

**PENERAPAN MODEL UTAUT 2 (*UNIFIED THEORY OF
ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) UNTUK MEMPREDIKSI
NIAT BERPERILAKU DAN PERILAKU PENGGUNAAN DIGITAL
PAYMENT DANA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir Jurusan Manajemen FE UNP sebagai
syarat*

untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Disusun oleh :

INES HAFIZHAH ZAIN

18059034

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENERAPAN MODEL UTAUT 2 (*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE
AND USE OF TECHNOLOGY*) UNTUK MEMPREDIKSI NIAT
BERPERILAKU DAN PERILAKU PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT
DANA**

Nama : Ines Hafizhah Zain
NIM / BP : 18059034/2018
Jenjang Program : Strata (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Padang, 30 Juni 2022

Disetujui oleh

Mengetahui

Ketua Prodi Manajemen



Perengki Susanto, SE, M.Sc, P.hD
NIP. 19810404 200501 1 002

Pembimbing



Perengki Susanto, SE, M.Sc, P.hD
NIP. 19810404 200501 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

PENERAPAN MODEL UTAUT 2 (*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) UNTUK MEMPREDIKSI NIAT BERPERILAKU DAN PERILAKU PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DANA

Nama : Ines Hafizhah Zain
NIM / BP : 18059034/2018
Jenjang Program : Strata (S1)
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Penguji

Jurusan Manajemen (S1)

Universitas Negeri Padang

Padang, 30 Juni 2022

Tim Penguji

1. Perengki Susanto, SE, M.Sc, P.hD
2. Rahmiati, SE, M.Sc
3. Gesit Thabrani, SE, MT

Tanda Tangan

1. 
2. 
3. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ines Hafizhah Zain
NIM/Th Masuk : 18059034/2018
Tempat/Tgl Lahir : Batam, 18 Juli 2000
Program Studi : Manajemen S1
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Cendana Tahap 1 Blok B No. 2 Batam Centre
Hp/Telp : 0895329182710
Judul Skripsi : Penerapan Model Utaut 2 (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) untuk Memprediksi Niat Berperilaku dan Perilaku Penggunaan Digital Payment DANA

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, 30 Juni 2022



Ines Hafizhah Zain
NIM. 18059034

ABSTRAK

Ines Hafizhah Zain, (2018/18059034) : Penerapan Model UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) untuk Memprediksi Niat Berperilaku dan Perilaku Penggunaan Digital Payment DANA

Dosen Pembimbing

: Perengki, SE, M.Sc, Ph.D

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji: Penerapan Model UTAUT 2 untuk Memprediksi Niat Berperilaku dan Perilaku Penggunaan Pembayaran Digital DANA. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 272 sampel dengan kriteria masyarakat kota Padang, dan menggunakan pembayaran digital DANA, teknik pengambilan sampelnya adalah purposive sampling. Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis SEM dengan software SmartPLS versi 3.7.

Hasil penelitian ini adalah: Ekspektasi Kinerja, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berperilaku. Ekspektasi Usaha tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Niat Berperilaku. Pengaruh Sosial and Kondisi Memfasilitasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Niat Berperilaku. Niat Berperilaku, Kondisi Memfasilitasi, dan Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan.

Kata kunci: UTAUT 2, Niat Berperilaku, Perilaku Penggunaan, Pembayaran Digital.

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat kesehatan dan rahmatNya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Penerapan Model UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) untuk Memprediksi Niat Berperilaku dan Perilaku Penggunaan *Digital Payment* DANA”**. Sholawat beriringan salam penulis ucapkan buat junjungan kita yakni Nabi Besar Muhammad Sallallahu ‘Alaihi Wassalam yang telah membawa kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang yang dapat kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Untuk itu perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku pembimbing yang penuh perhatian dan kesabaran dalam membimbing dan memberikan masukan terhadap penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Rahmiati Dwita, SE, M.Sc selaku penguji I dan Bapak Gesit Thabrani SE, MT selaku penguji II yang selalu memberikan saran, kritikan agar skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Perengki Susanto, S.E, M.M, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Yuki Fitria, S.E, M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang sekaligus dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan segala arahan dan bimbingan kepada penulis selama menjalani perkuliahan, sehingga penulis sampai pada tahap ini.
6. Bapak Supan Weri Munandar, S.pd selaku staf administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah banyak membantu penulis dalam keperluan administrasi selama perkuliahan.

7. Bapak dan Ibu dosen pendidik dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis dalam menuntut ilmu selama perkuliahan hingga sampai tahap ini.
8. Bapak Ibu staf perpustakaan Universitas Negeri Padang dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
9. Teristimewa sekali kepada orang tua tercinta Ibu Rahmi Syofyan dan Ayah Indra Gunawan yang telah memberikan perhatian dan dukungan moril, do'a, materil dan juga kasih sayang yang tak ternilai harganya. Kemudian juga kepada keluarga besar yang selalu memberikan semangat tiada tara kepada penulis demi menyelesaikan skripsi ini.
10. Penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada teman baik dan rekan selama perkuliahan yaitu Frizka, Shandy, Daffa, Wilky, Dedy, Ronald, Syahri, Alfi, Tegar dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
11. Teman-teman se jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Tahun 2018 beserta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan dibalas oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala sebaik-baiknya Maha Pembalas. Penulis menyadari hasil penelitian ini masih banyak. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan penulisan laporan penelitian penulis di masa yang akan datang.

Penulis berharap semoga agar hasil penelitian ini berguna bagi semua pihak, atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Padang, Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Teori.....	13
1. UTAUT 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) .	13
2. Digital Payment.....	27
3. Aplikasi DANA.....	28
4. Pengaruh Performance Expectancy (PE) terhadap Behavioral Intention (BI) untuk menggunakan sistem Digital Payment DANA.....	29
5. Pengaruh Effort Expectancy (EE) terhadap Behavioral Intention (BI) untuk menggunakan sistem Digital Payment DANA.....	30
6. Pengaruh Social Influence (SI) terhadap Behavioral Intention (BI) untuk menggunakan sistem Digital Payment DANA.....	31
7. Pengaruh Facilitating Condition (FC) terhadap Behavioral Intention (BI) untuk menggunakan sistem Digital Payment DANA.....	32
8. Pengaruh Hedonic Motivation (HM) terhadap Behavioral Intention (BI) untuk menggunakan sistem Digital Payment DANA.....	32
9. Pengaruh Habit (H) terhadap Behavioral Intention (BI) untuk menggunakan sistem Digital Payment DANA.....	33
10. Pengaruh Price Value (PV) terhadap Behavioural Intention (BI) pada sistem Digital Payment DANA.....	33

11. Pengaruh Behavioral Intention (BI) terhadap Use Behaviour (UB) pada sistem Digital Payment DANA	34
12. Pengaruh Facilitating Condition (FC) terhadap Use Behaviour (UB) pada sistem Digital Payment DANA	34
13. Pengaruh Habit (H) terhadap Use Behaviour (UB) pada sistem Digital Payment DANA	35
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Konseptual.....	37
D. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi	41
2. Sampel.....	42
D. Jenis dan Sumber Data.....	43
1. Jenis Data	43
2. Sumber Data.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Penyebaran Angket (Kuisisioner)	44
F. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.....	44
1. Definisi Operasional.....	44
2. Variabel Penelitian	50
G. Instrumen Penelitian	52
H. Metode Analisis Data	52
1. Analisis Statistik Deskriptif	53
2. Analisis Statistik Inferensial.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
1. Profil Perusahaan DANA Indonesia	60
B. Hasil Penelitian.....	63
1. Karakteristik Responden	63

2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	66
C. Analisis Output PLS (Statistik Inferensial)	74
1. Model Pengukuran (Outer Model)	75
2. Validitas Diskriminan (Discriminant Validity).....	80
3. Uji Model Struktural (Inner Model).....	82
4. Pengujian Hipotesis	82
D. Pembahasan	89
1. Pengujian mengenai Hubungan Performance Expectancy Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention	89
2. Pengujian mengenai Hubungan Effort Expectancy Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention	90
3. Pengujian mengenai Hubungan Social Influence Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention	91
4. Pengujian mengenai Hubungan Facilitating Condition Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention	92
5. Pengujian mengenai Hubungan Hedonic Motivation Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention	93
6. Pengujian mengenai Hubungan Price Value Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention	94
7. Pengujian mengenai Hubungan Habit Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention	95
8. Pengujian mengenai Hubungan Behavioral Intention Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Use Behaviour.	95
E. Pengujian mengenai Hubungan <i>Facilitating Condition</i> Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap <i>Use Behaviour</i>	96
F. Pengujian mengenai Hubungan <i>Habit</i> Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap <i>Use Behaviour</i>	97
BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Teori-teori yang Mendasari Model UTAUT (Venkatesh et al, 2003) ..15	
Tabel 2. 2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian	51
Tabel 3. 2 Daftar Skor Jawaban Setiap Pertanyaan	52
Tabel 3. 3 Daftar Kriteria Tingkat Capaian Responden.....	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	65
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Performance Expectancy.....	66
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Effort Expectancy	67
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Social Influence	68
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Facilitating Condition	69
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Hedonic Motivation	70
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Price Value.....	71
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel Habit	72
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Behavioral Intention	73
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel Use Behaviour	74
Tabel 4. 13 Output Outer Loadings.....	76
Tabel 4. 14 Output Outer Loadings.....	78
Tabel 4. 15 Indikator Variabel yang didrop	79
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Average Variance Distracted (AVE).....	80
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Discriminant Validity	81
Tabel 4. 18 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	81
Tabel 4. 19 Hasil analisis R-square.....	82
Tabel 4. 20 Path Coefficient Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention	83
Tabel 4. 21 Path Coefficient Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention....	83
Tabel 4. 22 Path Coefficient Social Influence terhadap Behavioral Intention.....	84
Tabel 4. 23 Path Coefficient Facilitating Condition terhadap Behavioral Intention	85
Tabel 4. 24 Path Coefficient Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention	85
Tabel 4. 25 Path Coefficient Price Value terhadap Behavioral Intention	86
Tabel 4. 26 Path Coefficient Habit terhadap Behavioral Intention.....	87
Tabel 4. 27 Path Coefficient Behavioral Intention terhadap Use Behaviour.....	87
Tabel 4. 28 Path Coefficient Facilitating Condition terhadap Use Behaviour.....	88
Tabel 4. 29 Path Coefficient Habit terhadap Use Behaviour	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Aplikasi DANA	3
Gambar 2. 1 Model UTAUT 2.....	17
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 4. 1 Logo DANA Indonesia	60
Gambar 4. 2 CEO DANA Indonesia.....	60
Gambar 4. 3 Model Awal Hubungan Variabel yang Diteliti	77
Gambar 4. 4 Model Akhir Hubungan Variabel yang Diteliti.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Uji Coba Penelitian

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Variabel

Lampiran 4. Gambar Outer Model Awal

Lampiran 5. Gambar Outer Model Akhir

Lampiran 6. Outer Loading Awal dan Akhir Variabel yang Diteliti

Lampiran 7. Overview Data Akhir dan Bootstrapping

Lampiran 8. Tabulasi Data

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi terus berkembang dan telah merambah di segala sektor. Pada era modernisasi ataupun serba digital seperti saat ini seluruh pergerakan dituntut dan diharapkan untuk lebih cepat dimana waktu merupakan faktor utamanya, sehingga disini semua orang sangat memberikan perhatian lebih atas segala sesuatu yang berhubungan dengan waktu. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi pun diturut sertakan dalam pengembangan sektor ekonomi khususnya transaksi pembayaran. Kemajuan teknologi telah memungkinkan adanya berbagai fungsi baru untuk perangkat *mobile* yang mendukung beberapa jasa layanan keuangan seperti pembayaran tagihan, transfer ke rekening, pembayaran jarak jauh untuk pembelian barang dan jasa serta untuk isi ulang saldo (Oliveira et al., 2016; Kim et al., 2010). Pertumbuhan teknologi ini telah merevolusi sistem pembayaran tradisional. Masyarakat sekarang dapat melakukan berbagai transaksi pembayaran menggunakan metode baru, bukan metode tradisional uang tunai dan cek yang tidak cukup praktis.

Transaksi dalam bentuk digital yang membawa kemudahan dan efisiensi pembayaran bagi masyarakat di tengah pandemi COVID-19 ternyata berjalan cukup maksimal. Terbukti dan didukung dari data yang tercatat, penggunaan digital payment atau transaksi digital di Indonesia mencapai 65 persen dari jumlah masyarakat di Tanah Air. Transaksi digital sebagai adopsi teknologi

untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lebih tinggi, karena rata-rata pengguna digital customer naik 5,7 persen per bulan (DKSP BI). Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat mengubah pola hidup masyarakat menjadi lebih mengandalkan pada kehadiran teknologi informasi yang mempermudah segalanya menjadi lebih efektif, efisien, dan lebih ekonomis dibandingkan dengan gaya hidup sebelum adanya teknologi informasi (Suwandi & Elvira, 2018).

Pembayaran digital (*Digital Payment*) sebagai suatu cara transfer dana elektronik. Ketika seorang individu memulai transfer dana melalui media elektronik melalui otorisasi atau instruksi bank untuk mengkredit atau mendebet dan rekening yang dikelola dengan bank itu, itu disebut sebagai sistem pembayaran digital. Juga terdiri dari transaksi ATM, transfer melalui telepon, transfer point of sale, internet dan pembayaran kartu bersama dengan setoran langsung atau penarikan dana.

Penyelenggaraan pembayaran digital telah meluas seiring dengan meningkatnya kepemilikan *smartphone* di berbagai kalangan masyarakat. Pertumbuhan pembayaran digital di Indonesia didukung oleh perkembangan sistem pembayaran di sektor perbankan dan perkembangan industri telekomunikasi, serta penyedia perangkat lunak. Pembayaran digital dinilai sebagai metode pembayaran yang mudah dan efisien oleh para penggunanya. Baik untuk penggunaan untuk transaksi pribadi sehari-hari maupun penggunaan sebagai metode pembayaran oleh para merchant. *Digital payment* dapat meningkatkan inklusi keuangan karena memperkecil hambatan bagi masyarakat

dalam mengakses layanan jasa keuangan, sehingga masyarakat dapat dengan mudah melakukan transaksi pembayaran kecil (*Micropayment*) tanpa menggunakan uang tunai (Usman, 2017; Karnouskus, 2004). Pham & Ho (2015) dalam Oliveira et al., (2016) mengatakan bahwa *mobile payment* memungkinkan masyarakat menghilangkan kebutuhan untuk menggunakan uang tunai sehingga metode pembayaran *Digital Payment* ini dapat membantu pemerintah dalam mensukseskan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang telah dicanangkan pada tahun 2014.

DANA didirikan untuk menjawab perkembangan kebutuhan gaya hidup digital yang serba efisien, terutama dalam urusan transaksi pembayaran berbasis digital. Transaksi konvensional dengan menggunakan uang tunai sering kali menghalangi peningkatan produktivitas dan daya saing. Oleh karena itu DANA didirikan untuk mengoptimalkan transaksi pembayaran non-tunai oleh masyarakat. Dengan menggunakan layanan pembayaran berbasis *open-platform*, DANA dianggap memiliki kelebihan terutama dari segi adopsi penggunaannya. DANA tidak terpaku dengan keberadaan satu platform tertentu seperti *digital payment* yang lainnya.



Gambar 1. 1 Tampilan Aplikasi DANA

Sebuah startup bernama DANA (atau Dompot Digital Indonesia) pada tanggal 21 Maret 2018 secara resmi telah diperkenalkan sebagai salah satu layanan pembayaran digital di Indonesia. Berdasarkan sumber <https://www.dana.id/product> DANA meluncurkan fitur-fitur pembayaran digital indonesia yang bekerja sangat efektif dan praktis. Dana memudahkan masyarakat melakukan segala macam transaksi *cashless* dan *cardless* mulai dari pembelian pulsa atau paket data, pembayaran di berbagai merchant DANA, hingga pembayaran tagihan (listrik, air, BPJS, asuransi, dan cicilan), dengan DANA, dan kini masyarakat bisa melakukan transaksi metode *cashless* dimana saja dan kapan saja. DANA dapat digunakan untuk pembayaran *e-commerce* Bukalapak, pembelian tiket Tix.id, serta transfer pulsa dan saldo digital DANA lewat BBM. Untuk pengisian saldonya sendiri, pengguna dapat melakukan top-up melalui bank yang bermitra dengan DANA dan outlet Alfamart.

Adapun pertumbuhan DANA ini bersumber pada data dari App Annie, yaitu merupakan perusahaan penyedia analisis aplikasi dan data pasar aplikasi. Data App Annie menunjukkan peningkatan tertinggi terjadi 32 bulan setelah aplikasi DANA meluncur ke publik. Ketika itu, jumlah pengguna DANA melesat hingga mencapai 40 juta. DANA juga memiliki pengguna aktif bulanan yang relatif stabil sejak Q4 2018 hingga Q2 2019. Dana berhasil naik satu peringkat di kuartal 2 2019 menggantikan LinkAja di posisi ketiga. Pertumbuhan itu juga masih konstan, dan kini jumlah pengguna menyentuh lebih dari 79 juta pada akhir Juli 2021. Dengan adanya kemudahan dalam penggunaan dan

kemanfaatan besar pada suatu pembayaran digital tentu akan menjadi daya tarik dan pertimbangan bagi konsumen untuk menggunakan pembayaran digital. Dalam kemudahan penggunaan praktis dan keamanan. DANA memiliki keunggulan lebih, dibandingkan sistem pembayaran digital di aplikasi lainnya. Persepsi kemudahan, kemanfaatan dan resiko menjadi pertimbangan konsumen dalam penerimaan penggunaan teknologi *digital payment* tersebut. Layanan DANA turut didukung oleh 2 data center agar menjamin transaksi dapat terus berjalan tanpa gangguan. DANA juga sudah terintegrasi dengan sistem Kependudukan Catatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri. Lewat integrasi dengan Dukcapil ini, proses pendaftaran dan verifikasi akun pengguna aplikasi *digital payment* ini hanya memerlukan waktu yang singkat dan praktis.

Pada kasus tersebut, terdapat model untuk mengukur penggunaan teknologi *digital payment* oleh masyarakat, salah satunya yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*). UTAUT 2 merupakan pengembangan model UTAUT yang sebelumnya, dimana UTAUT 2 mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi yang lebih berpusat pada konteks konsumen (Venkatesh *et al*, 2012). Tujuan dari model UTAUT 2 adalah mengidentifikasi tiga variabel penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, memodifikasi beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT terdahulu, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh *et al*, 2012). Tiga variabel baru yang ditambahkan ialah *Hedonic Motivation* (HE), *Price Value* (PV), dan *Habit* (H).

UTAUT menunjukkan bahwa niat berperilaku (behavior intention) dan perilaku penggunaan suatu sistem (use behaviour) dipengaruhi oleh harapan kinerja (Performance Expectancy), harapan usaha (effort expectancy), pengaruh sosial (social influence), dan memfasilitasi kondisi (facilitating conditions) (Venkatesh et al., 2003). Harapan kinerja (Performance Expectancy) yaitu tingkat kepercayaan seorang individu bahwa menggunakan sistem dapat membantu dan memberikan keuntungan dalam melakukan pekerjaan. Seseorang akan menggunakan suatu sistem jika sistem tersebut mampu memberikan keuntungan dalam pembayaran yang mereka lakukan sehingga dapat menimbulkan niat untuk menggunakan sistem atau teknologi tersebut. Harapan usaha (effort expectancy) yaitu tingkat kemudahan terkait penggunaan sistem. Kemudahan dalam mengoperasikan sistem dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan sistem atau teknologi. Seseorang akan menggunakan suatu sistem jika mereka merasa sistem tersebut dapat dipahami dengan mudah. Pengaruh sosial (Social Influence) yaitu pentingnya lingkungan sosial dalam mempengaruhi dan meyakinkan seorang individu untuk juga menggunakan sistem baru. Hal ini berarti bahwa salah satu yang mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan sistem adalah jika mendapat anjuran dari orang-orang di sekitarnya, terutama orang terdekatnya. Memfasilitasi kondisi (Facilitating Conditions) merupakan tingkat kepercayaan seorang individu terhadap ketersediaan infrastruktur untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Hal ini berarti bahwa untuk menggunakan suatu sistem

diperlukan adanya infrastruktur dan teknis yang memadai seperti smartphone berbasis android, pulsa data, dan jaringan internet.

Peran *behavioural intention* sebagai prediktor *use behaviour* telah diterima secara luas dalam berbagai model penerimaan pengguna teknologi. *Behavioural Intention* didefinisikan sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, atau dengan kata lain, *behavioural intention* adalah seberapa besar keinginan seseorang dalam mengupayakan penggunaan teknologi dalam suatu lingkungan untuk mendukung kinerjanya. *Behavioural intention* dapat mengukur kemungkinan bahwa konsumen akan bertindak dengan cara tertentu di masa depan, seperti membeli/menggunakan produk lagi dan merekomendasikan kepada orang lain. (Venkatesh et al., 2012). Perilaku penggunaan (*use behaviour*) didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif individu dalam menggunakan suatu teknologi dengan frekuensi penggunaan aplikasi sebagai indikatornya. Intensitas atau frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan teknologi menunjukkan kemudahan penggunaan teknologi. Suatu teknologi yang sering digunakan menunjukkan bahwa teknologi tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan. Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha baik waktu dan tenaga pada pengguna dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi melalui teknologi (Venkatesh et al., 2012).

Adapun tiga variabel baru yang ditambahkan ialah Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) merupakan motivasi kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem atau teknologi. Nilai harga (*price value*) merupakan

biaya yang dibayar dengan manfaat yang didapatkan dari penggunaan sistem atau teknologi. Kebiasaan (*habit*) merupakan bagaimana seseorang menggunakan sistem atau teknologi dalam kesehariannya (Venkatesh et al, 2012).

Penulis mencoba mengkaitkan fenomena mengapa masyarakat Indonesia cukup antusias menggunakan layanan *digital payment* khususnya DANA dengan menggunakan model UTAUT 2 karena berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan, riset yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu banyak yang menggunakan model UTAUT untuk memahami penerimaan masyarakat terhadap penggunaan teknologi dalam digital payment, sistem informasi atau pembelajaran dan pemesanan e-ticket. Venkatesh et al., (2003) dalam penelitiannya menyatakan bahwa model UTAUT terbukti berhasil hingga 70% varian dalam menentukan niat berperilaku pengguna teknologi informasi dibandingkan teori lainnya sehingga peneliti yakin dengan model UTAUT 2 mampu membantu peneliti untuk memahami niat berperilaku dan perilaku penggunaan *digital payment* DANA.

Penelitian ini akan mengaplikasikan sembilan konstruk yang menjadi faktor penentu yang memainkan peran penting terhadap adopsi penggunaan teknologi yang terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*,; *price value* dan *habit* sebagai variabel independen, *behavior intention* dan *use behavior* sebagai variabel dependen (Venkatesh et al., 2012).

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas dengan **judul “Penerapan Model UTAUT 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) untuk Memprediksi Niat Berperilaku dan Perilaku Penggunaan Digital Payment DANA”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka identifikasi masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Mulai bermigrasinya penggunaan sistem pembayaran tunai menjadi sistem pembayaran non tunai atau sistem pembayaran digital.
2. Tingginya peningkatan penyebaran dan penggunaan sistem pembayaran digital di Indonesia.
3. Masih belum jelas faktor yang membuat *digital payment* DANA lebih unggul dan banyak digunakan oleh masyarakat.
4. Tingginya niat masyarakat untuk menggunakan aplikasi *digital payment* DANA yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan dari aplikasi tersebut.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka pembahasan selanjutnya penelitian ini terbatas pada pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation; price value* dan *habit* terhadap *behavior intention* dan *use behavior*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan kepada uraian latar belakang, maka dirumuskan bahwa permasalahan dalam penelitian ini ialah bagaimana penerimaan pengguna atas teknologi dalam penggunaan Digital Payment DANA, maka atas rumusan masalah terdapat beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Performance Expectancy* (PE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) Digital Payment DANA?
2. Bagaimana pengaruh *Effort Expectancy* (EE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) Digital Payment DANA?
3. Bagaimana pengaruh *Social Influence* (SI) terhadap *Behavioral Intention* (BI) Digital Payment DANA?
4. Bagaimana pengaruh *Facilitation Condition* (FC) terhadap *Behavioral Intention* (BI) Digital Payment DANA?
5. Bagaimana pengaruh *Hedonic Motivation* (HM) terhadap *Behavioral Intention* (BI) Digital Payment DANA?
6. Bagaimana pengaruh *Price Value* (PV) terhadap *Behavioral Intention* (BI) Digital Payment DANA?
7. Bagaimana pengaruh dan *Habit* (H).terhadap *Behavioral Intention* (BI) Digital Payment DANA?
8. Bagaimana pengaruh *Behavioral intention* (BI) terhadap Use Behaviour (UB) Digital Payment DANA?
9. Bagaimana pengaruh *Facilitation Condition* (FC) terhadap Use Behaviour (UB) Digital Payment DANA?

10. Bagaimana pengaruh *Habit* (H) terhadap Use Behaviour (UB) Digital Payment DANA?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ialah sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana pengaruh *Performance Expectancy* (PE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) *Digital Payment DANA*.
2. Menganalisis bagaimana pengaruh *Effort Expectancy* (EE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) *Digital Payment DANA*.
3. Menganalisis bagaimana pengaruh *Social Influence* (SI) terhadap *Behavioral Intention* (BI) *Digital Payment DANA*.
4. Menganalisis bagaimana pengaruh *Facilitation Condition* (FC) terhadap *Behavioral Intention* (BI) *Digital Payment DANA*.
5. Menganalisis bagaimana pengaruh *Hedonic Motivation* (HM) terhadap *Behavioral Intention* (BI) *Digital Payment DANA*.
6. Menganalisis bagaimana pengaruh *Price Value* (PV) terhadap *Behavioral Intention* (BI) *Digital Payment DANA*.
7. Menganalisis bagaimana pengaruh *Habit* (H) *Behavioral Intention* (BI) *Digital Payment DANA*.
8. Menganalisis bagaimana pengaruh *Behavioral intention* (BI) terhadap Use Behaviour (UB) *Digital Payment DANA*.
9. Menganalisis bagaimana pengaruh *Facilitation Condition* (FC) terhadap Use Behaviour (UB) *Digital Payment DANA*.

10. Menganalisis bagaimana pengaruh *Habit* (H) terhadap Use Behaviour (UB) *Digital Payment DANA*.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Sebagai pengembangan bagi ilmu pengetahuan di bidang teknologi khususnya mengenai niat berperilaku dan perilaku penggunaan teknologi oleh masyarakat dalam menggunakan pembayaran bentuk digital dan menjadi sumber pemikiran bagi [perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Memberikan masukan kepada perusahaan terkait DANA Indonesia mengenai penerimaan teknologi oleh masyarakat khususnya pengguna atas teknologi pembayaran digital aplikasi DANA, dan melalui penelitian ini DANA Indonesia dapat mengetahui faktor yang memengaruhi penerimaan masyarakat atas teknologi tersebut, sehingga perusahaan dapat mengetahui apa yang harus diperbaiki serta dapat melakukan peningkatan di faktor tertentu agar aplikasi dapat diterima oleh seluruh pengguna dan meningkatkan jumlah transaksi serta penggunaan pada aplikasi DANA.