

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan model yang disusun berdasarkan teori dasar mengenai perilaku pengguna teknologi dan model-model adopsi atau perilaku dan penerimaan pengguna teknologi yang berkembang sebelumnya, model ini dikemukakan oleh Venkatesh dan rekan-rekan pada tahun 2003 (Venkatesh, et al., 2003). Teori-teori dan model-model tersebut antara lain adalah: *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivation Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT) dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Model ini terdiri dari empat variabel sebagai faktor yang menentukan tujuan dan penggunaan teknologi informasi, yaitu: *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi upaya), *social influence* (pengaruh sosial) dan *facilitating conditions* (kondisi fasilitas) serta empat variabel sebagai moderator antara faktor penentu dengan tujuan dan penggunaan teknologi informasi, yaitu *age* (usia), *gender* (jenis kelamin), *experience* (pengalaman) dan *volunteerism* (kesukarelaan).

Kemudian pada tahun 2012 Venkatesh dan rekan-rekan mengemukakan pengembangan UTAUT menjadi UTAUT2 dengan menambahkan tiga faktor penentu tujuan dan penggunaan teknologi informasi, yaitu: *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga) dan *habit* (kebiasaan) dengan fokus pada tiga variabel moderator, yaitu *age* (usia), *gender* (jenis kelamin) dan

experience (pengalaman) (Venkatesh, et al., 2012). Penelitian ini menggunakan UTAUT2, karena termasuk model adopsi atau perilaku dan penerimaan teknologi informasi yang terbaru atau termuktakhir yang telah teruji dan tervalidasi pada penelitian-penelitian sebelumnya.

Performance expectancy (ekspektasi performa/kinerja) adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap meningkatnya prestasi kerja (Venkatesh, et al., 2003). Dalam konteks *mobile wallet*, ekspektasi kinerja dapat diartikan bagaimana *mobile wallet* dapat memberikan keuntungan konsumen atas metode pembayaran dibandingkan metode pembayaran lainnya. Selain itu, Venkatesh, et al. berpendapat bahwa ekspektasi kinerja adalah penentu yang paling berpengaruh terhadap adopsi teknologi. Pada studi empiris sebelumnya dalam adopsi *mobile payment* (Slade, et al., 2015) dan dalam beberapa penelitian adopsi *mobile banking* (Yu, 2012; Nisha, et al., 2015) menunjukkan bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) sangat dipengaruhi oleh ekpektasi kinerja. Beberapa faktor konstruksi yang berhubungan dengan *performance expectancy* dari model yang berbeda adalah *perceived usefulness* (TAM/TAM2 dan C-TAM-TPB), *extrinsic motivation* (MM), *job-fit* (MPCU), *relative advantage* (IDT) dan *outcome expectations* (SCT).

Effort expectancy (ekspektasi upaya) merupakan sejauh mana seseorang akan dapat menggunakan sistem dalam teknologi dengan mudah (Venkatesh, et al., 2003). Konsumen akan menunjukkan kesediaan untuk menggunakan *mobile wallet* jika *mobile wallet* mudah digunakan. Selain itu, konsumen dapat menilai apakah *mobile wallet* mudah digunakan atau tidak mulai dari prosedur pendaftaran. Yu (Yu, 2012) dan Slade, et al. (Slade, et al., 2015) menunjukkan bahwa ekspektasi upaya

signifikan mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*). *Effort expectancy* terdiri dari tiga faktor konstruksi yaitu: *perceived ease of use* (TAM/TAM2), *complexity* (MPCU) dan *ease of use* (IDT).

Social influence (pengaruh sosial) merupakan faktor persepsi orang-orang penting/dekat terhadap seseorang untuk harus atau tidak menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh, et al., 2003). Dalam kehidupan nyata, orang memiliki kecenderungan untuk mengumpulkan informasi lebih banyak dari orang lain yang terkait dengan produk yang akan/sedang digunakan. Dalam konteks *mobile wallet*, konsumen menunjukkan kesediaan yang lebih baik jika lebih banyak orang merekomendasikan *mobile wallet* kepadanya terutama mereka yang penting/dekat dengannya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh sosial memainkan faktor penting yang mempengaruhi niat perilaku terhadap *mobile banking* (Slade, et al., 2015) serta *mobile payment* (Yu, 2012). *Social influence* dikonstruksi oleh beberapa faktor, yaitu: *subjective norm* (TRA, TAM2, TPB/DTPB dan C-TAM-TPB), *social factor* (MPCU) dan *image* (IDT).

Facilitating conditions (kondisi fasilitas) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur yang ada akan mendukungnya untuk menggunakan suatu teknologi (Thompson, et al., 1991; Venkatesh, et al., 2003). Pada studi empiris berbagai adopsi teknologi *mobile* sebelumnya, menunjukkan bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) sangat dipengaruhi oleh kondisi fasilitas (Slade, et al., 2015; Yu, 2012). Selanjutnya, Nisha, et al. menunjukkan bahwa kondisi fasilitas memiliki pengaruh lebih besar daripada ekspektasi kinerja dan faktor lainnya terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) (Nisha, et al., 2015). *Facilitating conditions*

dibentuk oleh tiga konstruktor yang berbeda, yaitu: *perceived behavioral control* (TPB/DTPB, C-TAM-TPB), *facilitating conditions* (MPCU) dan *compability* (IDT).

Hedonic motivation (motivasi hedonis) adalah sejauh mana seseorang mendapat kesenangan dari teknologi yang sedang ia gunakan (Brown & Venkatesh, 2005). Selanjutnya Venkatesh, et al. menyatakan bahwa orang tidak hanya peduli terhadap kinerja, tetapi juga perasaan yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi dan menemukan bahwa motivasi hedonis adalah faktor terkuat kedua yang mempengaruhi niat perilaku terhadap adopsi teknologi (Venkatesh, et al., 2012). Dalam beberapa penelitian adopsi teknologi *mobile*, Yu, Slade, et al. dan Nisha, et al. menemukan bahwa motivasi hedonis terbukti secara empiris berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (Yu, 2012; Slade, et al., 2015; Nisha, et al., 2015).

Price value (nilai harga) adalah persepsi seseorang terhadap biaya yang dia habiskan dalam menggunakan teknologi menuju manfaat yang dirasakannya (Dodds, et al., 1991). Nilai harga dalam penelitian ini dapat disebut pula sebagai seberapa berharganya teknologi yang digunakan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Ketika manfaat yang dirasakan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan, konsumen menunjukkan kesediaan untuk mengadopsi teknologi tertentu (Venkatesh, et al., 2012). Investigasi yang berkaitan dengan hubungan antara nilai harga dan niat perilaku (*behavioral intention*) telah dilakukan dalam beberapa penelitian sebelumnya terkait dengan adopsi teknologi *mobile* (Slade, et al., 2015; Yu, 2012).

Habit (habit) adalah sejauh mana seseorang cenderung untuk melakukan

perilaku sebagai akibat dari pembelajaran (Limayem, et al., 2007; Venkatesh, et al., 2012). Untuk jelas antara pengalaman, kebiasaan terbentuk dari pengalaman sebelumnya (Fishbein & Ajzen, 1975; Ajzen & Fishbein, 2005). Selanjutnya, ketika kebiasaan itu meningkat, faktor lain akan menjadi kurang penting (Limayem, et al., 2007). Temuan empiris dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kebiasaan mempengaruhi niat perilaku (*Behavioral Intention*) individu untuk menggunakan teknologi *mobile* seperti *mobile banking* (Slade, et al., 2015) dan *mobile payment* (Yu, 2012) secara signifikan.

Analisis dilakukan secara kuantitatif dengan mengolah hasil data kuisisioner. Menurut Berger, penggunaan kuisisioner sebagai metode penelitian memiliki kelebihan: murah, tidak ada kekuatiran tentang prasangka, dapat bertanya hal-hal yang sangat pribadi, dapat bertanya hal-hal yang kompleks dan mendetail, di samping memiliki kekurangan: responden dapat salah tafsir pertanyaan, respon yang rendah terhadap norma, tidak benar-benar tahu siapa yang mengisi kuisisioner dan seringnya kesalahan sampel (Berger, 2000).

3.2. Mobile Wallet

Mobile wallet merupakan layanan bank mini di mana akun *mobile wallet* dibentuk dari gabungan antara data pengguna seperti nomor telepon, *e-mail* atau bahkan nama pengguna dengan nomor akun. Akun ini akan berfungsi seperti akun bank konvensional, perbedaannya terdapat pada jumlah maksimal tabungan atau saldo dan tidak terdapat bunga pada *mobile wallet* ini (Indonesia, 2013). *Mobile wallet* digunakan untuk bertransaksi dengan *merchant* suatu toko maupun dengan

sesama pemilik akun *mobile wallet* sejenis. Pendaftaran atau registrasi biasanya dapat dilakukan dengan mudah melalui pesan singkat atau *Short Message Service* (SMS) dan mengisi formulir pada website penyedia jasa *mobile wallet*, sedangkan penyetoran tabungan atau *top up* saldo juga dapat dilakukan dengan amat mudah seperti melalui ATM, *mobile banking* dan bahkan di kasir *merchant* yang telah bekerja sama dengan *mobile wallet* yang bersangkutan tersebut.

Mobile wallet terus didukung dengan teknologi yang semakin berkembang untuk semakin memudahkan transaksinya. Mulai dari lewat pesan singkat atau SMS (*Short Message Service*), OTP (*One Time Password*), tokenisasi, barcode, QR (*Quick Response*) Code, NFC (*Near Field Communication*), MST (*Magnetic Secure Transmission*) dan lain-lain. Perkembangan cara melakukan konfirmasi yang memerlukan sedikit waktu yaitu SMS, OTP dan tokenisasi; sampai otomatis dengan tinggal mendekatkan antara penyedia data dan pembaca data yaitu QR Code, NFC dan MST. Teknologi-teknologi ini digunakan untuk memastikan bahwa transaksi dilakukan oleh pemilik akun secara mudah.

Pada kuisisioner penelitian ini, disajikan pilihan *mobile wallet* yang beredar dan dapat digunakan di Indonesia, tujuannya untuk memastikan pemahaman responden saat mengisi kuisisioner, pilihan “lainnya” dan pilihan “tidak pernah” menggunakan *mobile wallet* juga disebutkan dalam kuisisioner penelitian ini agar tidak membingungkan responden saat melakukan pengisian. Berikut daftar *mobile wallet* yang disebutkan dalam kuisisioner penelitian ini:

1. Indosat Dompetku

Merupakan layanan *mobile wallet* dari Indosat Ooredoo. Indosat Dompetku

adalah suatu terobosan layanan dalam melakukan berbagai macam transaksi finansial sehari-hari melalui *mobile phone* bagi seluruh pelanggan Indosat Ooredoo seperti pengisian pulsa Indosat, pembelian atau transaksi di *merchant*, pembayaran tagihan, pengiriman uang melalui ponsel yang telah didaftarkan dan *P2P transfer* atau transfer antar pengguna Indosat Dompotku. Sejak tahun 2008 Indosat Dompotku memperoleh izin dari Bank Indonesia (BI) dan pada tahun 2010 memperoleh izin Kegiatan Usaha Pengiriman Uang (KUPU), sehingga kegiatan pengiriman uang oleh para penggunanya telah terjamin. Layanan ini dapat diakses di mana saja dan kapan saja oleh semua jenis ponsel penggunanya tanpa perlu membawa uang tunai (Ooredoo, 2015).

2. Telkomsel T-Cash

Merupakan layanan *mobile wallet* dari Telkomsel. T-Cash berbeda dengan pulsa, dengan T-Cash pengguna dapat menyimpan dan menggunakan uang elektronik ini untuk semua transaksi. Telkomsel telah memiliki izin dari Bank Indonesia sebagai penyedia layanan uang elektronik. T-Cash bisa digunakan oleh semua pelanggan Telkomsel, baik pascabayar ataupun Prabayar. T-Cash menyediakan layanan sticker NFC yang dapat mempermudah dalam transaksi dengan cara menge-tap-kan *mobile phone* ber-NFC atau bersticker NFC milik penggunanya ke reader kasir merchant (Telkomsel, 2015).

3. XL Tunai

Adalah suatu layanan *mobile wallet* dari XL yang membantu pelanggan XL untuk melakukan berbagai macam transaksi keuangan dengan menggunakan ponsel. Transaksi yang dapat dilakukan antara lain membeli pulsa XL,

berbelanja online, belanja pada *merchant* tertentu, membayar tagihan, maupun mengirim uang ke dalam negeri dan luar negeri. XL Tunai membuat konsumen dapat bebas bertransaksi dengan mudah tanpa menggunakan uang tunai kapan saja dan di mana saja dia berada. (XL Axiata, 2016).

4. BCA Sakuku

Adalah layanan *mobile wallet* dari BCA yang dapat digunakan bertransaksi melalui aplikasi *smartphone* dalam melakukan bayar belanja, isi pulsa dan transaksi perbankan lainnya (Bank Central Asia, 2016).

5. Mandiri E-Cash

Merupakan layanan uang elektronik (*mobile wallet*) di handphone dari Bank Mandiri yang dapat digunakan sewaktu-waktu tanpa harus membuka rekening bank. Layanan ini menjamin kemudahan berbelanja dan penawaran menarik di toko online dan gerai mitra Bank Mandiri (Bank Mandiri, 2016).

6. Kesles

Merupakan aplikasi *mobile wallet membership* yang menawarkan kemudahan bagi member dalam bertransaksi. Setiap bertransaksi menggunakan kesles, member akan mendapatkan penawaran menarik dari *merchant* yang berpartisipasi dan juga poin *reward* yang dapat ditukarkan dengan hadiah-hadiah menarik. Transaksi dilakukan dengan menggunakan sistem pemindaian *QR Code* (Kesles, 2016).

7. Paypal Wallet

Paypal adalah jasa penengah untuk melakukan transaksi online secara luas dengan skala internasional. Paypal menyediakan jasa *mobile wallet* yang diisi

ulang atau *top up* pada akunnya. Akun paypal akan terverifikasi dengan baik jika menggunakan kartu kredit resmi.

8. Steam Wallet

Steam adalah distributor *game* atau permainan digital yang dibangun dan dikelola oleh Valve dengan cara pembayaran *online* dan mengunduh *game* yang diinginkan oleh konsumen. Dalam melakukan pelayanannya, Steam menyediakan *mobile wallet* yang dapat diisi atau *top up* ke dalam akunnya yang sewaktu-waktu dapat digunakan untuk bertransaksi baik di komputer ataupun di *smartphone* konsumennya. Steam juga menyediakan fitur untuk menyimpan kartu kredit yang dapat digunakan sewaktu-waktu tanpa perlu menuliskan kembali kartu kredit yang pernah digunakan.

9. Google Wallet

Merupakan layanan *mobile wallet* dengan aplikasi Google yang digunakan untuk melakukan pembayaran secara mudah melalui sebuah ponsel bersistem operasi Android. Hampir sama seperti Steam, Google juga menyediakan *mobile wallet* yang dapat diisi ulang kemudian di belanjakan di *merchant* yang telah bekerja sama dengan Google Wallet. Selain itu, transaksi P2P (*Peer to Peer*) antar akun Google dapat dilakukan. Dalam melakukan transaksi dengan *merchant*, teknologi NFC (*Near Field Communication*) digunakan.

10. Samsung Pay

Samsung Electronics dengan *mobile device* keluarannya (*smartphone* seri Samsung) menyediakan *mobile wallet* yang selain mengusung teknologi NFC,

juga menyertakan teknologi MST (*Magnetic Secure Transmission*) untuk melakukan transaksi dengan *merchant* ataupun antar akun. Keunggulan MST dibandingkan dengan NFC adalah MST dapat digunakan seperti pengganti kartu kredit sehingga dapat terhubung dengan kartu kredit atau debit *reader*, jadi *merchant* tidak perlu mengganti *reader* dengan *reader* khusus seperti NFC.

11. Apple Pay

Perusahaan Apple juga menyediakan *mobile wallet* untuk perangkat *smartphone* keluarnya. Uang elektronik yang dapat dilakukan *top up*. Mempunyai fitur transaksi yang kurang lebih sama seperti Google Wallet, fitur lain seperti penyimpanan kartu kredit, kartu debit, *loyalty card* dan sebagainya adalah hal yang umum dalam persaingan mereka. Apple Pay juga menggunakan NFC (*Near Field Communication*) pada *smartphone* mereka sebagai teknologi transaksinya.

12. Doku Wallet

Merupakan layanan *mobile wallet* yang membuat siapapun dapat berbelanja online dengan maupun tanpa kartu kredit. Doku Wallet menyediakan layanan pembayaran online dengan mudah dan juga transfer saldo sesama pengguna Doku Wallet. Ribuan *merchant online* telah menerima Doku Wallet sebagai cara pembayaran. Saat ini konfirmasi transaksi Doku wallet dilakukan dengan kode transaksi yang berlaku selama jangka waktu tertentu (Doku, 2010).

13. Go-Pay (Go-Jek Wallet)

Awalnya disebut Go-Jek Kredit, merupakan layanan *mobile wallet* yang

disediakan oleh Go-Jek untuk bertransaksi semua layanan Go-Jek dengan mudah dan aman. Layanan ini tersedia untuk mempermudah pembayaran dan mengatasi kesulitan memberikan uang kembalian saat melakukan transaksi semua layanan yang disediakan oleh Go-Jek (Go-Jek, 2016).

3.3. SEM (Structural Equation Model)

Structural Equation Model atau biasa disingkat dengan SEM adalah gabungan dari dua metode statistik, yaitu analisis faktor (*factor analysis*) yang telah dikembangkan di ilmu psikometri dan psikologi serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikembangkan di ilmu ekonometrika. Model persamaan structural adalah gabungan dari analisis faktor dan analisis jalur (*path analysis*) menjadi satu metode statistik komprehensif (Ghozali, 2014).

Model struktural meliputi hubungan antar konstruk laten yang dianggap linear, walaupun dalam perkembangan lebih lanjut memungkinkan memasukkan persamaan non-linear juga. Hubungan dalam model ini secara grafis digambarkan sebagai berikut:

1. Garis dengan satu kepala anak panah menggambarkan hubungan regresi
2. Garis dengan dua kepala anak panah menggambarkan hubungan korelasi atau kovarian.

Tujuan utama dari analisis SEM adalah untuk menguji fit suatu model yang diajukan, yaitu kesesuaian antara model teoritik yang telah dibangun atau dikembangkan dengan data empiris yang telah diperoleh. Kriteria fit suatu model atau *goodness-of-fit* dalam penelitian ini, diukur dari CMIN/DF, GFI, AGFI, TLI,

CFI dan RMSEA. Penjelasan masing-masing kriteria dari *goodness-of-fit* tersebut adalah sebagai berikut (Wijaya, 2009):

1. CMIN/DF atau Normed Chi Square (χ^2)

Nilai atau ukuran yang diperoleh dari nilai *chi-square* (χ^2) dibagi dengan *degree of freedom*. Nilai CMIN/DF lebih kecil atau sama dengan tiga dikategorikan atau direkomendasikan baik untuk menerima kesesuaian suatu model.

2. GFI (Goodness of Fit Index)

Nilai GFI berada di rentang nol sampai satu. Semakin nilai ini mendekati nilai satu, maka semakin baik. Nilai GFI dikatakan baik dan sesuai dengan penelitian ini jika lebih atau sama dengan 0,90 (mendekati satu). Nilai ini digunakan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi. Indeks ini merupakan indeks tingkat kesesuaian model yang diprediksi dibandingkan dengan data yang sebenarnya.

3. AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)

Pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan *degree of freedom* yang tersedia untuk menguji diterima atau tidak diterimanya suatu model. Nilai AGFI dapat diterima dengan baik bila mempunyai nilai lebih besar atau sama dengan 0,80 (mendekati satu).

4. TLI (Tucker-Lewis Index)

Salah satu indeks yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel. TLI merupakan sebuah *incremental fit index alternative* yang membandingkan

sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline* model. Nilai acuan agar dapat dikatakan baik dan diterima pada sebuah model adalah lebih besar atau sama dengan 0,90 (mendekati satu), bila nilai amat mendekati satu, maka nilai ini menunjukkan *a very good fit*.

5. CFI (Comparative Fit Index)

Dikenal juga sebagai *Bentler Comparative Index*. CFI adalah indeks kesesuaian incremental yang juga membandingkan model yang diuji dengan *null model*. CFI dikatakan baik untuk mengukur kesesuaian sebuah model karena tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel penelitian. CFI pada suatu model terindikasi baik apabila mempunyai nilai lebih besar atau sama dengan 0,90 (mendekati satu).

6. RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)

Nilai yang menunjukkan *goodness-of-fit* yang diharapkan jika model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang baik adalah lebih kecil atau sama dengan 0,08. Nilai ini merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model berdasarkan *degree of freedom*. RMSEA juga merupakan indeks pengukuran yang nilainya tidak dipengaruhi oleh besarnya sampel, oleh karena itu biasanya indeks ini digunakan untuk mengukur fit model pada jumlah sampel yang tidak kecil atau tidak sedikit.

3.4. AMOS (Analysis of Moment Structure)

AMOS adalah suatu program komputer yang dapat digunakan untuk membuat

model persamaan struktural yang dikembangkan oleh James L. Arbuckle. Beberapa program komputer yang dapat digunakan untuk membuat model persamaan struktural adalah LISREL dan SmartPLS (Wijaya, 2009).

Penelitian ini menggunakan program bantu AMOS karena merupakan program aplikasi SEM yang *user friendly* dan juga *powerful*, sehingga saat ini program AMOS adalah program yang paling banyak digunakan untuk mengolah berbagai model riset SEM (Wijaya, 2009). Alasan lain menggunakan program AMOS adalah karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menuji teori dari UTAUT2 yang digunakan pada penelitian sebelumnya dan telah terbukti secara empiris. AMOS relatif mudah dan dalam pengoperasiannya membutuhkan bantuan program lain dalam konversi sumber datanya, seperti SPSS (.sav), Excel (.xls), Foxpro (.dbf), Lotus (.wk), dbase (.dbf), MS Access (.mdb) dan AMOS recode (.Amosrecode).