

Adoption of UTAUT 2 model in analyzing the use of electronic money

Fitri Rahmadhani^{1*}, Perengki Susanto¹

¹Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

ARTICLE INFO

Received 10 May 2021
Accepted 21 June 2021
Published 30 June 2021

Keywords:

Usage evaluation; quantitative methods; e-money; UTAUT 2

DOI:10.24036/jkmbxxxxxxx

Kata Kunci:

Usage evaluation; quantitative methods; e-money; UTAUT 2

ABSTRACT

In recent years, new financial services has been using technology as an intermediary. Every year transactions using electronic money continue to increase. This research was conducted related to the evaluation of the use of e-money in Padang City, West Sumatra. The purpose of this study was to evaluate the use of e-money in Padang City. This research used UTAUT 2 model which influencing the use of electronic money in Padang, West Sumatra using quantitative methods with the Smart PLS 3 analysis with 250 respondents. The sampling in this study used the purposive sampling method. The results of this study indicate that from social influence (SI), hedonic motivation (HM), habit (HT), behavior intention (BI), and use behavior (UB) benefits of this research is that it provides recommendations related to the UTAUT 2 model which can be used as consideration for future development of electronic money.

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, layanan keuangan baru telah menggunakan teknologi sebagai perantara. Setiap tahun transaksi menggunakan uang elektronik terus meningkat. Penelitian ini dilakukan terkait evaluasi penggunaan *e-money* di kota Padang, Sumatera Barat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi penggunaan *e-money* di kota Padang. Penelitian ini menggunakan model UTAUT 2 yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik di kota Padang, Sumatera Barat menggunakan metode kuantitatif dengan analisis Smart PLS 3 dengan 250 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari pengaruh sosial (SI), motivasi hedonis (HM), kebiasaan (HT), niat perilaku (BI), dan perilaku penggunaan (UB) manfaat dari penelitian ini adalah memberikan rekomendasi terkait UTAUT 2 model yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan uang elektronik ke depan.

How to cite: Rahmadhani, F., & Susanto, P. (2021). Adoption of UTAUT 2 model in analyzing the use of electronic money. *Operations Management and Information System Studies 1 (2)*, 113-123. <https://doi.org/10.24036/jkmb.xxxxxxx>



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited ©2021 by author

* Corresponding author: fitriahmadhani12@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada masa globalisasi dikala ini, pertumbuhan teknologi data berkembang dengan pesat. Pertumbuhan ini diisyaratkan dengan aktivitas manusia secara manual. Bersamaan berjalannya waktu, pertumbuhan teknologi data terus menghasilkan inovasi baru. Inovasi dalam konsep yang luas sesungguhnya tidak cuma terbatas pada produk. Inovasi bisa berbentuk ilham, gagasan, praktek ataupun objek atau barang yang dipersepsikan oleh seorang selaku sesuatu yang baru (Suryani, 2008). Pertumbuhan teknologi data membagikan akibat ke bermacam bidang. Bidang financial ataupun keuangan ialah salah satu yang terserang akibatnya. bidang financial timbul dengan inovasi terkini dengan memakai pelaksanaan teknologi data selaku layanan keuangan yang ditawarkan. Sebagian tahun belum lama ini timbul layanan keuangan yang baru dengan memakai teknologi selaku media perantaranya salah satunya merupakan uang elektronik (*e- money*).

Dilihat dari fenomena yang berkembang sekarang, uang kertas disorot karena juga berperan dalam proses penyebaran virus Corona (COVID-19), untuk itu uang elektronik atau *e-money* jauh lebih praktis dan aman digunakan dibandingkan dengan uang fisik, khususnya masyarakat berkembang. Indonesia merupakan negara berkembang dengan pesatnya pertumbuhan industri layanan elektronik di industri keuangan serta sistem layanan elektronik yang telah banyak digunakan dengan terbitnya ketentuan Bank Indonesia tahun 2016 mengenai lahirnya pembayaran secara elektronik sebagai pembayaran utama di Indonesia sehingga organisasi non-bank juga telah banyak menetapkan ketentuan uang elektronik sebagai ketetapan standar baru guna untuk kemudahan konsumen. ini juga dibuktikan melalui laporan akhir Bank Indonesia yang mana Indonesia mengalami kenaikan jumlah instrumen uang elektronik dari 173.825.919 (Januari, 2019) menjadi 313.785.298 (Januari, 2020).

Tingkat pengguna uang elektronik (*e-money*) di Kota Padang lebih dominan yaitu sebesar 67% dibandingkan dengan yang tidak menggunakan uang elektronik (*e-money*) yaitu sebesar 33%. Jadi dapat disimpulkan secara survey awal tingkat pengguna uang elektronik (*e-money*) di kota Padang lebih banyak dibandingkan tidak menggunakan.

Pada permasalahan tersebut, ada model buat mengukur serta mengevaluasi pemakaian teknologi, salah satunya yang hendak digunakan dalam riset ini merupakan model UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*). UTAUT 2 ialah pengembangan dari model UTAUT yang tadinya, dimana UTAUT2 mangulas penerimaan serta pemakaian dari suatu teknologi yang lebih berpusat pada konteks konsumen (Venkatesh, *et al.*, 2012). Tujuan dari model UTAUT 2 menyatakan bahwa adanya adopsi dan penggunaan teknologi bergantung pada tujuh elemen utama yaitu *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Motivation Hedonism (HM)*, *Prize Value (PV)*, *Habit (H)*, *Behavior Intention (BI)*, *Use behavior (UB)*.

Performance Expectancy (PE) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaannya., *Effort Expectancy (EE)* merupakan tingkat kemudahan terkait dalam pengguna sistem. *Social Influence (SI)* merupakan sejauh mana seseorang individu memandang bahwa orang lain percaya bahwa dia harus menggunakan sistem yang baru. *Facilitating Conditions (FC)* adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada untuk mendukung penggunaan sistem. *Motivation Hedonism (HM)* merupakan hal yang menyenangkan kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi, dan telah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi. *Prize Value (PV)* merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi konsumen. *Habit (H)* menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan suatu system dalam kesehariannya. *Behavior Intention (BI)* merupakan tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi. *Use behavior (UB)* Perilaku pengguna adalah intensitas pengguna dalam menggunakan suatu teknologi yang baru. Venkatesh *et al.* (2012)

menjelaskan bahwa UTAUT 2 tidak hanya menerangkan mengenai teknologi namun juga mempertimbangkan konsumen.

Dalam meningkatkan kenyamanan bertransaksi serta pertumbuhan teknologi data dalam menunjukkan suatu keunggulan serta menawarkan bermacam kemudahan layanan buat mendapatkan nasabah yang pastinya dengan memakai energi dukung teknologi data semacam *e-money* ini. Padang selaku ibu kota provinsi Sumatera Barat mempunyai energi tarik tertentu selaku kota kesenian serta kebudayaan yang setiap tahunnya menyelenggarakan berbagai festival untuk mendukung pariwisata dan mempunyai bermacam modal transportasi semacam halte, lapangan terbang, pelabuhan serta kereta api yang menyambungkan antar kota lainnya di Sumatera Barat, sehingga kota Padang menjadi tujuan singgah serta berkegiatan. Selaku sentral perdagangan, kota Padang sudah didukung oleh pusat perbelanjaan modern yang tersedia sekaligus pasar tradisional. Bidang perekonomian yang berasal dari perdagangan dan jasa membuat Kota Padang bisa menjadi salah satu sasaran untuk pengembangan uang elektronik. Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti ingin melakukan evaluasi penggunaan uang elektronik pada masyarakat di kota Padang.

KAJIAN LITERATUR

Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) 2

Pada tahun 2003, Venkatesh dan beberapa peneliti lain mengeluarkan sebuah ide metodologi penerimaan pengguna (*user acceptance*) yaitu *unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT)*. Pada model ini terdapat 4 variabel yang memiliki peranan penting, yaitu :

1. *Performance expectancy* yang memiliki hubungan dengan lima variabel model sebelumnya yaitu *perceived usefulness (TAM/TAM2 dan C-TAM- TPB)*, *extrinsic motivation (MM)*, *job-fit (MPCU)*, *relative advantage (IDT)*, dan *outcome expectacuions (SCT)*.
2. *Effort expectancy* yang memiliki hubungan dengan tiga variabel dari model sebelumnya yaitu, *perceived ease of use (TAM/TAM2)*, *complexity (MPCU)*, dan *ease of use (IDT)*.
3. *Social influence* yang memiliki hubungan dengan empat variabel model sebelumnya yaitu, *subjective norm (TRA, TAM2, TPB/DTPB, dan C- TAM-TPB)*, *social factors (MPCU)* dan *image (TAM2/IDT)*.
4. *Facilitating Conditions* yang memiliki hubungan dengan tiga variabel model sebelumnya yaitu, *perceived behavioral control (TPB/ DTPB, CTAM-TPB)*, *facilitating conditions (MPCU)*, dan *compatibility (IDT)*.

Metode UTAUT merupakan sebuah model penelitian penerimaan pengguna yang bertujuan untuk menjelaskan niat pengguna untuk menggunakan suatu sistem dan perilaku penggunaan selanjutnya (Venkatesh *et al*, 2003). Menurut Venkatesh *et al* (2003) keunggulan UTAUT adalah mampu menjelaskan bagaimana perbedaan individu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi yaitu mampu menjelaskan hubungan antara manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan niat untuk menggunakan suatu teknologi.

Pada tahun 2013, Venkatesh dan beberapa peneliti lainnya mengembangkan model UTAUT pertama menjadi UTAUT 2. UTAUT 2 merupakan perkembangan model UTAUT sebelumnya dengan berfokus pada konteks konsumen Individu dimana konstruksi baru ditambahkan yaitu *habit*, *hedonic motivation*, dan *price value*. *Unifed Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)* tepat untuk digunakan karena teori/model ini adalah teori/model penerimaan teknologi terbaru yang merupakan unifikasi, sintesis, ataupun rangkuman dari delapan teori/model penerimaan teknologi yang telah ada sebelumnya. Tidak seperti UTAUT 1 yang konteksnya adalah organisasional, UTAUT 2 mampu menjelaskan penerimaan teknologi yang konteksnya adalah *consumer use* (Venkatesh *et al*, 2012).

Metode UTAUT2 merupakan sistesis atau penggabungan daripada elemen- elemen yang terdapat dalam delapan model penerimaan teknologi terkemuka lainnya dengan tujuan untuk memperoleh kesatuan pandangan mengenai *user* atau pengguna (Kusuma, 2015).

Model UTAUT memiliki variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen) dan variabel moderator. Variabel independen meliputi *Performance Expectance*, *Effort Expectance*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen meliputi *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*.

Uang Elektronik (E-Money)

Bank for International Settlement (BIS) dalam salah satu publikasinya pada bulan Oktober 1996 mendefinisikan uang elektronik ialah *monetary value measured in currency units stored in electronic form on an electronic device in the consumer's possession*.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik, Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor dahulu oleh pemegang kepada penerbit, yang tersimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau *chip*, dan nilai uang tersebut bukan merupakan simpanan serta digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

Uang elektronik yang dimaksud adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut.

Kerangka konseptual penelitian

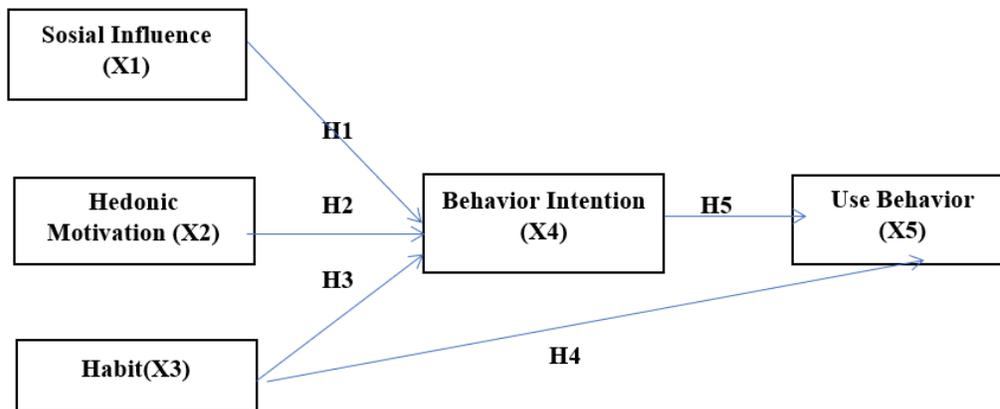
Kerangka konseptual digunakan untuk menggambarkan paradigma penelitian sebagai jawaban atas masalah penelitian. Kerangka konseptual dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu *Social Influence*, *Hedonism Motivation*, dan *Habit* yang mempengaruhi variabel terikat yaitu *Behavior Intention & Use Behavior* uang elektronik. Dengan adanya tiga variabel bebas dan dua variabel Terikat akan mendorong minat pemakai uang elektronik untuk menggunakannya.

Timbulnya *Behavior Intention & Use Behavior* untuk menggunakan sistem *e-money* dipengaruhi oleh munculnya *Social Influence*, *Hedonism Motivation*, dan *Habit* terhadap sistem tersebut. Jika variabel terikat bernilai positif akan mendorong *Use Behavior* yang semakin besar untuk menggunakan sistem tersebut, tetapi jika *Social Influence*, *Hedonism Motivation*, dan *Habit* adalah negatif maka akan dapat mengurangi *Behavior Intention & Use Behavior* seseorang dalam menggunakan sistem TI tersebut.

Layanan uang elektronik akan bermanfaat jika layanan tersebut mudah dimengerti serta mampu menjalin interaksi dengan penggunanya (Hadi & Novi, 2015). Pengukuran *use behavior* dilihat berdasarkan frekuensi penggunaan layanan elektronik yang dijalankan. Oleh karena itu tingkat kemanfaatan *mobile banking* akan mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistem tersebut. Maka dalam kaitannya dengan minat penggunaan *mobile banking*, apabila seseorang merasakan manfaat atas layanan *mobile banking*, maka ia akan berminat menggunakan layanan tersebut dan sebaliknya.

Kemudahan dan kepercayaan dalam penggunaan *e-money* memiliki arti bahwa dapat memberikan layanan yang dapat mudah dimengerti dan dipelajari oleh penggunanya, *customer* dapat dengan mudah melakukan transaksi sesuai dengan keinginannya. Dapat disimpulkan bahwa semakin mudah *uang elektronik* dipelajari dan digunakan maka semakin menarik keinginan *customer* untuk menggunakannya dan begitupun sebaliknya.

Jadi semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan *e-money* maka semakin sering pula ia menggunakannya untuk melakukan transaksi (Pavlou & Geffen, 2002). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Poon (2008), *social influence*, *hedonism motivation*, dan *habit* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna layanan *e-money*. Dan menyatakan bahwa ketersediaan fitur sebagai faktor manajemen operasional bank yang sangat penting untuk keberhasilan *e-money* (termasuk didalamnya *internet banking* dan *mobile banking*). Jadi kesimpulannya semakin tinggi tingkat *social influence*, *hedonism motivation*, dan *habit* yang disediakan maka semakin sering seseorang menggunakan (*use behavior*) *e-money* untuk melakukan transaksi. Berdasarkan uraian diatas untuk lebih memudahkan penelitian dan pembahasan, maka penulis akan merumuskan model kerangka konseptual dalam penelitian ini seperti yang terdapat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE

Penelitian dilakukan di Kota Padang, Sumatera Barat, dengan kriteria pengguna *e-money* berumur 18- 50 tahun, yang pelaksanaannya telah berlangsung pada bulan Maret-April 2021. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini merupakan *non probability sampling* maksudnya ilustrasi diseleksi pada tiap kelas ataupun kelompok cocok dengan proporsinya serta besar kesempatan tiap anggota populasi buat jadi ilustrasi sama besar. Tata cara ini digunakan buat menjamin supaya ilustrasi yang terpilih dapat mewakili seluruh populasinya, dengan mengikuti metode *puporsive sampling*, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini bahwa dari 205 data responden yang dikumpulkan, responden dengan jenis kelamin perempuan yang mendominasi, yaitu sebanyak 115 orang(57%) dan sisanya berasal dari responden laki-laki, yaitu sebanyak 88 orang (43%). Dari 250 banyaknya data responden yang dikumpulkan dalam penelitian ini, responden berusia 20-25 tahun(5) yang mendominasi, yaitu sebanyak 67 orang(33%) dan disusul dengan responden berusia 31-40 tahun(4) yaitu sebanyak 50 orang(27%), disusul dengan responden berusia 41-58 tahun(3) yaitu sebanyak 41 orang (20%), responden berusia 17-19 tahun(4) yaitu sebanyak 26 orang (13%). Jumlah responden yang paling sedikit berusia 26-30 tahun(5), yaitu sebanyak 18 orang(7%). Sebanyak 205 data responden yang terkumpul dalam penelitian ini, responden yang mendominasi berasal dari pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 86 orang (33%) dan disusul dengan

responden berasal dari PNS,TNI & Dokter yaitu sebanyak 51 orang (25%). Kemudian posisi selanjutnya berasal dari pekerjaan Pegawai Swasta/BUMN sebanyak 30 orang (15%). Kemudian disusul oleh pekerjaan lain-lain yaitu sebanyak 17 orang(8%). Kemudian posisi selanjutnya berasal dari pekerjaan Wiraswasta yaitu sebanyak 12 orang(6%). Kemudian posisi selanjutnya berasal dari pekerjaan Ibu Rumah Tangga yaitu sebanyak 4 orang(2%). Jumlah responden yang lebih sedikit berasal dari Pekerja Harian yaitu sebanyak satu orang (1%).

Dari 205 banyaknya data responden yang terkumpul dalam penelitian ini, responden yang telah menggunakan uang elektronik selama Sebulan Sekali, yaitu sebanyak 45 orang (22%) merupakan yang terbesar, disusul dengan responden yang telah menggunakan Seminggu Sekali, yaitu sebanyak 40 orang (20%). Kemudian posisi selanjutnya dengan responden yang telah menggunakan Hampir Setiap Hari sebanyak 39 orang (19%). Kemudian posisi selanjutnya dengan responden yang menggunakan Sekali dalam 4-5 hari sebanyak 35 orang (17%). Kemudian posisi selanjutnya dengan responden yang menggunakan Sekali dalam 2-3 hari sebanyak 17 orang (8%). Kemudian posisi selanjutnya dengan responden yang menggunakan 6 bulan Sekali sebanyak 12 orang (6%). Responden yang telah menggunakan selama Setiap Hari sebanyak 10 orang (5%). Responden yang telah menggunakan Setahun Sekali, yaitu sebanyak 3 orang (2%), Responden yang tidak pernah menggunakan yaitu sebanyak 2 orang (1%) merupakan yang terkecil.

Sebanyak 205 data responden yang terkumpul dalam penelitian ini, Pendapatan responden yang mendominasi memiliki pmenggunakan E-Money ialah dibawah 1 Juta yaitu sebanyak 63 orang (50%). Kondisi selanjutnya disusul oleh responden yang memiliki pendapatan diatas 3 Juta s.d besar sama 5 juta yaitu sebanyak 26 orang (21%). Kondisi selanjutnya disusul oleh masyarakat yang berpendapatan diatas 2 Juta s.d besar sma 3 juta yaitu sebanyak 23 orang (19%). Sementara kondisi minimum pendapatan pengguna emoney (uang elektronik) berada pada pendapatan diatas 1 juta s.d besar sma 2 Jutta yaitu sebanyak 14 orang (10%).

Tabel 1. Analisis Struktural Model (Inner Model)

B	T-test	Keterangan		t- test
		Jalur	B	
BI -> UB	0,20417	3.149	Significant	diterima/Valid
HM -> BI	0,13333	3.177	Significant	diterima/Valid
H_ -> BI	0,37986	10.308	Significant	diterima/Valid
H_ -> UB	0,18472	3.079	Significant	diterima/Valid
SI -> BI	0,15139	3.126	Significant	diterima/Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Variabel *behavior intention* ke *use behavior* dengan nilai 3.149, *hedonic motivation* terhadap *behavior intention* dengan nilai 3.177, *habit* terhadap *behavior intention* dengan nilai 10.308, *habit* terhadap *use behavior* dengan nilai 3.079, *social influence* terhadap *behavior intention* dengan nilai 3.126 sehingga dapat disimpulkan bahwasanya terdapat bahwa hubungan semua antar variabel menunjukkan signifikan dikarenakan bernilai diatas 1.645. Dengan kata lain hasil ini menunjukkan bahwa dari 5 hipotesis dapat diterima.

Dari hasil analisis *inner model*, merujuk pada nilai *t-test* menunjukkan bahwa H3 hubungan SI→BI diterima dengan nilai T-test 3.126 sehingga dapat diartikan bahwa SI memiliki pengaruh positif terhadap BI. Untuk *coefficient of determination* (R^2) dari jalur SI ke BI dinyatakan kuat dengan nilai 0.641 sejalan dengan penelitian terdahulu lainnya (Venkatesh, 2003; Venkatesh *et al.* 2012; Caroline, 2018). Selain itu didukung juga dengan hasil nilai *path coefficient* (β) 0,218 yang berarti SI juga berpengaruh secara

signifikan terhadap BI. Pada nilai *effect size* (f^2) menyatakan bahwa jalur SI ke BI **besar** dan *relative impact* (q^2) menyatakan bahwa jalur SI ke BI **kecil**.

Dengan nilai *t-test* 3.287 menunjukkan bahwa H5 hubungan HM→BI diterima. Hasil *t-test* itu didukung dengan hasil nilai *path coefficient* (β) 0.192 yang berarti berpengaruh secara signifikan HM terhadap BI. Untuk *coefficient of determination* (R^2) dari jalur HM ke BI dinyatakan *moderate* dengan nilai 0,641. Pada nilai *effect size* (f^2) menyatakan bahwa HM ke BI besar dan *relative impact* (q^2) yang menyatakan bahwa HM ke BI kecil. Sehingga dapat diartikan bahwa HM memiliki pengaruh positif terhadap BI, hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya (Venkatesh, *et al.* 2012; Huang & Kao, 2014; Sabarkah, 2018).

Dari hasil analisis *inner model*, mengarah pada nilai *t-test* 10.705 menunjukkan bahwa H7 hubungan HT→BI diterima. Didukung dengan hasil nilai *path coefficient* (β) 0,547 yang berarti tingkat signifikan HT terhadap BI. Untuk *coefficient of determination* (R^2) dari jalur H ke BI dinyatakan kuat dengan nilai 0,754. Pada nilai *effect size* (f^2) dinyatakan pula dengan nilai *moderate* dan *relative impact* (q^2) yang menyatakan bahwa HT ke BI kecil. Sehingga dapat diartikan bahwa HT memiliki pengaruh positif terhadap BI dan juga merupakan variabel dengan pengaruh yang paling besar, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Harsono & Suryana, 2014; Azis & Kamal, 2016; Kurniabudi, 2016; Gupta & Dogra, 2017) yang menghasilkan tingkat signifikan HT terhadap BI kuat.

Dari hasil analisis *inner model* yang dapat dilihat nilai *t-test* 3,008 menunjukkan bahwa H4 hubungan HT→UB diterima. Selain itu didukung juga dengan hasil nilai *path coefficient* (β) 0,266 yang berarti HT juga berpengaruh secara signifikan terhadap UB. Untuk *coefficient of determination* (R^2) dari jalur HT ke UB, dinyatakan lemah dengan nilai 0,275. Pada nilai *effect size* (f^2) menyatakan bahwa HT ke UB menengah dan *relative impact* (q^2) yang menyatakan bahwa HT ke UB kecil. sehingga dapat diartikan bahwa HT memiliki pengaruh positif terhadap UB, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya (Venkatesh, *et al.* 2012; Harsono & Suryana, 2014; Ramdhani *et al.*, 2017; Gupta & Dogra, 2017; Sabarkah, 2018) bahwa HT berpengaruh terhadap UB.

Nilai *t-test* 3,191 menunjukkan bahwa H5 hubungan BI→UB diterima. Selain itu didukung juga dengan hasil nilai *path coefficient* (β) 0,294 merupakan hasil nilai tertinggi dibandingkan dengan yang lain yang berarti BI juga berpengaruh secara signifikan terhadap UB sesuai dengan penelitian awal yang dilakukan Venkatesh *et al.* (2003). Untuk *coefficient of determination* (R^2) dari jalur UB ke BI dinyatakan lemah dengan nilai 0,275. nilai *effect size* (f^2) menyatakan bahwa BI ke UB dan *relative impact* (q^2) yang menyatakan bahwa BI ke UB kecil. Sehingga dapat diartikan bahwa BI memiliki pengaruh positif terhadap UB. Ini juga didukung dari penelitian sebelumnya (Venkatesh, 2012; Wu, 2016; Gupta & Dogra, 2017; Sabarkah, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Social Influence* (SI) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Habit* (HT) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Habit* (HT) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB), dan *Behavioral Intention* (BI) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB). Padang. Setelah melakukan analisis data menggunakan teknik analisis *Smart PLS* maka didapatkan hasil pengolahan hasil statistik untuk menguji hipotesis penelitian.

Maka, dari 5 *question* atau hipotesis penelitian ini hipotesis diterima ada sebanyak lima hipotesis yaitu *Social Influence* (SI) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Habit* (HT) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Habit* (HT) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB), dan *Behavioral Intention* (BI) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB). Dan 5 Hipotesis ini diterima. Seluruh hipotesis ini dinyatakan memiliki *Predictive Relevance* terlihat dari nilai *Predictive Relevance* (Q^2) diatas nilai nol.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka beberapa kesimpulan yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

- 1) Dari 205 banyaknya data responden yang terkumpul dalam penelitian ini, responden yang telah menggunakan uang elektronik selama Sebulan Sekali, yaitu sebanyak 45 orang (22%) merupakan yang terbesar, disusul dengan responden yang telah menggunakan Seminggu Sekali, yaitu sebanyak 40 orang (20%). Kemudian posisi selanjutnya dengan responden yang telah menggunakan Hampir Setiap Hari sebanyak 39 orang (19%). Kemudian posisi selanjutnya dengan responden yang menggunakan Sekali dalam 4-5 hari sebanyak 35 orang (17%). Kemudian posisi selanjutnya dengan responden yang menggunakan Sekali dalam 2-3 hari sebanyak 17 orang (8%). Kemudian posisi selanjutnya dengan responden yang menggunakan 6 bulan Sekali sebanyak 12 orang (6%). Responden yang telah menggunakan selama Setiap Hari sebanyak 10 orang (5%). Responden yang telah menggunakan Setahun Sekali, yaitu sebanyak 3 orang (2%), Responden yang tidak pernah menggunakan yaitu sebanyak 2 orang (1%) merupakan yang terkecil. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna Uang Elektronik (*E-Money*) di Kota Padang sudah cukup optimal dalam evaluasi penggunaan *e-money* di Kota Padang. Terlihat bahwa persentase menunjukkan pada angka penggunaan yang cukup tinggi.
- 2) Mayoritas hipotesis dalam penelitian ini diterima sebanyak lima hipotesis yaitu, $SI \rightarrow BI$, $HM \rightarrow BI$, $HT \rightarrow BI$, $HT \rightarrow UB$, dan $BI \rightarrow UB$. Lima hipotesis ini memiliki nilai *path coefficient* dan *t-test* diatas ambang batas dan dinyatakan diterima. Berdasarkan *path coefficient*, variabel dengan pengaruh terbesar ialah *habit* (HT) terhadap *behavioral intention* (BI) diikuti oleh *hedonic motivation* (HM) terhadap *behavioral intention* (BI) dan *behavior intention* (BI) terhadap *use behavior* (UB). Diikuti variabel *habit* (HT) terhadap *use behavior* (UB), diikuti oleh *social influence* (SI) terhadap *behavioral intention* (BI) dan yang berpengaruh paling terkecil adalah *hedonic motivation* (HM) terhadap *behavioral intention* (BI).
- 3) Variabel *habit* memiliki pengaruh paling besar didasari dengan kebiasaan pengguna menggunakan *e-money* yang cukup rutin dilihat dari analisis demografi dari intensitas penggunaan lebih dari 10 kali dalam seminggu. Sedangkan, variabel dengan pengaruh terkecil ialah *hedonic motivation* berdasarkan dengan pengguna uang elektronik di kota Padang.
- 4) Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *social influence*, *motivasi hedonisme* dan *habit* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavior intention* dan *use behavior* penggunaan *e-money*, serta berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan *e-money*. Hal ini juga menunjukkan nilai bahwa semakin tinggi untuk variabel *habit* seseorang dengan menggunakan *e-ticket* maka akan meningkatkan *use behavior* seseorang bahwa sistem tersebut memiliki manfaat yang besar dimasa yang akan datang.

REFERENSI

- Aggeliki Tsohou Habin Lee Zahir Irani Vishanth Weerakkody Ibrahim H. Osman Abdel L. Anouze Tunc Medeni, F. (2013). Transforming government : People , process and policy. Article information : *Transforming Government : People , Process and Policy*, 7(2), 240–255.
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514–538.
- Andia, A. M., & Zisook, S. (1991). Gender differences in schizophrenia: A literature review. *Annals of Clinical Psychiatry*, 3(4), 333–340.
- Asyraf, W. M., & Afthanorhan, B. W. (2013). A comparison of partial least square structural equation modeling (PLS-SEM) and covariance based structural equation modeling (CB-SEM) for

- confirmatory factor analysis. *International Journal of Engineering Science and Innovative Technology (IJESIT)*, 2(5), 198–205.
- Azis, E., & Kamal, R. M. (2016). Adopsi teknologi belanja online oleh konsumen UMKM dengan model Unified theory of acceptance and use of technology 2. *CR Journal, Vol. 02 No*, 19–38.
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418–430.
- Chou, Y., Lee, C., & Chung, J. (2004). Understanding m-commerce payment systems through the analytic hierarchy process. *Journal of Business Research*, 57(12 SPEC.ISS.), 1423–1430.
- Dehghan, F., & Haghighi, A. (2015). E-money regulation for consumer protection. *International Journal of Law and Management*, 57(6), 610–620.
- Dillon, A. (2006). Human acceptance of information technology. *International Encyclopedia of Ergonomics and Human Factors, Second Edition - 3 Volume Set*, 27(3), 425–478.
- Dzulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan layanan e-money di Indonesia dengan menggunakan model modifikasi unified theory of acceptance and use technology 2 (UTAUT 2). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15(2), 155–166.
- Frank, D., & Milković, M. (2018). Evaluation of electronic programme guide adoption using UTAUT2 based model. *Tehnicki Vjesnik*, 25(3), 884–890.
- Garson, G. D. (2016). *2016 Edition 2016 Edition*.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.
- 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, August*, 1–14.
- Hsieh, T. C., Yang, K. C., Yang, C., & Yang, C. (2013). Urban and rural differences: Multilevel latent class analysis of online activities and e-payment behavior patterns. *Internet Research*, 23(2), 204–228.
- Kalamatianou, M. A., & Malamateniou, F. (2017). An Extended UTAUT2 Model for e-Government Project Evaluation. *Icds 2017: The Eleventh International Conference on Digital Society, c*, 48–54.
- Kante, M., Kipchumba Chepken, C., Oboko, R., & Chicken, C. (2018). Partial least square structural equation modelling ' use in information systems : An updated guideline of practices in exploratory settings developing a maturity model for the adoption of mobile-based internet of things health services in South Africa . *Kabarak Journal of Research & Innovation*, 6(1), 49–67.
- Katadata. (2019). *Mandiri e-Money, Uang Elektronik Terpopuler di Indonesia*. Diakses di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/27/mandiri-e-money-uang-elektronik-terpopuler-di-indonesia>.

- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84–95.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kusuma, V. (2015). *Pengembangan dan analisis kualitas sistem informasi ekstrakurikuler berbasis web di SMA Negeri 1 Purbalingga*. Yogyakarta: UNY.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13.
- Miliani, L., & . M. T. D. I. (2013). Adoption behavior of e-money usage. *Information Management and Business Review*, 5(7), 369–378.
- Mulyanto, F. (2015). Pemanfaatan cryptocurrency sebagai penerapan mata uang Rupiah kedalam bentuk digital menggunakan teknologi bitcoin. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 4(4), 2302–5700.
- Ozkan, S., Hackey, R., & Bindusara, G. (2014). Facilitating the adoption of e-payment systems : Theoretical constructs and empirical analysis. *Journal of Enterprise Information Management*, 23(3), 220–240.
- Parastiti, D. E. P., Mukhlis, M., & 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.
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54(May).
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik (Studi kasus pada masyarakat di kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Prinz, A. (1999). Money in the real and the virtual world: e-money, c-money and the demand for cb-money. *NETNOMICS: Economic Research and Electronic Networking*, 1(1), 11–35.
- Putra, G., & Ariyanti, M. (2017). Pengaruh faktor-faktor dalam modified unified theory of acceptance and use of technology 2 (UTAUT 2) terhadap niat prospective users untuk mengadopsi home digital services PT. telkom di Surabaya. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(1), 59.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 1–8.
- Sebuah, C. M., Sebuah, T. O., & Sebuah, A. P. (2014). *Jurnal Internasional Manajemen Informasi Memahami adopsi Internet banking : Sebuah teori terpadu tentang penerimaan dan penggunaan teknologi dan penerapan risiko yang dirasakan*. 34, 1–13.

Sharma, R., Singh, G., & Sharma, S. (2020). Modelling internet banking adoption in Fiji: A developing country perspective. *International Journal of Information Management*, 53(June 2019).

Sukmadinata, N. S. (2009). *Metode Penelitian Pendekatan*.

Susanto, P., Hoque, M. E., Hashim, N. M. H. N., Shah, N. U., & Alam, M. N. A. (2020). Moderating effects of perceived risk on the determinants–outcome nexus of e-money behaviour. *International Journal of Emerging Markets*.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.

Vlasov, A. V. (2017). *The Evolution of E-Money*. XX(1), 215–224.