

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Sebelumnya

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini, seorang peneliti perlu melakukan studi literasi dari hasil penelitian yang sudah ada dengan tujuan untuk menambah wawasan sang peneliti. Dari hasil pencarian, penulis menemukan beberapa hasil penelitian yang memiliki metode kerja yang serupa dengan topik penelitian yang diangkat.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Argani Arief Santoso dan Indira Rachmawati yang mengangkat topik Analisis Minat Pengguna Layanan *M-Banking Livin* by Mandiri di Indonesia Menggunakan Model Modifikasi UTAUT2, yang dimana penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku konsumen dengan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang sudah dimodifikasi, hasil dari penelitian ini adalah didapatnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku (*Behavioral Intention*) dalam penggunaan *M-Banking Livin* by Mandiri[13].

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Aries Andrianto, yang mengangkat topik Faktor yang Mempengaruhi *Behavior Intention* Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT2, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja dengan menggunakan metode UTAUT2, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Price Value* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*[14].

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dila Oktafani dan Kristina Sisilia, yang mengangkat topik Analisis Penerapan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital OVO Dayeuh Kolot Bandung, penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar faktor-faktor penerimaan yang ada pada model UTAUT2 berpengaruh terhadap adopsi penggunaan dompot digital OVO[15].

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, dan Elvi Fetrina, dimana penelitian ini mengangkat topik Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2, penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan variabel yang signifikan terhadap penerimaan pengguna dompot digital/*e-wallet* berbasis server di Tangerang Selatan dengan model UTAUT 2, hasil dari penelitian ini adalah dari 12 hipotesis yang diusulkan, 3 hipotesis dinyatakan tidak signifikan[16].

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Galuh Noor Fadhilah dan Ike Agustina, dimana penelitian ini mengangkat topik Intensi Penggunaan Dompot Digital Sebagai Alat Pembayaran Ditinjau Dari UTAUT2 Model Pada Pekerja di Indonesia, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis intensi penggunaan dompot digital sebagai alat pembayaran ditinjau dari penerimaan penggunaan teknologi pada pekerja di Indonesia, hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara ketujuh aspek penerimaan penggunaan teknologi (ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan) dan intensi penggunaan dompot digital.

Tabel 2.1 Studi Sebelumnya

No	Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Variabel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Argani Arief Santoso, Indira Rachmawati	Analisis Minat Pengguna Layanan <i>M-Banking Livin</i> by Mandiri di Indonesia Menggunakan Model Modifikasi UTAUT 2	2021	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit.</i>	SEM-PLS	Hasil menunjukkan bahwa ada 4 faktor yang mempengaruhi Minat Perilaku (<i>Behavioral Intention</i>) yaitu <i>Influence, Trust, Habit, dan Hedonic Motivation.</i>
2	Aries Andrianto	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Behavioral Intention</i> Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT 2	2020	<i>Price Value, Hedonic Motivation, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Habit.</i>	SEM-PLS	<i>Price Value</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavior Intention</i> sedangkan untuk faktor lainnya tidak berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention.</i>
3	Dila Oktafani, Kristina Sisilia	Analisis Penerapan Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> (UTAUT 2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital OVO Dayeuh Kolot Bandung	2020	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit, Price Value</i>	SEM-PLS	<i>Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, dan Price Value</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavior Intention.</i>

No	Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Variabel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
4	Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, Elvi Fetrina	Penerimaan Pengguna <i>E-Wallet</i> Menggunakan UTAUT 2	2020	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Trust, Perceived Risk, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit, Price Value,</i>	SEM-PLS	Dari 12 hipotesis yang diusulkan, tiga hipotesis dinyatakan tidak signifikan dan ditolak karena nilai <i>path coefficient</i> dan <i>t-test</i> dari hipotesis tersebut kurang dari 0,1 dan 1,96 sedangkan hipotesis yang lainnya dinyatakan signifikan dan diterima.
5	Galuh Noor Fadhilah, Ike Agustina	Intensi Penggunaan Dompot Digital Sebagai Alat Pembayaran Ditinjau Dari UTAUT2 Model Pada Pekerja di Indonesia	2021	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit, Price Value</i>	SEM-PLS	Bahwa seluruh konstruk eksogen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap konstruk endogen. <i>Hedonic Motivation, Social Influence, Price Value, Facilitating Condition, Effort Expectancy</i> dan <i>Performance Expectancy</i> memiliki pengaruh sebesar 0,260; 0,194; 0,138; 0,116; 0,094; dan 0,090

Tabel 2.2 Studi Saat Ini

No	Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Variabel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Ryan Jonathan	Analisis Minat Penggunaan Aplikasi DANA dengan Menggunakan Pendekatan <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	2022	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit.</i>	SEM-PLS	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar nilai penerimaan penggunaan teknologi maka semakin besar intensi untuk menggunakan dompet digital, begitu pula sebaliknya, semakin rendah penerimaan penggunaan teknologi maka semakin rendah intensi untuk menggunakan dompet digital

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Dompet Digital / E-Wallet

Aplikasi atau layanan yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang digital dan melakukan transaksi keuangan secara elektronik. E-wallet dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi, termasuk pembayaran online, pembelian produk dan jasa, pengiriman uang, dan lain-lain. Pengguna dapat menambahkan uang ke dalam e-wallet mereka melalui transfer dari rekening bank, kartu kredit, atau metode pembayaran lainnya, dan kemudian menggunakan uang tersebut untuk melakukan transaksi[18].

2.2.2 Aplikasi DANA

Dana merupakan perusahaan yang bergerak dibidang dompet digital/e-wallet. Berdiri pada tahun 2017, CEO sekaligus Co-Founder dari DANA yaitu Vincent Iswara. DANA merupakan dompet digital yang mengusung konsep sumber terbuka (*Open Platform Payment*) yang berarti DANA bisa diintegrasikan dan dipakai dalam berbagai platform[19].

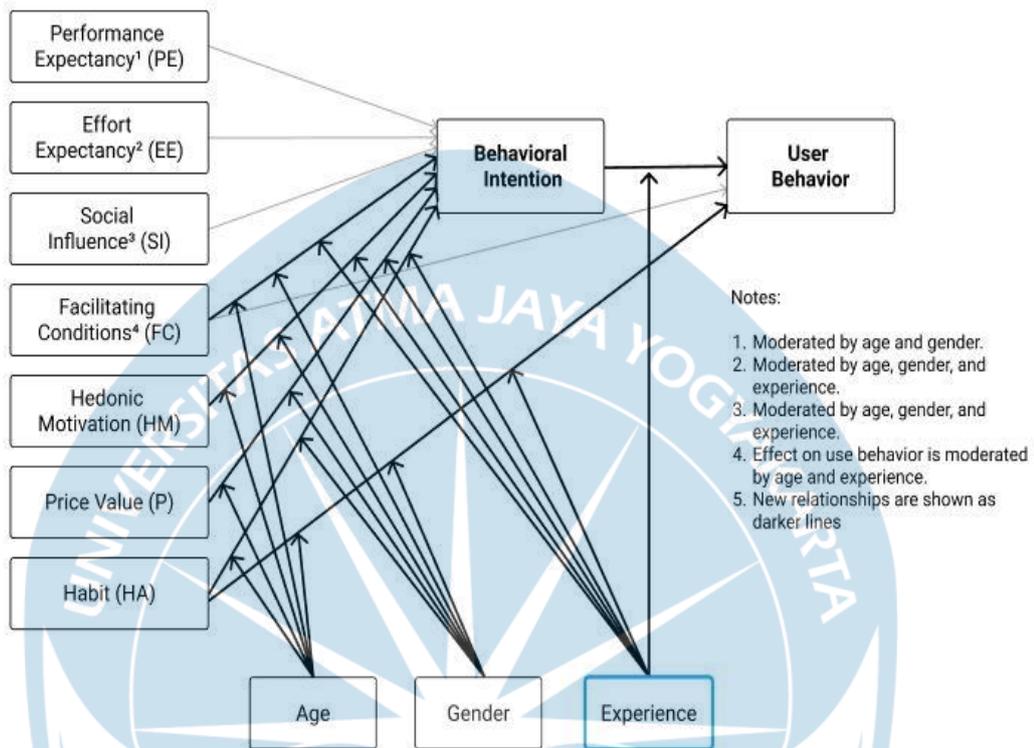
2.2.3 UTAUT 2

Merupakan metode yang pertama kali diperkenalkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003 melalui berbagai proses perkembangan dari berbagai macam variabel yang ada dan merupakan bentuk modifikasi dari UTAUT yang bertujuan untuk melengkapi UTAUT yang masih terdapat beberapa kekurangan, dan UTAUT 2 ini merupakan gabungan dari 8 model tentang penerimaan teknologi, kedelapan model ini adalah antara lain : *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivational 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)*[20]. Venkatesh et al. menambahkan 3 variabel baru ke dalam model UTAUT, yaitu *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*, dan serta menambahkan 3 variabel moderator yaitu *Age*, *Gender*, dan *Experience*[21].

Penggunaan model UTAUT 2 dikarenakan model UTAUT2 merupakan pengembangan lebih lanjut dari model UTAUT, di mana UTAUT2 mempelajari

penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh et al., 2012) yaitu model terbaru yang menutupi kekurangan dengan adanya tiga konstruk yang menjelaskan kekurangan dari model UTAUT dalam segi konsumen. Tujuan dari model UTAUT2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh et al., 2012). Semakin pesatnya perkembangan teknologi menjadi alasan diperlukannya pengembangan baru dari model UTAUT, dengan pengembangan model UTAUT menjadi UTAUT2. Tiga konstruk ditambahkan dalam UTAUT2 yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. Tujuan dari model UTAUT2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen dengan mengenalkan beberapa hubungan baru (Venkatesh et al., 2012). Model UTAUT2 berguna sebagai alat untuk mengukur penerimaan dan penggunaan teknologi informasi terutama pada *behavioral intention* dan *use behavior*.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) model



source: Venkatesh et al. 2012

Gambar 2.1 Model UTAUT2

Metode ini memiliki 7 variabel independen, ketujuh variabel independen tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Performance Expectancy (PE)* : Besarnya keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap teknologi yang memberikan manfaat dan keuntungan dalam bekerja[9].
2. *Effort Expectancy (EE)* : Persepsi pengguna tentang tingkat teknologi yang digunakan dan dapat meminimalkan energi dan waktu seseorang yang dihabiskan untuk melakukan suatu pekerjaan atau aktivitas[9].
3. *Social Influence (SI)* : Bagaimana perasaan seseorang ketika orang terdekat mampu menyarankan mempengaruhi dan menyarankan seseorang dalam menggunakan teknologi[9].

4. *Facilitating Conditions (FC)* : Tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna suatu teknologi terhadap kemampuan mereka untuk melakukan inovasi dengan ide-ide yang mendorong penyebaran teknologi baru[9].
5. *Hedonic Motivation (HM)* : Tingkat kesenangan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi, yang merupakan aspek kunci dalam mempengaruhi adopsi, adaptasi dan penggunaannya[9].
6. *Price Value (P)* : Tingkat yang dirasakan pengguna suatu teknologi antara keuntungan yang dirasakan pengguna dengan biaya untuk mengadopsi teknologi[9].
7. *Habit (HA)* : Sejauh mana pengguna suatu teknologi cenderung memakai teknologi sebagai suatu kebiasaan[10].
8. *Behavioral Intention* : Sejauh mana pengguna akan menggunakan teknologi tertentu dimasa mendatang berdasarkan faktor-faktor yang telah dipaparkan di atas[10].
9. *Use Behavior* : Intensitas seorang pengguna teknologi menggunakan suatu teknologi[10].

2.2.4. SEM-PLS

Structural Equation Model (SEM) Partial Least Squares (PLS) adalah model persamaan struktural berbasis komponen atau varian. *Structural Equation Model (SEM)* adalah area statistik yang dapat menguji sejumlah interaksi yang sulit untuk dinilai pada saat yang bersamaan[22]. Menurut Ghazali SEM adalah gabungan dari dua metode statistik yang berbeda: analisis faktor yang dibuat dalam psikologi dan psikometri dan model persamaan simultan yang dibuat dalam ekonometrika. [23].