

## ANALISIS PENERAPAN APLIKASI OVO MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 3 PADA PENGGUNA

Diska Romadona Putra<sup>1)</sup>, Diana Supelti<sup>2)</sup> Abdul Yusuf<sup>3)</sup>

<sup>1</sup>Universitas Singaperbangsa Karawang  
Email: [diskaromadona7@gmail.com](mailto:diskaromadona7@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Singaperbangsa Karawang  
Email: [dianasupelti1234@gmail.com](mailto:dianasupelti1234@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Singaperbangsa Karawang  
Email: [abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id](mailto:abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id)

**Abstrak:** Perkembangan fintech di Indonesia semakin tinggi karena dapat memudahkan transaksi yang dilakukan manusia. OVO merupakan salah satu digital payment yang berkembang di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerimaan masyarakat terhadap aplikasi OVO dengan menguji fenomena menggunakan model penelitian UTAUT 3. Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif berupa analisis jalur dengan menggunakan software SmartPLS. Adapun pada penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner dan mendapatkan 56 responden. Populasi dari penelitian ini merupakan pengguna aplikasi OVO dan teknik sampling menggunakan Simple random sampling kemudian didapatkan 56 responden. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa *facilitating condition*, *hedonic motivation* dan *habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*. Lalu *habit* dan *behavior intention* ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavior*. *Hedonic motivation* menjadi satu-satunya variabel yang memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *use behavior* melalui *behavior intention*.

**Kata kunci:** *Fintech; Digital Payment; UTAUT 3; OVO; SmartPLS*

**Abstract:** The development of fintech in Indonesia is getting higher because it can facilitate transactions made by humans. OVO is one of the digital payments that is developing in Indonesia. This research was conducted to find out how the public's acceptance of the OVO application by testing the phenomenon using the UTAUT 3 research model. This study used quantitative data analysis in the form of path analysis using SmartPLS software. As for this study, researchers distributed questionnaires and got 56 respondents. The population of this study were users of the OVO application and the sampling technique used simple random sampling and then 56 respondents were obtained. The results of this study found that *facilitating conditions*, *hedonic motivation* and *habits* have a significant influence on *behavioral intentions*. Then *habits* and *behavioral intentions* were found to have a significant influence on *usage behavior*. *Hedonic motivation* is the only variable that has an indirect effect on *usage behavior* through *behavioral intentions*.

**Keywords:** *Fintech; Digital Payment; UTAUT 3; OVO; SmartPLS*

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia, sehingga hampir semua kegiatan manusia sudah terdigitalisasi termasuk juga didalamnya aspek *finance* yang memudahkan kita untuk melakukan transaksi. Pandemi COVID-19 juga memaksa kita untuk melakukan kegiatan sehari-hari secara *physical distance*. Hal ini kemudian mengakibatkan perusahaan *financial technology* berkembang pesat di Indonesia. Menurut definisi yang dijabarkan oleh National Digital Research Center (NDRC), *Financial Technology* adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi dibidang jasa finansial istilah tersebut berasal dari kata "*financial*" dan "*technology*" (*FinTech*) yang mengacu pada inovasi finansial dengan sentuhan modern (Wicaksono & Krisnadi, 2017). *Fintech* saat ini terbagi menjadi beberapa jenis yaitu, *crowdfunding*, *peer-to-peer landing*, *market agregator*, *payment*, *clearing*, dan *settlement*. *Fintech* di Indonesia mulai berkembang pesat pada tahun 2016 hingga 2017 dan menjadi trend sampai saat ini. (Mutiara et al., 2019)

OVO adalah sebuah serambi pembayaran digital Indonesia yang berfokus pada layanan *digital payment*. *Digital payment* adalah salah satu jenis dari *fintech* merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non-tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. Sebagian orang mengenal *digital payment* ini sebaga dompet digital

atau uang ponsel yang bisa digunakan membayar berbagai transaksi yang telah tersedia (Puspita, 2019).

Menurut Laporan Buku Inc. yang bertajuk “Mobile Wallets Report 2021” menunjukkan bahwa OVO menguasai pasar dompet digital (*e-wallet*) sebesar 38,2% menggeser Shoppe Pay di posisi kedua dengan presentase 15,6% diikuti Linkaja 13,9%, Gopay 13,2% dan yang terakhir adalah Dana sebesar 12,2%. OVO dimiliki oleh perusahaan Lippo Group, meski secara mayoritas kini dimiliki oleh Grab. OVO merupakan *e-wallet* yang paling sering digunakan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dibandingkan kompetitornya jika merujuk survei yang dilakukan oleh Mandiri Institute. Dalam survei tersebut OVO memimpin sebanyak 75% responden UMKM menggunakan OVO untuk bertransaksi. Kemudian di posisi kedua ada Gopay dengan presentase 66% dan yang paling terakhir adalah DANA dengan presentase 27% pelaku UMKM mengaku menggunakannya untuk kegiatan transaksi.

Berdasarkan data tersebut yang menunjukkan bahwa perkembangan *fintech* terutama dalam bidang *digital payment* membuka peluang untuk perusahaan-perusahaan *fintech* untuk memanfaatkan peluang ini. Atas dasar itulah peneliti berusaha mencari tahu bagaimana penerimaan masyarakat terhadap teknologi keuangan ini menggunakan model penelitian *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

Venkatesh selaku pencetus model penelitian UTAUT 1 dan kemudian ia kembangkan menjadi UTAUT 2. Dia menemukan bahwa terdapat empat variabel utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Sedangkan yang lain tidak signifikan sebagai determinan langsung dari *behavioral intention*. Disamping itu terdapat pula empat moderator: *gender*, *age*, *voluntariness*, dan *experience* yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada *behavioral intention* dan *use behavior* (Handayani & Sudiana, 2017).

Kemudian (Farooq, 2017) mengembangkan model penelitian tersebut dan yang diketahui sebagai model UTAUT 3. Terdapat delapan variabel determinan diantaranya : *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *habit*, *hedonic motivation*, *prize value* dan *personal innovativeness* yang dapat mengukur variabel *behavior intention* dan *use behavior*. The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) UTAUT merupakan suatu model atau metode untuk memahami sejauh mana sebagian besar pengguna dan mempersepsikan penerimaan dan pemanfaatan teknologi.

Dalam penelitian sebelumnya, (Lock et al., 2021) menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian memiliki pengaruh signifikan dan variabel *performance expectancy* dan *behavior intention* menjadi prediktor terbaik. Kemudian (Gunasinghe et al., 2020) menemukan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating conditions*, *habit* dan *hedonic motivation* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavior intention* untuk menggunakan e-Learning. Namun, *social influence* dan *personal innovativeness* di bidang TI bukanlah prediktor signifikan dari *use behavior* e-Learning.

Dalam penelitian ini bersamaan dengan fenomena meningkatnya penggunaan *digital payment* di Indonesia kami menyadari bahwa hal tersebut menjadi objek penelitian yang menarik. Atas dasar itulah peneliti berusaha mencari tahu bagaimana penerimaan masyarakat terhadap teknologi keuangan ini menggunakan model penelitian *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* (UTAUT 3).

## Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sekaran dalam (Nuraeni et al., 2021) Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan pengukuran kuantitatif untuk menguji hipotesis dengan tujuan menemukan generalisasi dan menekankan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat antara variabel.

Data diolah menggunakan analisis SEM dengan memanfaatkan SmartPLS sebagai alat untuk mengolah data responden yang telah terkumpul.

### 1.1 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan *skala likert* sebagai alat ukur dalam setiap pertanyaan. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yang termasuk dalam *probability sampling* lebih tepatnya menggunakan *Simple random sampling*. Adapun responden penelitian ini adalah pengguna *digital payment* OVO. Peneliti menyebarkan kuesior dengan total jawaban kembali sebanyak 56 orang responden yang terkumpul. Presentase responden terbanyak adalah perempuan dengan presentase 73% dan laki-laki sebanyak 27% yang menyatakan pernah menggunakan OVO sebagai alat transaksi.

### 1.2 Teknik Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan adalah analisis kuantitatif berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan software Smart PLS, dengan tahapan sebagai berikut:

- Pengujian Outer Model: Terdapat tiga kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan SmartPLS untuk menilai outer model yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score yang diestimasi dengan Software PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Namun untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini akan digunakan batas loading factor sebesar 0,60.
- Pengujian terhadap model struktural (Inner Model) : dilakukan dengan melihat nilai R-Square yang merupakan uji goodness-fit model.

## Hasil dan Pembahasan

### 2.1 Menilai Outer Model atau Measurement Model

Hasil pengolahan dengan menggunakan Smart PLS dapat dilihat pada Tabel 1 Nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel pada awalnya sudah memenuhi *convergen validity* karena seluruh sub indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,60. Apabila nilai loading factor yang muncul di bawah 0,60 maka indikator tersebut dikeluarkan dari penelitian ini.

**Tabel 1. Outer Loadings (Measurement Model)**

Kode	Performance Expectancy	Effort Expectancy	Social Influence	Facilitating Condition	Hedonic Motivation	Habit	Price Value	Personal Innovativeness	Behavior Intention	Use Behavior	Evaluasi
PE 1	0,779										Valid
PE 2	0,735										Valid
PE 3	0,652										Valid
PE 4	0,704										Valid
EE 1		0,546									Tidak Valid

EE 2	-0,743			<b>Tidak Valid</b>			
EE 3	0,822			Valid			
SI 1		0,979		Valid			
SI 2		0,625		Valid			
SI 3	-0,220			<b>Tidak Valid</b>			
FC 1		<b>0,071</b>		<b>Tidak Valid</b>			
FC 2		0,648		Valid			
FC 3		0,954		Valid			
HM 1			0,929	Valid			
HM 2			0,921	Valid			
HB 1			0,929	Valid			
HB 2			0,784	Valid			
PV 1				1,000	Valid		
PI 1					1,000	Valid	
BI 1					0,816	Valid	
BI 2					0,913	Valid	
UB 1						1,000	Valid

Sumber : Hasil Output SmartPLS

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan Smart PLS ditemukan beberapa indikator yang memiliki nilai di bawah 0,60. Maka peneliti memutuskan mengeluarkan indikator-indikator yang memiliki nilai di bawah 0,60 sehingga hanya tersisa indikator-indikator yang dikatakan valid. Berikut merupakan indikator-indikator valid yang kemudian dimasukkan kedalam model penelitian.

**Tabel 2. Outer Loadings (Measurement Model) Adjustment**

Kode	Performance Expectancy	Effort Expectancy	Social Influence	Facilitating Condition	Hedonic Motivation	Habit	Price Value	Personal Innovativeness	Behavior Intention	Use Behavior	Evaluasi
PE 1	0,779										Valid
PE 2	0,735										Valid
PE 3	0,652										Valid
PE 4	0,704										Valid
EE 3		1,000									Valid
SI 1			0,997								Valid
SI 2			0,666								Valid
FC 2				0,671							Valid
FC 3				0,954							Valid
HM 1					0,929						Valid
HM 2					0,921						Valid
HB 1						0,929					Valid
HB 2						0,784					Valid
PV 1							1,000				Valid
PI 1								1,000			Valid
BI 1									0,816		Valid

BI 2	0,913	Valid
UB 1	1,000	Valid

Sumber : Hasil Output SmartPLS

## 2.2 Discriminant Validity

*Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai loading dari setiap indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai loading yang paling besar dengan nilai loading lain terhadap variabel laten lainnya (Nuraeni et al., 2021).

Hasil pengujian *discriminant validity* yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut :

**Tabel 3. Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)**

	<i>Behavior Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Hedonic Motivation</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Personal Innovativeness</i>	<i>Prize Value</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
<i>Behavior Intention</i>	<b>0,866</b>									
<i>Effort Expectancy</i>	0,218	<b>1,000</b>								
<i>Facilitating Condition</i>	0,379	0,254	<b>0,825</b>							
<i>Habit</i>	0,557	0,171	0,386	<b>0,825</b>						
<i>Hedonic Motivation</i>	0,594	0,172	0,355	0,340	<b>0,925</b>					
<i>Performance Expectancy</i>	0,428	0,243	0,453	0,415	0,604	<b>0,719</b>				
<i>Personal Innovativeness</i>	0,187	0,007	0,003	0,288	-0,010	0,018	<b>1,000</b>			
<i>Prize Value</i>	0,358	0,203	0,287	0,339	0,368	0,310	0,125	<b>1,000</b>		
<i>Social Influence</i>	-0,193	0,188	0,198	0,010	-0,201	-0,080	0,194	0,037	<b>0,848</b>	
<i>Use Behavior</i>	0,622	0,329	0,136	0,578	0,357	0,336	0,233	0,120	-0,087	<b>1,000</b>

Sumber : Hasil output SmartPLS

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai loading factor untuk setiap indikator dari masing-masing variabel laten telah memiliki nilai loading factor yang paling besar dibanding nilai loading jika dihubungkan dengan variabel laten lainnya. Hal ini berarti setiap variabel laten telah memiliki *discriminant validity* yang memadai/baik dimana mayoritas variabel laten sudah tidak memiliki pengukur yang berkorelasi tinggi dengan konstruk lainnya.

## 2.3 Mengevaluasi Realibility dan Average Variance Extracted (AVE)

Kriteria validity dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilainya 0,70 dan AVE berada diatas 0,50. Pada tabel 4 disajikan nilai Composite Reliability dan AVE untuk seluruh variabel (Nuraeni et al., 2021).

**Tabel 4. Composite Reliability dan Average Variance Extracted**

Variable	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Performance Expectancy</i>	0,810	0,517
<i>Effort Expectancy</i>	1,000	1,000

<i>Social Influence</i>	0,831	0,719
<i>Facilitating Condition</i>	0,805	0,681
<i>Hedonic Motivation</i>	0,922	0,856
<i>Habit</i>	0,894	0,739
<i>Prize Value</i>	1,000	1,000
<i>Personal Innovativeness</i>	1,000	1,000
<i>Behavior Intention</i>	0,857	0,750
<i>Use Behavior</i>	1,000	1,000

Sumber : Hasil Output SmartPLS

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai composite reliability di atas 0,70 dan AVE diatas 0,50 sebagaimana kriteria yang direkomendasikan.

#### 2.4 Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-square dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural seperti terlihat pada gambar 2. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Tabel 5 merupakan hasil estimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS.

**Tabel 5. Nilai R-Square**

Variable	R-Square
<b>Behavior Intention</b>	0,545
<b>Use Behavior</b>	0,497

Sumber : Hasil Output SmartPLS

Tabel Nilai R-Square diatas menunjukkan nilai R-Square *Behavior Intention* sebesar 0,545 dan *Use Behavior* sebesar 0,497. Maka dapat disimpulkan bahwa sebesar 54% variabel *Behavior Intention* dapat dijelaskan oleh variabel dalam penelitian dan sisanya dijelaskan variabel diluar penelitian. Lalu, *Use behavior* sebesar 50% dapat dijelaskan oleh variabel dalam penelitian dan sisanya dijelaskan variabel diluar penelitian.

#### 2.5 Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output result for inner weight. Tabel 6 memberikan output estimasi untuk pengujian model structural.

**Tabel 6. Result Total Direct Effect**

Pengaruh Variabel	Original Sample Estimate (O)	Mean of Sub Samples (M)	Standard Deviation (STEDEV)	T-Statistics ( O/STERR )	P Values
<b>Performance Expectancy &gt; Behavior Intention</b>	-0,072	-0,063	0,187	0,387	0,349
<b>Effort Expectancy &gt; Behavior Intention</b>	0,100	0,108	0,137	0,730	0,233
<b>Social Influence &gt; Behavior Intention</b>	-0,195	-0,136	0,171	1,142	0,127
<b>Facilitating Condition &gt; Behavior</b>	0,141	0,110	0,151	0,933	0,176

<b>Intention</b>					
<b>Facilitating Condition &gt; Use Behavior</b>	-0,190	-0,180	0,106	<b>1,789</b>	<b>0,037</b>
<b>Hedonic Motivation &gt; Behavior Intention</b>	0,402	0,412	0,147	<b>2,731</b>	<b>0,003</b>
<b>Habit &gt; Behavior Intention</b>	0,326	0,340	0,192	<b>1,695</b>	<b>0,045</b>
<b>Habit &gt; Use Behavior</b>	0,374	0,370	0,129	<b>2,889</b>	<b>0,002</b>
<b>Prize Value &gt; Behavior Intention</b>	0,052	0,051	0,137	0,377	0,353
<b>Personal Innovativeness &gt; Behavior Intention</b>	0,129	0,094	0,120	1,074	0,142
<b>Personal Innovativeness &gt; Use Behavior</b>	0,036	0,039	0,103	0,347	0,364
<b>Behavior Intention &gt; Use Behavior</b>	0,479	0,484	0,111	<b>4,316</b>	<b>0,000</b>

Sumber : Hasil Output SmartPLS

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode bootstrap terhadap sampel. Pengujian dengan bootstrap juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian seperti terlihat pada tabel 6 di atas dengan bootstrapping dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

**Performance Expectancy**

H1 : *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*

Nilai koefisien jalur sebesar -0,072 dengan nilai t sebesar 0,387. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Performance Expectancy* memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hal ini berarti Hipotesis 1 ditolak.

**Effort Expectancy**

H2 : *Effort Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*

Nilai koefisien jalur sebesar 0,100 dengan nilai t sebesar 0,730. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Effort Expectancy* memiliki hubungan yang positif dan tidak signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hal ini berarti Hipotesis 2 ditolak.

**Social Influence**

H3 : *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*

Nilai koefisien jalur sebesar -0,195 dengan nilai t sebesar 1,142. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Social Influence* memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hal ini berarti Hipotesis 3 ditolak.

**Facilitating Condition**

H4a : *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*

Nilai koefisien jalur sebesar 0,141 dengan nilai t sebesar 0,933. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Facilitating Condition* memiliki hubungan yang positif dan tidak signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hal ini berarti Hipotesis 4a ditolak.

H4b : *Facilitating Conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behaviour*

Nilai koefisien jalur sebesar -0,190 dengan nilai t sebesar 1,789. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Facilitating Condition* memiliki hubungan yang negatif dan signifikan terhadap *Use Behavior*. Hal ini berarti Hipotesis 4b Ditolak.

**Hedonic Motivation**

H5 : *Hedonic Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*

Nilai koefisien jalur sebesar 0,402 dengan nilai t sebesar 2,731. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Hedonic Motivation* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hal ini berarti Hipotesis 5 Diterima.

**Habit**

H6a : *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*

Nilai koefisien jalur sebesar 0,326 dengan nilai t sebesar 1,695. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Habit* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hal ini berarti Hipotesis 6a Diterima.

H6b : *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behavior*

Nilai koefisien jalur sebesar 0,374 dengan nilai t sebesar 2,889. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Habit* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Use Behavior*. Hal ini berarti Hipotesis 6b Diterima.

**Price Value**

H7 : *Price Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*

Nilai koefisien jalur sebesar 0,052 dengan nilai t sebesar 0,377. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Price Value* memiliki hubungan yang positif dan tidak signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hal ini berarti Hipotesis 7 Ditolak.

**Personal Innovativeness**

H8a : *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*

Nilai koefisien jalur sebesar 0,129 dengan nilai t sebesar 1,074. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Personal Innovativeness* memiliki hubungan yang positif dan tidak signifikan terhadap *Behavior Intention*. Hal ini berarti Hipotesis 8a Ditolak.

H8b : *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behaviour*

Nilai koefisien jalur sebesar 0,036 dengan nilai t sebesar 0,347. Nilai tersebut lebih kecil dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Personal Innovativeness* memiliki hubungan yang positif dan tidak signifikan terhadap *Use Behavior*. Hal ini berarti Hipotesis 8b Ditolak.

**Behavior Intention**

H9 : *Behavioural Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behaviour*

Nilai koefisien jalur sebesar 0,479 dengan nilai t sebesar 4,316. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,684). Hasil ini berarti bahwa *Behavior Intention* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *Use Behavior*. Hal ini berarti Hipotesis 9 Diterima.

**Tabel 7. Result Total Indirect Effect**

Pengaruh Variabel	Original Sample Estimate (O)	Mean of Sub Samples (M)	Standard Deviation (STEDEV)	T-Statistics ( O/STERR )	P Values
Performance Expectancy > Behavior Intention > Use Behavior	-0,035	-0,034	0,092	0,378	0,353
Effort Expectancy > Behavior Intention > Use Behavior	0,048	0,060	0,074	0,648	0,259
Social Influence > Behavior Intention > Use Behavior	-0,094	-0,065	0,083	1,121	0,131
Facilitating Condition > Behavior Intention > Use Behavior	0,068	0,055	0,075	0,899	0,184
Hedonic Motivation > Behavior Intention > Use Behavior	0,193	0,199	0,083	<b>2,317</b>	<b>0,010</b>
Habit > Behavior Intention > Use Behavior	0,156	0,171	0,114	1,366	0,086
Prize Value > Behavior Intention > Use Behavior	0,025	0,020	0,063	0,395	0,347
Personal Innovariveness > Behavior Intention > Use Behavior	0,062	0,045	0,061	1,019	0,154

Sumber : Hasil output SmartPLS

**Simpulan**



Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka dari penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Performance Expectancy* mempengaruhi *Behavior Intention* sebesar 0,387 dan secara tidak langsung mempengaruhi *Use Behavior* melalui *Behavior Intention* sebesar 0,378.
2. *Effort Expectancy* mempengaruhi *Behavior Intention* sebesar 0,730 dan secara tidak langsung mempengaruhi *Use Behavior* melalui *Behavior Intention* sebesar 0,648.
3. *Social Influence* mempengaruhi *Behavior Intention* sebesar 1,142 dan secara tidak langsung mempengaruhi *Use Behavior* melalui *Behavior Intention* sebesar 1,121.
4. a. *Facilitating Condition* mempengaruhi *Behavior Intention* sebesar 0,933 dan secara tidak langsung mempengaruhi *Use Behavior* melalui *Behavior Intention* sebesar 0,899.  
b. *Facilitating Condition* mempengaruhi *Use Behavior* sebesar 1,789.
5. *Hedonic Motivation* mempengaruhi *Behavior Intention* sebesar 2,731 dan secara tidak langsung mempengaruhi *Use Behavior* melalui *Behavior Intention* sebesar 2,317.
6. a. *Habit* mempengaruhi *Behavior Intention* sebesar 1,695 dan secara tidak langsung mempengaruhi *Use Behavior* melalui *Behavior Intention* sebesar 1,366.  
b. *Habit* mempengaruhi *Use Behavior* sebesar 2,889.
7. *Prize Value* mempengaruhi *Behavior Intention* sebesar 0,377 dan secara tidak langsung mempengaruhi *Use Behavior* melalui *Behavior Intention* sebesar 0,395.
8. a. *Personal Innovativeness* mempengaruhi *Behavior Intention* sebesar 1,074 dan secara tidak langsung mempengaruhi *Use Behavior* melalui *Behavior Intention* sebesar 1,019.  
b. *Personal Innovativeness* mempengaruhi *Use Behavior* sebesar 0,347.
9. *Behavior Intention* mempengaruhi *Use Behavior* sebesar 4,316.

## Daftar Rujukan

- Farooq, M. S. et. al. (2017). Acceptance and Use of Lecture Capture System (LCS) in Executive Business Studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 8(3), 1–25. <https://doi.org/10.1108/ITSE-06-2016-0015>
- Gunasinghe, A., Hamid, J. A., Khatibi, A., & Azam, S. M. F. (2020). The adequacy of UTAUT-3 in interpreting academicians' adoption to e-Learning in higher education environments. *Interactive Technology and Smart Education*, 17(1), 86–106. <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2019-0020>
- Handayani, T., & Sudiana, S. (2017). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.159>
- Lock, M., Yee, S., & Abdullah, M. S. (2021). A Review of UTAUT and Extended Model as a Conceptual Framework in Education Research. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Matematik Malaysia*, 11, 1–20. <https://doi.org/10.37134/jpsmm.vol11.sp.1.2021>
- Mutiara, U., Candanni, L. R., & Hasibuan, R. R. (2019). Construction of Financial Technology in Banking Systems in Indonesia. *Jurnal Hukum Novelty*, 10(2), 150. <https://doi.org/10.26555/novelty.v10i2.a13920>
- Nuraeni, Y., Nasution, F. A., & Maulana, Z. (2021). Produktivitas Menggunakan SMARTPLS Measuring the Impact of Training on the Implementation of a Productive Work Culture in the Context of Increasing Productivity Using SmartPLS. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 15(4), 675–686.
- Puspita, Y. C. (2019). Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen*
- © 2022 J'Thoms (Journal Of Techonolgy Mathematics And Social Science)  
e-ISSN: 2829-3363



*Informatika*, 09(02), 121–128. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-manajemen-informatika/article/view/29471/26993>

Wicaksono, B. A., & Krisnadi, I. (2017). Analisis Pengembangan Strategi Bisnis Perusahaan Fintech Di Indonesia (Studi Kasus pada PT. Amarta Mikro Fintek). *Nn*, 1–9.