terhadap kesanggupan mahasiswa untuk berpindah sepenuhnya pada layanan pembayaran *mobile payment* OVO

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis dari penelitian ini, yaitu:

penelitian ini memiliki manfaat teoritis yaitu untuk memberikan landasan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dalam rangka mengembangkan penelitian lainnya.

2. Manfaat praktis dari penelitian ini, yaitu:

Bagi perusahaan fintech dan produk produk yang berbasis fintech, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam menggunakan fintech.

3. Manfaat bagi pengambil kebijakan dari penelitian ini, yaitu:

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pemerintah untuk dijadikan bahan pertimbangan untuk pembuatan kebijakan terhadap risiko fintech.