

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Sebelumnya

Fadhilah Novita Sari[6] meneliti bagaimana penerapan model UTAUT mempengaruhi penerimaan nasabah pegadaian syariah terhadap aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menemukan bahwa *Performance Expectancy* dan *Social Influence* secara parsial berpengaruh terhadap *User Acceptance*, sedangkan *Effort Expectancy* dan *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh. Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Upaya, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Memfasilitasi semuanya mempengaruhi Penerimaan Pengguna.

Penelitian selanjutnya oleh Aninda Milenia Putri Wisnu[9] menggunakan model UTAUT untuk mengkaji bagaimana UMKM Tangerang menggunakan pasar *online* untuk jual beli. Penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap penggunaan pasar online UMKM Tangerang. Penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi upaya mempengaruhi penggunaan pasar online UMKM Tangerang. Faktor pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan niat perilaku mempengaruhi niat UMKM menggunakan pasar *online* di Tangerang. Penelitian ini menggunakan model UTAUT yang kurang maksimal, sehingga penulis menggunakan model UTAUT 2 dengan variabel faktor untuk mendapatkan hasil yang terbaik.

Analisis Nur Diana [10] tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia berbasis UTAUT2 adalah selanjutnya. Hasil berikut menemukan keyakinan, motivasi hedonis, sosial, kondisi yang mendukung, dan nilai dari harga mempengaruhi penggunaan uang elektronik. Ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, dan persepsi keamanan teknologi tidak terpengaruh oleh minat uang elektronik. Untuk meningkatkan atau membuat kebijakan layanan uang elektronik di Indonesia, pemerintah dan perusahaan harus mengkaji ulang keyakinan, motivasi hedonis, sosial, kondisi yang mendukung, dan nilai dari harga.

Penelitian selanjutnya oleh Zatin Niqotaini [11] meneliti penerimaan media pembelajaran *Augmented Reality* (AR) di SMP dan SMA Mutiara Bunda untuk mengetahui keberhasilannya. Ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan pengelolaan pembelajaran mandiri, yang dimoderasi oleh jenis kelamin, usia, dan pengalaman, mempengaruhi niat berperilaku dan perilaku penggunaan, menurut model UTAUT-2 (Venkatesh, dkk., 2012). Penelitian ini menemukan bahwa *Performance Expectancy*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit* berpengaruh terhadap penerimaan *Augmented Reality* di SMP dan SMA Mutiara Bunda.

Gilang Jonathan Phita dan Yessica Nataliani [12] menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) untuk menilai penerimaan teknologi jamaah dalam ibadah *online*. Mereka menggunakan pengelompokan *k-Means* untuk mengelompokkan respons dari berbagai kelompok dan usia. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan 220 responden. Uji regresi linier berganda pada UTAUT 2 menemukan bahwa variabel kebiasaan beribadah *online* berpengaruh kuat terhadap variabel niat berperilaku. Selain itu, kebiasaan ibadah *online* juga sangat mempengaruhi perilaku penggunaan. Selanjutnya *k-Means clustering* digunakan untuk mengetahui kelompok umur mana yang puas dengan ibadah *online* berdasarkan empat *cluster Elbow* dan enam kelompok umur. Berdasarkan pengelompokan *k-Means* dari seluruh variabel UTAUT 2, kelompok usia 12-16 tahun dan 26-35 tahun merupakan kelompok yang paling puas dan menerima ibadah *online*.

Peneliti sebelumnya telah menjelaskan bagaimana perkembangan teknologi informasi mempengaruhi penggunaan dan kebiasaan pengguna. Dari kesimpulan di atas, peneliti menggunakan model UTAUT2 karena lebih baik dalam menentukan dampak penggunaan teknologi. Berdasarkan contoh penelitian, model UTAUT2 memiliki lebih banyak variabel faktor untuk pengumpulan data yang optimal dan mendalam. Jika penelitian mencakup lebih banyak subjek, menggabungkan model UTAUT2 dengan model lain juga akan membantu. Penelitian-penelitian terdahulu ini memberikan gambaran kepada peneliti mengenai penelitian UTAUT2. Tabel ringkasan penelitian berikut merangkum beberapa hasil penelitian di atas, berikut isi Tabel 2.1:

Tabel 2. 1 Ringkasan Studi Sebelumnya

No	Penulis	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1	Fadhilah Novita Sari	2020	Mengetahui pengaruh penerapan UTAUT <i>user acceptance</i> nasabah aplikasi PSDS baik secara parsial maupun simultan	UTAUT	Aplikasi PSDS belum memberikan perubahan yang signifikan terhadap <i>user acceptance</i> .
2	Aninda Milenia Putri Wisnu	2020	Mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap UMKM di Tangerang sebagai sarana jual beli dalam menggunakan <i>online marketplace</i>	UTAUT	UTAUT membenarkan kelima hipotesis penelitian bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan. Kondisi yang memfasilitasi dan niat perilaku mempengaruhi perilaku pengguna.
3	Nur Diana	2018	Menguji model penelitian yang digunakan dan menentukan faktor-faktor dari UTAUT2 yang memiliki berpengaruh terhadap penggunaan uang elektronik di Indonesia	UTAUT2	Minat terhadap uang elektronik dipengaruhi oleh keyakinan, motivasi hedonis, sosial, kondisi yang mendukung, dan nilai dari harga, namun tidak dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, atau keamanan teknologi.
4	Zatin Niqotaini	2021	Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan penerimaan penggunaan media pembelajaran <i>Augmented Reality</i> menggunakan model UTAUT2	UTAUT2	Ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, dan kebiasaan berpengaruh terhadap adopsi media pembelajaran AR SMP dan SMA Mutiara Bunda. Ekspektasi kinerja meningkatkan niat berperilaku sebesar 37,2%.

5	Gilang Jonathan Phita, dan Yessica Nataliani	2022	Mengetahui penerimaan teknologi jemaat terhadap pelayanan ibadah online menggunakan UTAUT2	UTAUT2	Kebiasaan beribadah <i>online</i> sangat mempengaruhi niat berperilaku dan perilaku penggunaan.
6	Yesi Dila Septian	2022	Mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan dan penggunaan mobile wallet di Bandar Lampung	UTAUT2	Niat menggunakan sebesar 0,574 dan perilaku menggunakan sebesar 0,492 karena pengaruh sosial seperti faktor penerimaan dan penggunaan serta kebiasaan dan niat.

2.2 Dasar Teori

Dasar teori merupakan yang terdiri dari teori-teori yang diterapkan dalam penelitian ini, akan dijabarkan dalam subbab berikut ini.

2.2.1 Aplikasi

Aplikasi adalah alat yang digunakan secara khusus dan terintegrasi sesuai dengan kemampuannya, misalnya komputer yang siap digunakan[13]. Aplikasi komputer atau perangkat lunak, dapat menerjemahkan perintah pengguna menjadi perintah oleh perangkat keras. Instruksi program komputer dapat diubah.

Jenis aplikasi meliputi program, sistem operasi, program aplikasi, dan bahasa pemrograman. Aplikasi ini berlaku untuk bidang sains, bisnis, kesehatan, dan militer. Aplikasi Shopee sering digunakan sebagai toko online di bidang bisnis. Microsoft Teams digunakan untuk pembelajaran online di bidang sains, khususnya pada masa pandemi COVID-19 2020-2021. Aplikasi HENBUK mencakup bisnis dan sains.

2.2.2 HENBUK

HENBUK merupakan Gerakan Nasional Literasi Digital yang *memiliki e-Book Marketplace*. HENBUK resmi di dirikan oleh I Putu Hendika Permana, S.Kom., M.M. pada bulan Desember tahun 2021. HENBUK membangun digitalisasi 5 komponen dari ekosistem buku yaitu : *Reader, Library, Author, Publisher, Marketer*. Tujuan *startup* digital HENBUK adalah secara simultan dalam meningkatkan minat baca di Indonesia

sekaligus meningkatkan dampak ekonomi dari penulis dan penerbit buku. Segala aktivitas bisnis henbuk adalah memiliki tujuan sosial, ekonomi dan lingkungan sekaligus. HENBUK tersedia di web dan *mobile apps*. Gambar 2.1 menampilkan beberapa halaman HENBUK pada *mobile apps*.



Gambar 2. 1 Beberapa tampilan halaman aplikasi HENBUK
(Sumber: Google Play Store)

Teknologi yang digunakan pada *e-Book Marketplace* HENBUK yaitu *web based apps* dan *mobile apps*. *Website* HENBUK (*Web Based Apps*) akan digunakan untuk transaksi jual beli buku serta untuk membaca buku. *Mobile Apps* HENBUK hanya dapat digunakan untuk membaca buku yang telah dibeli. Aktivitas membaca buku dapat dilakukan secara online maupun *offline* melalui *Mobile Apps*.

2.2.3 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen meliputi perolehan, konsumsi, dan pembuangan suatu produk atau jasa, serta proses pengambilan keputusan[14]. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, atau berhenti menggunakan sesuatu. produk, layanan, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan mereka [15].

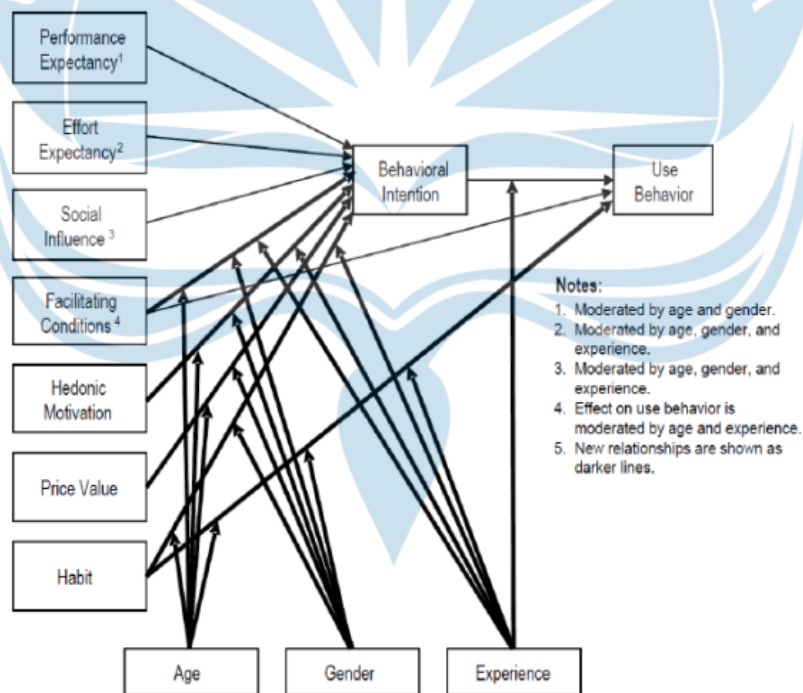
2.2.4 *Unified Theory Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT2)*

UTAUT 2 dibuat oleh Vankesh dkk. yang merupakan pengembangan dari model UTAUT untuk mempelajari penerimaan dan kebiasaan pengguna teknologi informasi. Niat dan penggunaan UTAUT bergantung pada ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. UTAUT2 menambahkan motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Faktor UTAUT2 dijelaskan di bawah ini[8].

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance expectancy*) dapat didefinisikan sebagai manfaat dan keuntungan yang akan didapat oleh pengguna atau konsumen dalam penggunaan teknologi dalam keseharian mereka, dalam *Performance Expectancy* terdapat 3 sub-variabel. Sub-variabel pertama adalah *usefulness* atau kegunaan berarti kegunaan yang diperoleh dalam menggunakan teknologi. Kedua adalah *quickness* bagaimana sebuah teknologi bisa mempercepat pekerjaan yang dilakukan. Ketiga adalah *productivity* yaitu peningkatan produktivitas pengguna ketika menggunakan suatu teknologi[8].
2. Ekspektasi Usaha (*Effort expectancy*) dapat didefinisikan sebagai usaha dan upaya terkait dengan penggunaan teknologi oleh pengguna, dalam *effort expectancy* terdapat 2 dimensi penting yang menjadi alat ukur yaitu *complexity* (kerumitan) dan *ease of use* (kemudahan penggunaan)[8].
3. Pengaruh Sosial (*Social influence*) dapat didefinisikan bagaimana seorang pengguna merasa kalau menggunakan teknologi tertentu akan berguna bagi orang lain, Terdapat 2 dimensi dalam *social influence*, diantaranya *social factor* dan *subjective norm*. *Social factor* berkaitan dengan pengaruh orang yang ada disekitar atau dekat pengguna dalam penggunaan teknologi. *Subjective norm* adalah pengaruh orang penting yang berhubungan dengan pengguna terhadap pemakaian teknologi[8].
4. Kondisi yang memfasilitasi (*Facilitating conditions*) adalah seberapa besar keyakinan pengguna bahwa organisasi dan infrastruktur menyediakan sumber daya dan dukungan sistem. Kondisi yang Memfasilitasi mencakup 3 yaitu, pertama sumber daya atau *resource* dapat mempengaruhi penggunaan teknologi. Kedua pengetahuan atau *knowledge* memerlukan pengetahuan eksternal. Ketiga

kompatibilitas atau *compatibility* kesesuaian sistem dengan teknologi yang dipakai[8].

5. Motivasi Hedonis (*Hedonic motivation*) merupakan variabel penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi yang dapat didefinisikan sebagai kegembiraan dalam menggunakan teknologi informasi[8].
6. Nilai Harga (*Price value*) adalah manfaat dan biaya yang dirasakan dari suatu teknologi oleh penggunannya[8].
7. Kebiasaan (*Habit*) kebiasaan pengguna dalam menggunakan teknologi[16].
8. Niat Menggunakan (*Behavioral Intention*) dapat didefinisikan sebagai niat menggunakan yang mengacu pada kemampuan individu dalam mengambil sebuah keputusan, baik secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan beberapa perilaku tertentu di masa depan[16].
9. Perilaku Menggunakan (*Use Behavior*) didefinisikan sebagai intensitas atau frekuensi yang dihabiskan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi[16].



Gambar 2. 2 Model UTAUT 2 Venkatesh

2.2.5 *User Acceptance*

Penerimaan pengguna atau *user acceptance* adalah suatu proses memperoleh konfirmasi dari Subject Matter Expert (ahli di bidangnya), khususnya pemilik atau pengguna yang memahami objek yang diuji, melalui uji coba atau peninjauan tambahan, sesuai dengan standar yang disetujui[17]. Dalam penerimaan pengguna, tahap akhir proyek diselesaikan sebelum pengguna menerima dan merilis sistem baru.

2.3 Pengembangan Hipotesis

Pengembangan hipotesis bertujuan untuk memberikan dugaan atau asumsi yang akan diuji kebenarannya, dengan demikian dapat membantu menyusun landasan untuk melakukan penelitian yang sistematis dan terarah. Pada UTAUT2 diketahui variabel independen terdiri dari 6 variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *public value*, dan *habit*. Sementara variabel dependennya terdiri dari 2 variabel yaitu *behavioral intention* dan *use behavior*. Di mana hubungan garis antar variabel memiliki makna sebagai hipotesis penelitian.

Berdasarkan pada model UTAUT 2 bisa dijabarkan menjadi beberapa hipotesis seperti di bawah ini

1. H1 *performance expectancy* akan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* di mana pengguna akan terus menggunakan suatu teknologi apabila mendapatkan manfaat atau keuntungan dari teknologi tersebut[16].
2. H2 *effort expectancy* akan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* di mana pengguna akan terus menggunakan sebuah teknologi tergantung dengan seberapa upaya yang mereka keluarkan dalam menggunakan teknologi tersebut, misalnya kompleksitas dalam penggunaan suatu aplikasi[16].
3. H3 *social influence* akan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* di mana pengguna akan menggunakan aplikasi sesuai dengan pengaruh lingkungan sosial di sekitarnya, misalnya orang akan menggunakan suatu aplikasi karena pengaruh dari temannya[16].
4. H4 *facilitating conditions* akan berpengaruh terhadap *behavioral intention* di mana tingkat kecocokan sistem akan mempengaruhi pengguna untuk menggunakan aplikasi[16].

5. H5 *hedonic motivation* akan berpengaruh terhadap *behavioral intention* di mana pengguna teknologi merasa senang dan menikmati saat menggunakan teknologi tersebut[16].
6. H6 *price value* akan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, di mana manfaat yang diterima oleh pengguna sebanding dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan aplikasi[16].
7. H7 *habit* akan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*, di mana pengguna merasakan sebuah keharusan menggunakan suatu sistem akan berpengaruh terhadap sejauh apa pengguna akan tetap menggunakan sistem tersebut[16].
8. H8 *facilitating conditions* akan berpengaruh positif terhadap *use behavior* di mana tingkat kecocokan sistem dan teknologi akan mempengaruhi frekuensi penggunaan suatu aplikasi[16].
9. H9 *habit* akan berpengaruh positif terhadap *use behavior*, di mana pengguna merasakan keharusan menggunakan suatu sistem akan berpengaruh terhadap frekuensi dalam menggunakan sistem tersebut[16].
10. H10 *behavioral intention* akan berpengaruh positif terhadap *use behavior* di mana tingkat niat menggunakan seseorang akan berpengaruh pada frekuensi penggunaannya[16].

Di bawah ini terdapat daftar hipotesis penelitian yang ditunjukkan pada Tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 2. 2 Hipotesis Penelitian

Kode	Hipotesis
H1	<i>Performance expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>
H2	<i>Effort expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>
H3	<i>Social influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>
H4	<i>Facilitating conditions</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>
H5	<i>Hedonic motivation</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>
H6	<i>Price value</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>
H7	<i>Habit</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i>
H8	<i>Facilitating condition</i> berpengaruh positif terhadap <i>use behavior</i>
H9	<i>Habit</i> berpengaruh positif terhadap <i>use behavior</i>
H10	<i>Behavioral intention</i> berpengaruh positif terhadap <i>use behavior</i>