

FAKTOR YANG MEMENGARUHI BEHAVIOR INTENTION UNTUK PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL MENGUNAKAN MODEL UTAUT2

Aries Andrianto

*Magister Manajemen Sistem Informasi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
ariesandrianto@gmail.com*

Abstrak

Berdasarkan data Bank Indonesia, transaksi uang elektronik tumbuh pesat dalam 10 tahun terakhir. Sepanjang 2018, volume transaksi uang elektronik sebanyak 2,92 miliar transaksi atau tumbuh 16.600 kali dibandingkan 2009. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja dengan menggunakan metode UTAUT 2. Subjek penelitian ini adalah pengguna aplikasi dompet digital LinkAja yang berdomisili di Jakarta. Variabel independen yang diteliti pada penelitian ini adalah Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value, Hedonic Motivation, dan Habit terhadap Behavior Intention dengan menggunakan teknik analisis PLS-SEM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Price Value berpengaruh positif terhadap Behavior Intention sedangkan untuk faktor lainnya tidak berpengaruh terhadap Behavior Intention.

Kata Kunci: *Behavior Intention, Dompet Digital, PLS-SEM, UTAUT 2*

Abstract

Based on Bank Indonesia data, electronic money transactions have grown rapidly in the past 10 years. Throughout 2018, the volume of electronic money transactions was 2.92 billion transactions, growing 16,600 times compared to 2009. This study aims to analyze the factors that influence interest in using the LinkAja digital wallet using the UTAUT 2 method. The object of this study is the LinkAja digital wallet user who is domiciled in Jakarta. The independent variables examined in this study were Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value, Hedonic Motivation, and Habit on Behavior Intention using PLS-SEM analysis techniques. The results of this study indicate that the Price Value variable has a positive effect on Behavior Intention while the other factors do not affect Behavior Intention.

Keywords: *Behavior Intention, Digital Wallet, PLS-SEM, UTAUT 2*

PENDAHULUAN

Gubernur Bank Indonesia Agus D. W. Martowardojo, pada Kamis, 14 Agustus 2014 di Jakarta secara resmi mencanangkan “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)”. GNNT ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) (Bank Indonesia, 2014). GNNT terdiri dari penggunaan kartu debit, kartu kredit, dan uang elektronik.

Berdasarkan data Bank Indonesia, transaksi uang elektronik tumbuh pesat dalam 10 tahun terakhir. Sepanjang 2018, volume transaksi sebanyak 2,92 miliar transaksi atau tumbuh 16.600 kali dibandingkan 2009. Riset iPrice Group dan App Annie menunjukkan, pengguna aktif bulanan GoPay merupakan yang terbanyak di Indonesia. Diperingkat dua ada Ovo yang stabil mengikuti Gojek, sedangkan Dana yang baru muncul di kuartal keempat di 2018 berhasil menunjukkan pertumbuhan yang positif dan berhasil mengalahkan pemain lama seperti LinkAja dan Jenius (Katadata, 2019). Padahal per 1 Maret 2019 beberapa produk dompet digital milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu TCash milik Telkomsel, Yap! milik BNI, e-Cash milik Bank Mandiri dan T-bank dari Bank BRI di lebur menjadi satu produk dompet digital yaitu LinkAja (Kompas, 2019). Berdasarkan latar belakang inilah penelitian ini membahas pengguna LinkAja yang berada di Jakarta.

Penelitian ini menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang memiliki 7 faktor/indikator yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*. Dari 7 faktor tersebut, 6 faktor digunakan dalam penelitian ini adalah *price value*, *hedonic motivation*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *habit*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *Behavior Intention* (niat penggunaan) aplikasi dompet digital LinkAja di Jakarta serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor tersebut terhadap *Behavior Intention* aplikasi LinkAja di Jakarta.

KERANGKA TEORI

Penelitian ini didasarkan pada satu teori yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Berikut ini uraian tentang UTAUT 2 dan faktor-faktor yang terdapat di dalamnya.

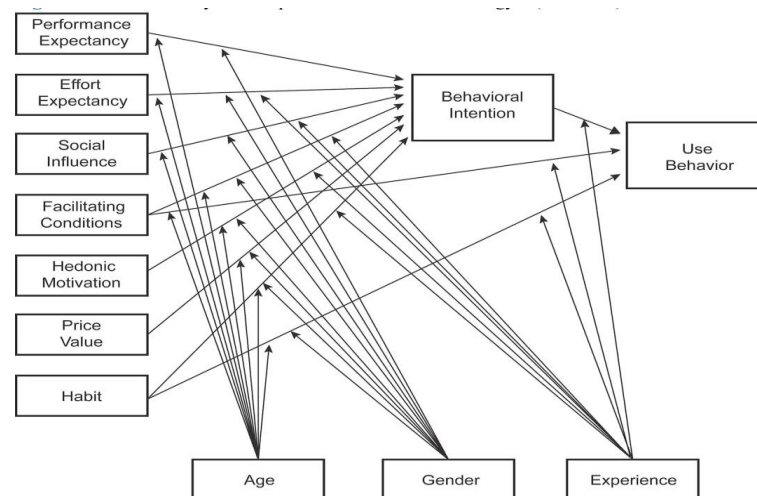
UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) merupakan sebuah model penerimaan teknologi dari Venkatesh, Thong dan Xu (2012). Model ini menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi berdasarkan sisi pengguna, menjadi lebih baik dengan persentase perbaikan dari 56% menjadi 74%. Aspek penerimaan berupa niat perilaku penggunaan, dengan persentase dari 40% menjadi 52% (Venkatesh et.al, 2012). Model ini menjelaskan bagaimana niat dan perilaku pengguna terhadap penerimaan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *price value*, *hedonic motivation* dan *habit*. Berikut ini faktor-faktor yang terdapat pada UTAUT2, (1) ***Performance expectancy (PE)***: Digunakan untuk menjelaskan sejauh mana pengguna mendapatkan manfaat dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi (Venkatesh et. al., 2012); (2) ***Effort Expectancy (EE)***: Menjelaskan sejauh mana suatu sistem atau teknologi mudah untuk digunakan (Jambulingam, 2013); (3) ***Social Influence (SI)***: Menjelaskan seseorang menggunakan suatu teknologi karena adanya dorongan dari orang-orang sekitar (Harsono & Suryana, 2014); (4) ***Facilitating Condition (FC)***: Menjelaskan persepsi seseorang bahwa infrastruktur berupa perangkat atau pengetahuan mendukung penggunaan suatu sistem atau teknologi (Raman & Don, 2013); (5) ***Hedonic Motivation (HM)***: Merupakan

motivasi kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem atau teknologi (Venkatesh et al., 2012); (6) **Price Value (PV)**: Trade-off antara biaya yang dibayar dengan manfaat yang didapatkan dari penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012); (7) **Habit (H)**: Menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan suatu sistem dalam kesehariannya (Harsono & Suryana, 2014). Hubungan antara setiap faktor dalam UTAUT2 digambarkan pada Gambar 1 yaitu tujuh faktor yang memengaruhi *Behavior Intention*.

Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *Behavior Intention* (Niat Penggunaan) telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan berbagai pendekatan dan metode. Beberapa penelitian membahas tentang adopsi penerimaan teknologi di bidang keuangan seperti *e-money*, *m-banking*, *m-payment*, *m-marketing*, dan *digital wallet*. Putri, Indrawati dan Harsono (2017) mengembangkan model UTAUT2 dengan menambahkan faktor baru yaitu kepercayaan (trust) ke dalam model UTAUT2. Zhulhaida dan Giri (2017) menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort expectancy*, *Social Influence* adalah yang paling signifikan mempengaruhi *Behavior Intention*. Ramdhani, Rachmawati, dan Prabowo (2017) menunjukkan bahwa Variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavior Intention*. Pertiwi dan Ariyanto (2017) menunjukkan bahwa Variabel *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Nugroho, Winarno, dan Hartanto (2017) menunjukkan bahwa *facilitating conditions*, dan *price value* memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan *mobile payment*. Nuriska, Asakdiyah dan Setyawan (2018) menunjukkan bahwa Variabel *Habit*, *Facilitating Condition*, dan *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *Go-Pay*. Faridhal (2019) menunjukkan bahwa Variabel *Habit*, *Effort Expectancy*, dan *Facilitating Condition* merupakan konstruk yang paling berpengaruh terhadap *Behavior Intention*. Ispriandina dan Sutisna (2019) menunjukkan bahwa *habit* memiliki pengaruh paling signifikan terhadap intensi kontinuitas penggunaan *mobile wallet* di Kota Bandung. Eneizan, Mohammed, Alnoor, Alaboodi dan Enaizan (2019) menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *social influence*, *price value*, *facilitating conditions*, dan *habit* mempengaruhi variabel *behaviour intention*.

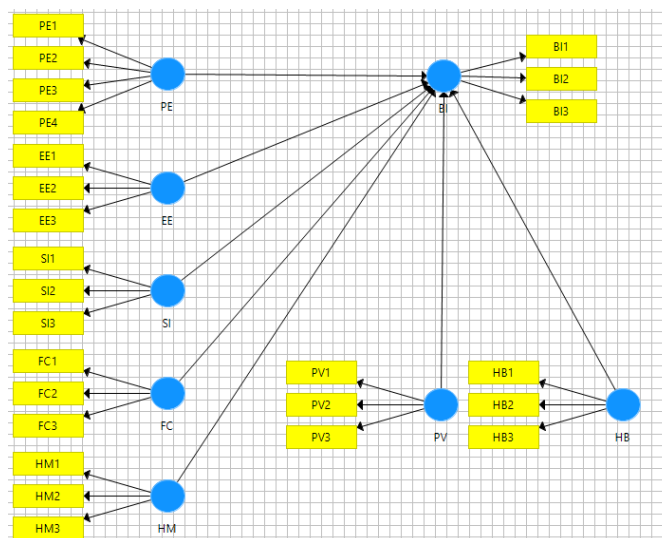


Gambar 1. Model UTAUT 2 Venkatesh, et al 2012

Kwateng, Atiemo, Appiah (2019) menunjukkan bahwa *Habit* dan *Price Value* adalah faktor utama yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan *m-banking* di Ghana. Dapat disimpulkan dari 9 penelitian tersebut bahwa variabel *Habit* dan *Price Value* adalah variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan pada adopsi penerimaan teknologi keuangan (*e-money, m-banking, m-payment, dan digital wallet*).

Ada juga penelitian yang membahas tentang adopsi penerimaan teknologi perangkat lunak seperti *Operating System, Application Mobile, dan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD)*. Gayatrie, Kusyanti dan Saputra (2017) menunjukkan bahwa variabel *Habit, Social Influence, Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*. Sutanto, Ghozali dan Handayani (2018) menunjukkan bahwa Variabel *Hedonic Motivation* dan *Habit* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Behavior Intention*. Budiarto (2018) menunjukkan peran dominan *Price Value* dan *Hedonic Motivation* sebagai penentu pada *Behavior Intention*. Nugroho, Kusrini dan Sudarmawan (2018) menunjukkan bahwa penerimaan aplikasi SIPKD dipengaruhi oleh faktor *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, dan habit*. Dapat disimpulkan dari 4 penelitian tersebut bahwa variabel *Hedonic Motivation* dan *Habit* adalah variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan pada adopsi penerimaan teknologi perangkat lunak seperti *Operating System, Application Mobile, dan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD)*.

Selain itu ada beberapa penelitian yang membahas tentang adopsi penerimaan teknologi pada *online travel agent*. Chang, Liu, Huang dan Hsieh (2019) menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value, dan habit* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Ahmed dan Kranthi (2019) menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy, price value, dan habit* adalah faktor terpenting yang mempengaruhi penerimaan *m-ticketing*. Lubis dan Rahmiati (2019) menunjukkan bahwa *Social Influence, Hedonic Motivation, dan Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*. Dapat disimpulkan dari 3 penelitian tersebut bahwa variabel *Habit* adalah variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan pada adopsi penerimaan teknologi pada *online travel agent* diikuti oleh variabel *Hedonic Motivation, Price Value, Social Influence, dan Performance Expectancy*.



Gambar 2. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelitian UTAUT2 terdahulu yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan atau *Behavior Intention*, maka penelitian ini menggunakan variabel-variabel seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*. Kerangka teori pada penelitian ini menggambarkan hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah *Behavior Intention*, yaitu niat penggunaan terhadap aplikasi dompet digital LinkAja. Variabel bebas yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Contidions*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*.

Penelitian ini meneliti pengaruh antar variabel yang sudah digambarkan dalam model penelitian dalam bentuk hipotesis berdasarkan variable dalam UTAUT2, LinkAja, yaitu niat penggunaan terhadap aplikasi LinkAja. Variabel bebas yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Contidions*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*, dan *Behavior Intention*. Hipotesis pada model UTAUT2 yang dapat diasumsikan adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1, H_1 = Ada pengaruh positif antara *Performance Expectancy* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 2, H_2 = Ada pengaruh positif antara *Effort Expectancy* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 3, H_3 = Ada pengaruh positif antara *Social Influence* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 4, H_4 = Ada pengaruh positif antara *Facilitating Contidions* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 5, H_5 = Ada pengaruh positif antara *Price Value* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 6, H_6 = Ada pengaruh positif antara *Hedonic Motivation* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 7, H_7 = Ada pengaruh positif antara *Habit* dengan *Behavior Intention*.

Berdasarkan indikator-indikator yang terdapat pada setiap variabel maka berikut ini adalah 25 pertanyaan yang telah disesuaikan dengan indikator variabel yang ada pada UTAUT2. Daftar Pertanyaan dapat dilihat di Tabel 1.

Penelitian ini menggunakan skala *likert* yaitu jawaban sangat tidak setuju dengan bobot 1, tidak setuju dengan bobot 2, netral dengan bobot 3, setuju dengan bobot 4, dan sangat setuju dengan bobot 5. Alat analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) berbasis komponen atau varian yang disebut Partial Least Square (PLS). Uji Statistika yang dilakukan dibagi dua yaitu pengujian pada outer model dan inner model. Pengujian outer model dilakukan dengan menggunakan tiga jenis pengujian, yaitu *Construct Reliability*, *Uji Average Variance Extracted (AVE)* dan *Discriminant Validity*, sedangkan pengujian inner model dilakukan dengan menggunakan tiga jenis pengujian, yaitu *Path Value*, *R-Square*, dan Uji T.

Tabel. 1 Daftar Pertanyaan

Variabel	Label	Pertanyaan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	PE1	Aplikasi dompet digital LinkAja sangat bermanfaat untuk keseharian saya dalam melakukan berbagai macam transaksi
	PE2	Aplikasi dompet digital LinkAja meningkatkan efesiensi kinerja saya
	PE3	Aplikasi dompet digital LinkAja membantu menyelesaikan masalah pembayaran saya lebih cepat
	PE4	Aplikasi dompet digital LinkAja meningkatkan produktivitas saya
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	EE1	Aplikasi dompet digital LinkAja mudah untuk dipelajari dan dipahami
	EE2	Aplikasi dompet digital LinkAja tidak mudah untuk di gunakan
	EE3	Mudah bagi saya untuk terampil menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Social Influence (SI)</i>	SI1	Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
	SI2	Orang-orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakannya aplikasi dompet digital LinkAja
	SI3	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Facilitating Conditions (FC)</i>	FC1	Saya memiliki sumber daya (koneksi internet dan telepon genggam pintar) yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
	FC2	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
	FC3	Terdapat tenaga ahli yang dapat membantu apabila saya mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	HM1	Saya merasa senang saat menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
	HM2	Saya merasa tidak nyaman saat menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
	HM3	Saya merasa menikmati saat menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Price Value (PV)</i>	PV1	Saya merasa harga untuk mendapatkan Aplikasi dompet digital LinkAja masuk akal
	PV2	Saya merasa harga layanan pada Aplikasi dompet digital LinkAja sudah sesuai dengan layanan yang dijanjikan
	PV3	Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Habit (HB)</i>	HB1	Saya sudah terbiasa menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
	HB2	Saya merasa harus terus menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
	HB3	Jika saya ingin bertransaksi , maka saya akan menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Behavior Intention (BI)</i>	BI1	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi dompet digital di masa depan
	BI2	Orang-orang di sekitar saya merasa tidak puas dalam menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
	BI3	Saya merasa aplikasi dompet digital LinkAja sudah berjalan dengan baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini uraian pembahasan diawali dengan profil dari responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring (*google form*) yang kemudian disebarkan ke responden dan diperoleh 31 responden. Waktu pengumpulan data yaitu pada bulan Februari 2020 dengan rentang waktu kurang lebih 2 minggu. Responden yang mengisi kuesioner mayoritas adalah laki-laki sebanyak 64.50% atau 20 orang, sisanya 35.5% atau 11 orang adalah perempuan. Usia responden terbanyak adalah antara 17-30 tahun sebesar 87.10% atau ada 27 orang. Hal ini dapat dipahami bahwa mereka yang menggunakan LinkAja tentunya adalah yang sudah memiliki penghasilan sendiri, walaupun ada juga yang masih usia sekolah telah menggunakan aplikasi LinkAja. Hal ini dimungkinkan karena pada usia muda umumnya rasa ingin tahu dan mencoba aplikasi baru cukup besar. Pekerjaan responden terbanyak adalah dari karyawan swasta yaitu sebesar 61.3% atau 19 orang. Responden yang pekerjaannya Pegawai Negeri dan Pelajar/Mahasiswa dalam penelitian ini sama besar yaitu 12.9% atau 4 orang. Mayoritas responden berdomisili di Jakarta Utara sebanyak 32.3% atau 10 orang, Jakarta Selatan 29% atau 9 orang, Jakarta Pusat 16.10% atau 5 orang, Jakarta Timur 9.7% atau 3 orang, Jakarta Barat 12.9% atau 4 orang. Terlampir data lengkap demografis responden pada Tabel 2 berikut.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner telah valid yaitu nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari nilai *r* tabel, yaitu antara 0.448-0.660. Nilai *r* tabel pada tingkat signifikansi 0.05 dengan jumlah data (*n*) sebanyak 31 adalah sebesar 0.344. Hasil uji reliabilitas selengkapnya tersaji pada Tabel 3. berikut.

Tabel 2. Demografis Responden

Demografis Responden		%
Jenis Kelamin	Perempuan	35.50%
	Laki-Laki	64.50%
Usia	< 17 tahun	3.20%
	17-30 tahun	87.10%
	31-50 tahun	6.50%
	> 50 tahun	3.20%
Pekerjaan	Karyawan Swasta	61.30%
	Pegawai Negeri	12.90%
	Pelajar/Mahasiswa	12.90%
	Ibu Rumah Tangga	6.50%
	Wirausaha	6.50%
Domisili	Jakarta Pusat	16.10%
	Jakarta Utara	32.30%
	Jakarta Timur	9.70%
	Jakarta Barat	12.90%
	Jakarta Selatan	29%

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Laten	Cronbach's Alpha	Jumlah Item
BI	0.616	2
EE	0.944	3
FC	0.848	3
HB	0.933	3
HM	0.873	2
PE	0.962	4
PV	0.899	3
SI	0.899	3

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terdapat di Tabel. 3 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa pertanyaan kuesioner sudah reliabel karena telah memenuhi kriteria yaitu angka Cronbach's Alpha > 0.6.

Path Coefficient (β)

Berdasarkan pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient*, dimana jika nilai tersebut < 0.05 maka jalur (*path*) dapat dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan. Hasil uji path coefficient terlihat pada Tabel 4, menunjukkan bahwa variabel *Price Value* mempunyai pengaruh terhadap variabel *Behaviour Intention*.

Uji Hipotesis dan Pembahasan

Hasil uji hipotesis tersaji lengkap pada Tabel 5. Berikut ini adalah pembahasan untuk masing-masing pengaruh variabel sesuai dengan hipotesis:

Hipotesis 1: Ada pengaruh positif antara *Performance Expectancy* dengan *Behavior Intention*. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai *T-Statistics* dari *Performance Expectancy* adalah 0.585 dan nilai *Path Coefficient* dari *Performance Expectancy* adalah 0.559. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak. *Performance Expectancy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 2: Ada pengaruh positif antara *Effort Expectancy* dengan *Behavior Intention*. Nilai *T-Statistics* yang diperoleh dari pengolahan data menunjukkan bahwa

Tabel 4. Hasil Uji Path Coefficient

Hubungan Jalur	Antar Path Coefficient (β)
EE → BI	0.75
FC → BI	0.539
HB → BI	0.833
HM → BI	0.12
PE → BI	0.559
PV → BI	0.021
SI → BI	0.236

Effort Expectancy adalah 0.319 dan nilai *Path Coefficient* dari *Effort Expectancy* adalah 0.75. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak. *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 3: Ada pengaruh positif antara *Social Influence* dengan *Behavior Intention*. Berdasarkan pengolahan data, nilai *T-Statistics* dari *Social Influence* adalah 1.187 dan nilai *Path Coefficient* dari *Social Influence* adalah 0.236. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak. *Social Influence* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 4: Ada pengaruh positif antara *Facilitating Contidions* dengan *Behavior Intention*. Nilai *T-Statistics* yang diperoleh dari pengolahan data adalah *Facilitating Contidions* adalah 0.614 dan nilai *Path Coefficient* dari *Facilitating Contidions* adalah 0.539. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_4 ditolak. *Facilitating Contidions* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 5: Ada pengaruh positif antara *Price Value* dengan *Behavior Intention*. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka dapat dilihat nilai *T-Statistics* dari *Price Value* adalah 2.313 dan nilai *Path Coefficient* dari *Price Value* adalah 0.021. *T-Statistics* dengan nilai > 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima. *Price Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 6: Ada pengaruh positif antara *Hedonic Motivation* dengan *Behavior Intention*. Nilai *T-Statistics* yang diperoleh untuk *Hedonic Motivation* adalah 1.556 dan nilai *Path Coefficient* dari *Hedonic Motivation* adalah 0.12. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_6 ditolak. *Hedonic Motivation* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 7: Ada pengaruh positif antara *Habit* dengan *Behavior Intention*. Nilai *T-Statistics* dari *Habit* adalah 0.211 dan nilai *Path Coefficient* dari *Habit* adalah 0.833. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_6 ditolak. *Habit* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*. Rangkuman dari hasil uji untuk setiap hipotesis dapat dilihat pada Tabel. 5 berikut ini.

Variabel *Price Value* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Budiarto (2018), Nugroho et.al (2018), Chang et.al (2019), Ahmed dan Kranthi (2019), dan Lubis dan Rahmiati (2019). Penjelasan bahwa *price value* memengaruhi niat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja, yaitu para pengguna merasa harga untuk mendapatkan Aplikasi dompet digital LinkAja masuk akal, layanan yang diberikan oleh Aplikasi dompet digital

Tabel 5. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Keterangan	Status
H1	<i>Performance Expectancy</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H2	<i>Effort Expectancy</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H3	<i>Social Influence</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H4	<i>Facilitating Contidions</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H5	<i>Price Value</i> → <i>Behavior Intention</i>	Diterima
H6	<i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H7	<i>Habit</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak

LinkAja sudah sesuai dengan layanan yang dijanjikan. Selain itu, pengguna bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk dapat menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja. Untuk variabel lainnya dalam penelitian ini tidak terbukti memengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka beberapa kesimpulan yang dapat peneliti berikan adalah Faktor yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam hal perolehan data kuisioner yang berhasil peneliti kumpulkan sebanyak 31 responden, hal ini berpengaruh pada hasil penelitian jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan data lebih banyak. Saran yang dapat diberikan adalah Aplikasi LinkAja dapat lebih memperhatikan faktor *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* agar minat penggunaan aplikasi LinkAja dapat bertambah. Intensitas promo dan sosialisasi keunggulan produk juga sebaiknya terus dilakukan di berbagai macam media. Faktor *Price Value* tetap dipertahankan pada harga yang terjangkau dan kompetitif karena *price value* tersebut merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia (2014). Bank Indonesia Mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai. [online]. Available at https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_165814.aspx [Accessed 26 January 2020].
- Budiarto, R. (2018). Analisis faktor adopsi aplikasi mobile berdasarkan pengalaman, usia dan jenis kelamin menggunakan UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, 3(2), 114-126.
- Chang, C. M., Liu, L. W., Huang, H. C., & Hsieh, H. H. (2019). Factors influencing online hotel booking: Extending UTAUT2 with age, gender, and experience as moderators. *Information*, 10(281), 1-18.
- Enaizan, B., Mohammed, A.G., Alnoor, A., Alabboodi, A.S., & Enaizan, O. (2019). Customer acceptance of mobile marketing in Jordan: An extended UTAUT2 model with trust and risk factors. *International Journal of Engineering Business Management*, 11, 1-10.
- Faridhal, M. (2019). Analisis transaksi pembayaran nontunai melalui e-wallet: Perspektif dari modifikasi model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 1-17.
- Gayatrie, M.S., A. Kusyanti, A & Saputra, M. C (2017). Analisis penerimaan OS Windows 10 dengan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1(6), 514-523.
- Harsono L.D, & Suryana L.A (2014). *Factors affecting the use behavior of social media using UTAUT 2 model*. Proceedings of the First Asia-Pacific Conference on Global

- Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP14 Singapore Conference), Paper ID: S471.
- Ispriandina, A. & Sutisna, M. (2019). *Faktor-faktor penerimaan teknologi yang memengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung*. Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar, *10*(1), 1046-1055.
- Jambulingam, M. (2013). Behavioural intention to adopt mobile technology among tertiary students. *World Applied Sciences Journal*, *22*(9), 1262-1271.
- Katadata (2019). Inilah daftar dompet digital terbesar di Indonesia. [online] . Available at <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompet-digital-terbesar-di-indonesia> [Accessed 26 January 2020].
- Kompas (2019). LinkAja mulai beroperasi 1 Maret 2019?. [online]. Available at <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/02/22/074804226/linkaja-mulai-beroperasi-1-maret-2019?page=all> [Accessed 26 January 2020].
- Kwateng, K. O., Atiemo, K. A. O., & Appiah, C.(2019). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, *32*(1), 118-151.
- Lubis, M. F. T. & Rahmiati, F. (2019). User acceptance of online travel agents agent for millenials and gen Z. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, *3*(2), 375– 388.
- Nugroho, K. T., Kusriani, & Sudarmawan (2018). *Pengujian Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah berbasis Web Kabupaten Majalengka dengan Menggunakan UTAUT 2*. Prosiding Seminar Nasional GEOTIK 2018, 111-120.
- Nugroho, P., Winarno, W.W., & Hartanto, R. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan mobile payment dengan pendekatan extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. Prosiding Seminar Nasional CITEE 2017, 226-233.
- Nuriska, A., Asakdiyah, S., & Setyawan, R. R. (2018). Factors affecting behavior intention in using Go-Pay with the Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT 2). *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, *1*(2), 107-114.
- Pertiwi, N.W. & Ariyanto, D. (2017). Penerapan model UTAUT 2 untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan mobile banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, *18*(2), 1369-1397.
- Putri, D. A., Indrawati, & Harsono, L. D. (2017). The use of Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 model to analyze factors influencing continuance intention of e-payment adoption (A case study of Go-Pay from Indonesia). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, *6*(11), 1322-1326.
- Raman, A & Don Y. (2013). Preservice teachers' acceptance of learning management software: An application of the UTAUT2 Mode. *International Education Studies*, *6*(7), 157-164.
- Ramdhani, A.B., Rachmawati, I., & Prabowo, F.S.A, (2017). Pengaruh adopsi teknologi layanan uang elektronik Telkomsel Cash menggunakan pendekatan UTAUT2. *e-Proceeding of Management* , *4*(1), 53-60.
- Sutanto, Ghozali, I., & Handayani, R.S. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Daerah (SIPKD) dalam perspektif Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT2) di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, *15*(1), 37-68.

- Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., dan Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Zhulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan layanan e-money di Indonesia dengan menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *Majalah Ilmiah Unikom*, 15(2), 155-166.