

Analisis Pengaruh *Perceived Risk* dan *Trust* terhadap Pengujian *Behavioral Intention* Mahasiswa Pengguna GoPay

Antonius Prasetyo¹, Aurelia Melinda Nisita Wardhani²

¹PT Indomarco Prismatama

²Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma

antoniussstya@gmail.com, nisita.wardhani@usd.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5038>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji minat perilaku pada mahasiswa pengguna GoPay di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2), perceived risk, dan trust. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada penyelesaian masalah minat pengguna GoPay, pengembangan sistem GoPay, percepatan cashless society di Indonesia, dan memperlambat penyebaran virus Corona. Penelitian ini menggunakan metode survei untuk penyebaran kuesioner secara online. Responden dalam penelitian ini berjumlah 321 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik snowball sampling. Alat analisis data pada penelitian ini menggunakan SmartPLS 3.3.3. Hasil dari penelitian ini yaitu behavioral intention mahasiswa menggunakan GoPay berpengaruh secara positif oleh social influence, hedonic motivation, habit, dan trust. Di sisi lain, performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, dan price value tidak berpengaruh positif terhadap behavioral intention mahasiswa pengguna GoPay di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Perceived risk tidak berpengaruh negatif terhadap behavioral intention mahasiswa pengguna GoPay di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: *UTAUT 2, perceived risk, trust, behavioral intention, GoPay*

Abstract

This study aims to examine behavioral interest in GoPay user students in the Province of the Special Region of Yogyakarta with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) model, perceived risk, and trust. This research is expected to contribute to solving the problem of GoPay user interest, developing the GoPay system, accelerating the cashless society in Indonesia, and slowing the spread of the Corona virus. This study uses a survey method for distributing questionnaires online. Respondents in this study amounted to 321 students. The sampling technique was carried out using the snowball sampling technique. The data analysis tool in this study uses SmartPLS 3.3.3. The result of this study is that the behavioral intention of students to use GoPay has a positive effect on social influence, hedonic motivation, habit, and trust. On the other hand, performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and price value do not have a positive effect on the behavioral intention of students using GoPay in the Special Region of Yogyakarta. Perceived risk does not have a negative effect on the behavioral intention of students using GoPay in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: *UTAUT 2, perceived risk, trust, behavioral intention, GoPay*

PENDAHULUAN

Pandemi virus COVID 19 bermula pada tanggal 12 Maret 2020, World Health Organization (WHO) menetapkan virus ini penyebarannya sangat cepat dan luas (Kompas.tv, 2020). Dengan penyebaran virus secara cepat WHO menyarankan untuk penggunaan uang non tunai apabila memungkinkan, namun WHO kemudian mengklarifikasi bahwa tidak diperlukan untuk memberikan panduan khusus dalam penggunaan *contactless payment* (theconversation.com, 2020). Di Indonesia, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia mengeluarkan peraturan melalui Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 dan Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 untuk menghimbau dan mendorong masyarakat untuk mengupayakan pembayaran dengan non tunai selama pandemi COVID-19 untuk memperlambat penyebaran virus tersebut.

Alat pembayaran non tunai bisa berupa uang elektronik (*e-money*) maupun dompet elektronik (*e-wallet*). Dompet elektronik merupakan alat pembayaran digital atau elektronik yang berbasis *server* (Mulyana dan Wijaya, 2018:64). Contoh dompet elektronik di Indonesia terdiri dari GoPay, OVO, DANA, Link aja, Sakuku dan iSaku (www.bi.go.id, 2020). Pada tahun 2017 kuartal 4 hingga tahun 2020 kuartal 2 GoPay konsisten menempati peringkat pertama sebagai *e-wallet* terpopuler di Indonesia. Hal ini didasarkan oleh pengguna aktif dan jumlah download aplikasi Gopay (iPrice.co.id, 2020). Di sisi lain, GoJek sebagai penyedia layanan pembayaran non tunai yaitu GoPay telah memperoleh gelar decacorn dengan nilai valuasi lebih dari 10 miliar dolar AS (money.kompas.com, 2019). Sementara itu, GoPay juga memperoleh kepercayaan dari pemerintah untuk melaksanakan beberapa program seperti penyaluran bantuan sosial prakerja, pembayaran PBB, dan retribusi (money.kompas.com, 2020).

Pertumbuhan kedewasaan fitur GoPay Plus pada awal April 2020 merupakan versi yang lebih lengkap dari GoPay. Fitur ini menawarkan beberapa fasilitas tambahan yaitu perlindungan ekstra saldo, pengembalian saldo yang disalahgunakan, limit saldo lebih besar, dan pay later. Kehadiran fitur ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan pembobolan saldo justru memunculkan permasalahan baru. Terdapat banyak keluhan mengenai upgrade GoPay menjadi GoPay Plus

diantaranya akun GoPay yang diblokir, sulitnya melakukan pembaharuan data, penolakan E-KTP, dan insentif bantuan sosial prakerja yang terhambat mediakonsumen.com (2020). Permasalahan demikian dapat berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna GoPay di masa mendatang.

Penelitian ini didasari oleh beberapa penelitian terdahulu terkait minat perilaku pengguna e-wallet dan GoPay yaitu Megadewandanu (2016) dan Nuriska et al. (2018). Kedua peneliti tersebut telah menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) dalam penelitiannya. Megadewandanu (2016:60) mengungkapkan bahwa diperlu penelitian kembali seiring pertumbuhan dan kedewasaan *mobile wallet* Gopay. Di sisi lain, Nuriska et al. (2018:113) mengungkapkan bahwa diperlukan penambahan variabel lain yang dianggap layak untuk menguji kembali minat perilaku pengguna GoPay seperti persepsi risiko dan kepercayaan.

Dengan hasil dari penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada pengujian minat perilaku pengguna GoPay Kembali dengan menggunakan model UTAUT 2 ditambah variabel *perceived risk* dan *trust*. Model UTAUT 2 merupakan model untuk menguji perilaku menggunakan teknologi dari perspektif konsumen dengan tujuh konstruk, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *sosial influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* (Venkatesh et al., 2012). Di sisi lain, peneliti ini juga menambahkan variabel *perceived risk* dan *trust* untuk melengkapi penelitian sebelumnya. Alasan *perceived risk* dan *trust* ditambahkan dalam penelitian ini karena adanya risiko pembobolan saldo, kegagalan *upgrade* GoPay menjadi GoPay Plus, dan pemblokiran akun GoPay yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan pengguna GoPay.

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan responden mahasiswa. Hal ini dipilih karena dipandang mampu mempercepat laju perkembangan non tunai sekaligus memberikan dampak viral terhadap pemanfaatan dompet elektronik (Bank Indonesia, 2017:27). Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur pengujian perilaku pengguna *e-wallet* dan menjadi bahan pertimbangan pihak pengelola GoPay dalam mengembangkan sistemnya. Secara khusus penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penggunaan e-wallet sebagai sarana *contactless payment* di masa pandemi untuk mengurangi tingkat penyebaran COVID-19 dan

berkontribusi pada penyelesaian masalah berkaitan dengan perilaku pengguna GoPay. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan rumusan masalah sebagai berikut

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay?
2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay?
4. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay?
5. Apakah *hedonic motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay?
6. Apakah *price value* berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay?
7. Apakah *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay?
8. Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay?
9. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay?

KAJIAN LITERATUR

Financial technology

Menurut IOSCO (2017:4) *financial technology* merupakan istilah gambaran dari berbagai model bisnis inovatif dan teknologi baru yang berpotensi mengubah industri jasa keuangan. IOSCO membagi *financial technology* menjadi 8 kategori yaitu pembayaran, asuransi, perencanaan, pinjaman dan pendanaan, blockchain, perdagangan dan investasi, data dan analitik, serta keamanan. Sementara itu, teknologi finansial menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 menyatakan sebagai berikut:

Teknologi finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Teknologi finansial dikategorikan menjadi lima yaitu: sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi, pinjaman, pembiayaan, dan penyediaan modal, serta jasa finansial lainnya. Teknologi finansial memiliki kriteria: bersifat inovatif, dapat berdampak pada produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis finansial yang telah eksis, dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, dapat digunakan secara luas, kriteria lain yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

E-wallet

Menurut Mulyana dan Wijaya (2018:64) *e-wallet* merupakan alat pembayaran digital atau elektronik yang berbasis *server*. *E-wallet* biasanya berupa aplikasi yang memerlukan akses internet untuk terhubung dengan *server* penerbitnya. *E-wallet* berbeda dengan *e-money*, salah satu perbedaannya terdapat pada media penyimpanannya. Di sisi lain, Bank Indonesia melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran BAB I Pasal 1 Nomor 7 menjelaskan bahwa dompet elektronik merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* pertama kali diperkenalkan oleh Venkatesh *et al.* (2003). Model UTAUT ini memiliki empat konstruk yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* untuk menguji perilaku menggunakan teknologi. Berikut ini merupakan rincian dari keempat konstruk sebagai berikut:

1. *Performance expectancy*

Performance expectancy merupakan penggunaan sistem akan memberikan keuntungan dalam meningkatkan kinerja dalam kehidupan sehari-hari (Venkatesh

et al., 2012:43). Selain itu, *performance expectancy* juga berkaitan dengan kemampuan sistem untuk meningkatkan pencapaian, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan efisiensi (Venkatesh *et al.*, 2012:43).

2. *Effort Expectancy*

Effort expectancy adalah tingkat kemudahan berkaitan dengan penggunaan sistem (Venkatesh *et al.*, 2003:450). Di sisi lain, *effort expectancy* menunjukkan kemudahan suatu sistem untuk dipelajari, dipahami, dan digunakan sehingga seseorang akan terampil menggunakan sistem tersebut (Venkatesh *et al.*, 2012:43).

3. *Social Influence*

Menurut Venkatesh *et al.* (2003:451) *social influence* merupakan tingkat seseorang merasa orang-orang yang penting percaya bahwa Ia harus menggunakan sistem baru. Selanjutnya, *social influence* juga berkaitan dengan pengaruh dari orang-orang yang penting dan dihargai untuk menggunakan suatu sistem (Venkatesh *et al.*, 2012:43).

4. *Facilitating conditions*

Facilitating conditions adalah sejauh mana infrastruktur dan teknis yang ada mendukung penggunaan sistem Venkatesh *et al.* (2003:453). Di sisi lain, *facilitating conditions* juga berkaitan dengan tersedianya sarana, pengetahuan, dan bantuan yang diperlukan dalam menggunakan suatu sistem (Venkatesh *et al.*, 2012:43). Dengan demikian, *facilitating conditions* juga berkaitan dengan kecocokan sistem dengan teknologi lain yang digunakan (Venkatesh *et al.*, 2012:43).

Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Setelah Venkatesh *et al.* (2003) mengenalkan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, selanjutnya Venkatesh *et al.* (2012) memberikan tambahan tiga konstruk untuk model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)*. Adapun ketiga konstruk baru dalam UTAUT 2 yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*.

Pertama, *hedonic motivation* merupakan bagian dari motivasi intrinsik menjadi pelengkap *performance expectancy* yang merupakan *extrinsic motivation* (Venkatesh

et al., 2012:7). Selanjutnya, *price value* cocok untuk penggunaan teknologi oleh konsumen karena harga perolehan perangkat dan layanan menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan (Venkatesh et al., 2012:8). Terakhir, *habit* merupakan faktor tambahan yang menjadi pelengkap penerimaan awal. Hal ini lah yang menjadi faktor kritis yang akan memprediksi penggunaan teknologi. Berikut ini penjelasan lebih lanjut ketiga konstruk tersebut:

1. *Hedonic Motivation*

Hedonic motivation merupakan bagian dari *intrinsic motivation* (Vallerand, 1997:279). *Hedonic motivation* diartikan sebagai kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi (Brown dan Venkatesh, 2005:405). Di sisi lain, *hedonic motivation* telah terbukti memiliki peran penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012:8).

2. *Price value*

Price value menjadi pembeda antara penggunaan konsumen dan penggunaan dalam organisasi. Dalam hal ini konsumen secara individu membayar biaya yang karyawan tidak bayarkan karena difasilitasi oleh organisasi. Menurut Zeithaml (1988:17) biaya atau harga moneter biasanya dibandingkan dengan kualitas produk atau layanan untuk menentukan nilai tambah yang diperoleh dari suatu produk atau jasa. *Price value* menjadi positif ketika manfaat dari penggunaan teknologi dianggap lebih besar daripada biaya yang dikorbankan untuk menggunakan teknologi. *Price value* positif akan memiliki dampak positif pada *behavioral intention* menggunakan sistem.

3. *Habit*

Habit adalah tingkat seseorang cenderung berperilaku secara otomatis karena belajar (Limayem et al., 2007:709). Belajar dalam hal ini dapat diartikan sebagai tahap awal penggunaan sistem. Di sisi lain, *habit* dapat diartikan sebagai perilaku seseorang karena terbiasa. Pengalaman dapat menjadi salah satu faktor pembentukan habit tergantung pada tingkat intensitas perilaku. Semakin seseorang memiliki pengalaman dan intensitas tinggi berperilaku maka perilaku tersebut akan semakin menjadi kebiasaan.

Perceived Risk

Featherman dan Pavlou (2003:453) mendefinisikan *perceived risk* merupakan ketidakpastian mengenai kemungkinan adanya konsekuensi negatif dari penggunaan produk atau layanan. Dalam *perceived risk*, konsumen dengan persepsi risiko tinggi cenderung tidak membeli produk atau layanan *online* (Lee dan Tan, 2003:883). Selanjutnya, Featherman dan Pavlou (2003:454) mengelompokkan *perceived risk* dibagi dalam beberapa bagian yaitu *performance risk*, *financial risk*, *time risk*, *psychological risk*, *social risk*, *privacy risk*, dan *overall risk*.

Trust

Alalwan *et al.* (2017:103) mengungkapkan bahwa *trust* merupakan akumulasi keyakinan pelanggan atas integritas, kebajikan, dan kemampuan yang dapat meningkatkan kemauan seseorang untuk melakukan sesuatu. Sementara itu, Merhi *et al.* (2019:4) mendefinisikan *trust* pada penggunaan teknologi sebagai persepsi tertentu dan kekuatan emosional yang akan berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna pada teknologi. Dalam hal tersebut jika ada kepercayaan yang tinggi dalam suatu teknologi, maka akan menurunkan *perceived risk*. Sehingga *trust* memiliki pengaruh positif *behavioral intention*.

Behavioral Intention

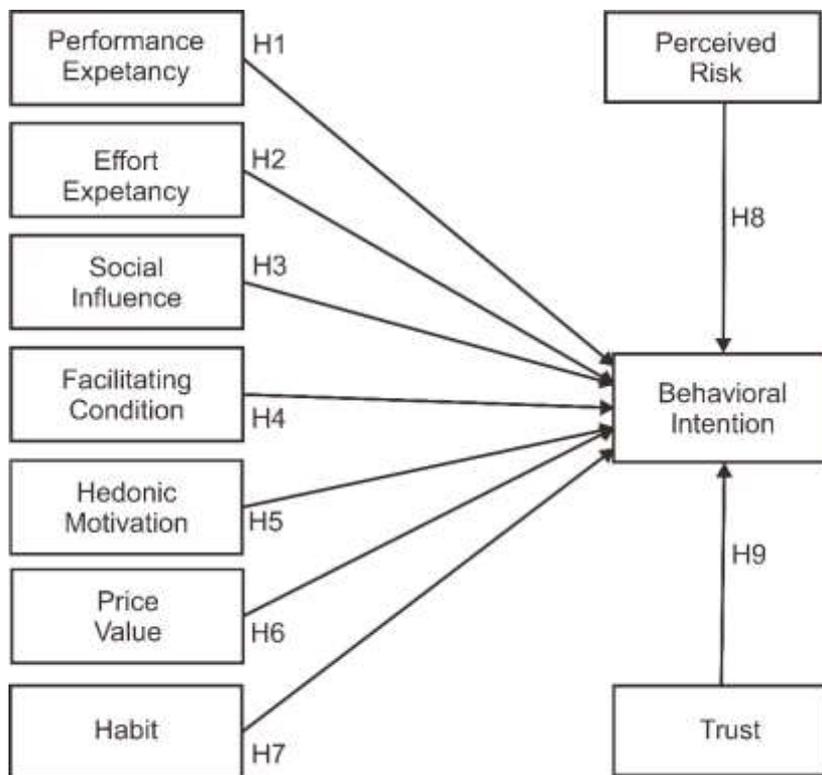
Behavioral intention merupakan keinginan seseorang dalam melakukan suatu perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Selanjutnya, minat belum merupakan perilakunya. Sementara itu, Manmman *et al.* (2016:51) menyatakan bahwa minat merupakan suatu usaha yang dimiliki oleh seseorang untuk mencoba dan berapa banyak penentu yang mereka rencanakan untuk digunakan dalam melakukan suatu perilaku.

Perumusan Hipotesis Penelitian

Megadewardanu (2016:60) mengungkapkan perlu adanya penelitian kembali seiring dengan pertumbuhan dan kedewasaan *mobile wallet*. Penelitian ini, menambahkan variable lain yang belum diidentifikasi dalam model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Di samping itu, Nuriska *et al.* (2018:113) menyatakan perlu adanya tambahan variabel seperti risiko dan

kepercayaan dalam pengujian persepsi pengguna GoPay. Oleh sebab itu, perumusan hipotesis penelitian ini didasarkan pada model UTAUT 2 dengan menambah variabel eksternal *perceived risk* dan *trust*.

Dalam hal ini, apabila seseorang merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan, memiliki manfaat lebih besar dari pada biaya yang dikorbankan, memiliki tingkat risiko yang rendah, dan mampu meningkatkan kinerjanya maka Ia akan berminat menggunakan teknologi tersebut. Selain itu, adanya pengaruh sosial, ketersediaan sarana, kesenangan dalam menggunakan teknologi, kebiasaan menggunakan teknologi, dan tingkat kepercayaan yang tinggi juga akan memengaruhi minat perilaku seseorang untuk menggunakan teknologi. Berdasarkan uraian di atas maka dapat digambarkan model penelitian pada gambar 1, berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Venkatesh *et al.* (2012), Featherman dan Pavlou (2003), dan Alalwan *et al.* (2017)

Berdasarkan kerangka model penelitian di atas, hipotesis penelitian ini berkaitan dengan pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *perceived*

risk dan *trust* terhadap *behavioral intention* GoPay. Berikut merupakan penjelasan rinci hipotesis penelitian ini:

Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention

Menurut Venkatesh *et al.* (2003:447) *performance expectancy* merupakan tingkat penggunaan sistem seseorang yang akan memberikan manfaat dalam peningkatan kerjanya. Di sisi lain, *behavioral intention* merupakan sebuah keinginan untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* (Alalwan *et al.*, 2017; Eneizan *et al.*, 2019; Martins *et al.*, 2014; Merhi *et al.*, 2019; Monilakshmane dan Rajeswari, 2018).

Berdasarkan uraian di atas, apabila seseorang melakukan pembayaran menggunakan GoPay dapat meningkatkan kinerja penggunaannya. Hal ini disebabkan karena penggunaan GoPay dapat meminimalkan waktu bertransaksi dan meningkatkan efisiensi pembayaran melalui aplikasi. Berdasarkan pernyataan di atas, maka perumusan hipotesis:

H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention

Menurut Venkatesh *et al.* (2003:450) *effort expectancy* merupakan persepsi seseorang akan sejauh mana sistem yang digunakan tersebut mudah. Di sisi lain, *behavioral intention* adalah minat untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* (Alalwan *et al.*, 2017; Eneizan *et al.*, 2019; Hidayat *et al.*, 2020; Merhi *et al.*, 2019; Martins *et al.*, 2014).

Berdasarkan uraian di atas, GoPay telah memberikan fitur-fitur pembayaran yang mudah dipahami. Di sisi lain, GoPay sudah memberikan beberapa Tutorial pada aplikasi GoJek dan hal ini dapat membantu pengguna untuk memahami penggunaan GoPay dengan mudah. Selanjutnya, informasi mengenai fitur dan cara penggunaannya juga mudah kita temui dari situs resmi GoJek, Youtube, dan situs lainnya. Berdasarkan pernyataan di atas, maka perumusan hipotesis:

H2: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention

Menurut Venkatesh *et al.* (2003:451) *social influence* merupakan tingkat seseorang yakin bahwa orang-orang yang Ia yakini berpikir bahwa Ia harus menggunakan sistem baru. Di sisi lain, *behavioral intention* adalah keinginan untuk melakukan suatu perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari *social influence* terhadap *behavioral intention* (Eneizan *et al.*, 2019; Hidayat *et al.*, 2020; Martins *et al.*, 2014; Monilakshmane dan Rajeswari, 2018).

Berdasarkan uraian di atas *social influence* memberikan kontribusi terhadap penerimaan GoPay. Bank Indonesia telah melakukan sosialisasi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) di berbagai Universitas untuk mendukung percepatan *cashless society* di Indonesia. Sementara itu, pada masa pandemi ini, banyak pihak yang menyarankan pembayaran *non* tunai baik dari masyarakat hingga pemerintah. *Social influence* menjadi signifikan apabila penggunaan sistem bersifat diwajibkan. Berdasarkan pernyataan di atas, maka perumusan hipotesis:

H3: *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention

Menurut Venkatesh *et al.* (2003:453) *facilitating conditions* merupakan hal-hal berkaitan dengan infrastruktur dan teknis yang ada mendukung penggunaan sistem. Sementara itu, Gupta *et al.* (2018:4) mendefinisikan *facilitating conditions* merupakan pengaruh dari sumber daya yang dibutuhkan seperti internet, memori, *hardware*, dan pengetahuan dalam meningkatkan niat penggunaan terhadap teknologi. Di sisi lain, *behavioral intention* didefinisikan sebagai minat seseorang melakukan suatu perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* (Eneizan *et al.*, 2019; Hidayat *et al.*, 2020; Putri dan Suardikha, 2019).

Fasilitas pendukung untuk penggunaan GoPay yaitu *smartphone*, akses internet, dan ketersediaan *top up point*. Di sisi lain, *Top up* saldo GoPay dapat mudah dilakukan melalui kartu debit, ATM, minimarket, dan melalui *driver* ojek *online*

sehingga minat menggunakan GoPay menjadi tinggi. Berdasarkan pernyataan di atas, maka perumusan hipotesis:

H4: *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention

Menurut Venkatesh *et al.* (2012:8) *hedonic motivation* merupakan suatu kesenangan yang diperoleh dari penggunaan teknologi. Sementara itu, *behavioral intention* diartikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* (Alalwan *et al.*, 2017; Eneizan *et al.*, 2019; Putri dan Suardikha, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, masyarakat akan terlihat senang saat menggunakan ponsel terutama Gopay dalam transaksi berbelanja. Selain itu, GoPay memberikan kesenangan tersendiri bagi konsumen karena banyaknya promo, diskon, dan paket hemat dalam fitur GoFood. Berdasarkan pernyataan di atas, maka perumusan hipotesis:

H5: *Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Price value* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention

Menurut Zeithaml (1988:17) *price value* adalah perbandingan biaya atau harga moneter dengan kualitas produk atau layanan. Di sisi lain, seseorang akan menggunakan sistem saat manfaat yang diterima lebih besar dari pada biaya yang dikorbankan (Venkatesh *et al.*, 2012:8). Sementara itu, *behavioral intention* diartikan sebagai minat seseorang untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari *price value* terhadap *behavioral intention* (Alalwan *et al.*, 2017; Eneizan *et al.*, 2019; Merhi *et al.*, 2019; Nuriska, *et al.*, 2018; Putri dan Suardikha, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, GoPay dalam aplikasi GoJek dapat diunduh secara gratis, meskipun aplikasi GoJek gratis kita dapat menggunakan seluruh layanannya. GoJek memberikan keuntungan promo, diskon, dan *cashback* dengan metode pembayaran GoPay sehingga dapat menghemat pengeluaran. Di sisi lain, GoPay

memberikan jaminan pengembalian uang atas tindak kejahatan menggunakan saldo GoPay. Berdasarkan pernyataan di atas, maka perumusan hipotesis:

H6: *Price value* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay.

Habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention

Habit adalah tingkat seseorang cenderung berperilaku secara otomatis karena belajar (Limayem *et al.*, 2007:709). Belajar dalam hal ini dapat diartikan sebagai tahap awal penggunaan sistem. Sementara itu, *behavioral intention* adalah keinginan seseorang untuk melakukan perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari *habit* terhadap *behavioral intention* (Eneizan *et al.*, 2019; Hidayat *et al.*, 2020; Merhi *et al.*, 2019; Nuriska, *et al.*, 2018; Putri dan Suardikha, 2019).

Habit seseorang menggunakan teknologi memberikan dampak pada tingginya tingkat minat menggunakan teknologi dalam kehidupannya. Semakin sering seseorang menggunakan teknologi maka semakin besar peluang seseorang untuk berminat mengadopsi aplikasi yang ditawarkan. Oleh karena itu, seseorang yang terbiasa menggunakan *smartphone* kemungkinan akan melakukan banyak hal dengan *smartphone*-nya termasuk bertransaksi. Seseorang yang telah memasang aplikasi GoJek dan mengikuti tutorial penggunaan GoPay akan terbiasa menggunakan GoPay setelah beberapa kali melakukan transaksi. Kebiasaan menggunakan GoPay akan meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan GoPay. Berdasarkan pernyataan di atas, maka perumusan hipotesis:

H7: *Habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention

Perceived risk merupakan risiko keuangan, kinerja produk, sosial, psikologis, fisik atau waktu yang dirasakan dalam bertransaksi secara *online* (Wang dan Wu, 2004:721-722). Sementara itu, *behavioral intention* adalah minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan dari *perceived risk* terhadap *behavioral*

intention (Eneizan *et al.*, 2019; Hidayat *et al.*, 2020; Martins *et al.*, 2014; Merhi *et al.*, 2019).

Pembobolan saldo GoPay, kegagalan *upgrade* GoPay, dan pemblokiran akun GoPay menunjukkan adanya risiko saat menggunakan GoPay. Risiko ini dapat menimbulkan kerugian bagi pengguna GoPay baik secara finansial maupun *non* finansial. Semakin tinggi risiko menggunakan sebuah sistem maka semakin kecil niat perilaku masyarakat untuk menggunakan sistem tersebut. Berdasarkan pernyataan di atas, maka perumusan hipotesis:

H8: *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay.

Trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention

Trust adalah akumulasi keyakinan pelanggan atas integritas, kebajikan dan kemampuan yang dapat meningkatkan kemauan seseorang untuk melakukan sesuatu (Alawan *et al.*, 2017:103). Di sisi lain, *behavioral intention* didefinisikan sebagai intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku (Jogiyanto, 2007:25). Merhi *et al.* (2019:8) membuktikan bahwa *trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari *trust* terhadap *behavioral intention* (Alalwan *et al.*, 2017; Eneizan *et al.*, 2019; Merhi *et al.*, 2019).

Trust dapat dibangun melalui beberapa hal diantaranya kualitas, performa, dan keamanan sebuah sistem. Kejadian pembobolan saldo GoPay dapat menjadi faktor yang mengurangi tingkat kepercayaan masyarakat pada aplikasi GoJek. Di sisi lain, kepercayaan dari pihak lain dapat meningkatkan minat untuk menggunakan sistem. Berdasarkan pernyataan di atas, maka perumusan hipotesis:

H9: *Trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei. Menurut Priyono (2016:43), survei merupakan penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Survei dalam penelitian ini ditujukan kepada responden sebagai pengguna aplikasi GoJek yang menggunakan GoPay

sebagai metode alat pembayarannya. Adapun kriteria Penelitian ini mengambil responden pengguna GoPay yaitu mahasiswa yang menggunakan GoPay saat bertransaksi yang tersebar di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Survei dikirimkan lewat komputer ini dengan menggunakan internet untuk menyebarkan pertanyaan-pertanyaan (kuesioner), lalu kemudian disebar dalam grup-grup diskusi yang relevan dengan membantu survei yang digunakan. Penyebaran ini bisa melalui *e-mail* atau dapat lewat situs jaringan (*web site*) (Jogiyanto, 2017:143).

Selain itu, populasi dalam penelitian ini adalah pengguna GoPay yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan demikian, teknik pengambilan sampel yaitu *snowball sampling*. Teknik ini adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian semakin membesar (Sugiyono, 2017:145). Peneliti menggunakan *link google form* sebagai alat untuk penyebaran kuesioner secara online. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert 1-4. Penelitian ini menghilangkan indikator ‘Netral’ dan menggunakan skala *likert* genap karena alasan tidak digunakannya indikator tersebut agar responden menyatakan persetujuan atau pertidaksetujuannya atas pernyataan yang disampaikan kepadanya (Santosa; 2008:46-47).

Selanjutnya, penelitian ini menggunakan teknik analisis data analisis jalur dengan menggunakan alat statistik SmartPLS versi 3.2. Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:164), “PLS adalah analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, selain itu model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi)”. Dalam model pengukuran terdiri dua tahapan pengujian yaitu uji validitas (konvergen dan diskriminan) dan reliabilitas. Sementara itu, model struktural digunakan untuk mengevaluasi R^2 dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner *online* dan wawancara online kepada pengguna aplikasi GoJek yang menggunakan GoPay sebagai alat pembayaran. Data yang didapat sebanyak 321 responden yang berasal dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari data yang diolah, dapat

dilihat profil responden sebagai pengguna aplikasi GoJek yang menggunakan GoPay sebagai alat pembayaran berdasarkan umur, domisili, status pekerjaan, pengalaman menggunakan sistem pembayaran GoPay pada GoJek, dan jumlah penggunaan GoPay pada aplikasi GoJek. Tabel 1 menunjukkan informasi karakteristik responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kriteria	Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
Jenis Kelamin	Perempuan	217	67,60%
	Laki-laki	104	32,40%
Usia	18	9	2,80%
	19	19	5,92%
	20	102	31,78%
	21	111	34,58%
	22	55	17,13%
	23	19	5,92%
	24	2	0,62%
	25	2	0,62%
	26	1	0,31%
Lama penggunaan Gopay	≤ 1 bulan	28	8,72%
	>1 bulan < 3 bulan	40	12,46%
	≥ 3 bulan ≤ 6 bulan	23	7,17%
	> 6 bulan	230	71,65%
Intensitas penggunaan GoPay	< 3 kali	196	61,06%
	3 kali - 6 kali	102	31,78%
	7 kali - 10 kali	11	3,43%
	> 10 kali	12	3,74%

Sumber: Data diolah 2021.

Pada informasi tabel 2, apabila nilai *outer loading* kurang dari *rule of thumb* yang ditetapkan untuk validitas konvergen yaitu *outer loading* lebih dari 0,7 maka, langkah selanjutnya adalah melakukan penghapusan terhadap nilai konstruk dibawah nilai *rule of thumb* tersebut dan melakukan pengujian kedua. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, seluruh konstruk dalam penelitian ini sudah memiliki nilai *outer loading* yang memenuhi kriteria *rule of thumb* lebih dari 0,7 dan dapat dinyatakan valid. Di sisi lain, hal serupa juga sama dengan nilai AVE dimana nilai tersebut telah memenuhi nilai kriteria di atas 0,5. Berikut adalah informasi nilai AVE pada tabel 3.

Tabel 2. Nilai *Outer Loading*

Variabel	Indikator	Uji 1	Keterangan	Uji 2	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0,789	Valid	0,789	Valid
	PE2	0,780	Valid	0,780	Valid
	PE3	0,752	Valid	0,752	Valid
	PE4	0,763	Valid	0,763	Valid
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0,799	Valid	0,799	Valid
	EE2	0,887	Valid	0,887	Valid
	EE3	0,813	Valid	0,813	Valid
	EE4	0,765	Valid	0,765	Valid
<i>Social Influence</i>	SI1	0,899	Valid	0,899	Valid
	SI2	0,901	Valid	0,901	Valid
	SI3	0,882	Valid	0,882	Valid
<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	0,822	Valid	0,842	Valid
	FC2	0,772	Valid	0,805	Valid
	FC3	0,820	Valid	0,838	Valid
	FC4	0,491	Tidak Valid	-	-
<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0,871	Valid	0,871	Valid
	HM2	0,911	Valid	0,911	Valid
	HM3	0,852	Valid	0,852	Valid
<i>Price Value</i>	PV1	0,847	Valid	0,847	Valid
	PV2	0,830	Valid	0,830	Valid
	PV3	0,868	Valid	0,868	Valid
<i>Habit</i>	HT1	0,812	Valid	0,812	Valid
	HT2	0,825	Valid	0,825	Valid
	HT3	0,810	Valid	0,810	Valid
	HT4	0,733	Valid	0,733	Valid
<i>Perceived Risk</i>	PR1	0,894	Valid	0,894	Valid
	PR2	0,905	Valid	0,905	Valid
	PR3	0,933	Valid	0,933	Valid
<i>Trust</i>	TR1	0,874	Valid	0,874	Valid
	TR2	0,900	Valid	0,900	Valid
	TR3	0,828	Valid	0,828	Valid
	TR4	0,849	Valid	0,849	Valid
<i>Behavioral Intention</i>	BI1	0,811	Valid	0,811	Valid
	BI2	0,892	Valid	0,892	Valid
	BI3	0,887	Valid	0,887	Valid

Sumber: Data diolah 2021.

Tabel 3. Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Konstruk	Nilai AVE
<i>Performance Expectancy</i>	0,595
<i>Effort Expectancy</i>	0,668
<i>Social Influence</i>	0,799
<i>Facilitating Conditions</i>	0,687
<i>Hedonic Motivation</i>	0,771
<i>Price Value</i>	0,720
<i>Habit</i>	0,634
<i>Perceived Risk</i>	0,830
<i>Trust</i>	0,745
<i>Behavioral Intention</i>	0,747

Sumber: Data diolah 2021

Kedua, validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Hasil uji validitas diskriminan ditampilkan dalam tabel 4 korelasi variabel laten.

Tabel 4. Validitas Diskriminan Berdasarkan Nilai Akar AVE

	BI	EE	FC	HM	HT	PE	PR	PV	SI	TR
BI	0,864									
EE	0,336	0,817								
FC	0,325	0,448	0,829							
HM	0,642	0,414	0,301	0,878						
HT	0,646	0,235	0,271	0,609	0,796					
PE	0,486	0,352	0,277	0,569	0,557	0,771				
PR	-0,158	-0,212	-0,134	-0,137	-0,087	-0,048	0,911			
PV	0,505	0,465	0,392	0,557	0,508	0,563	-0,132	0,848		
SI	0,489	0,168	0,158	0,474	0,508	0,503	-0,033	0,372	0,894	
TR	0,514	0,470	0,427	0,513	0,467	0,433	-0,316	0,473	0,239	0,863

Sumber: Data diolah 2021.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu Cronbach's *Alpha* dan *Composite Reliability*. *Cronbach's Alpha* mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *Composite Reliability* mengukur nilai

sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* harus $> 0,6$ dan nilai *Composite Reliability* harus $> 0,7$. Dengan demikian, hasil dari uji reliabilitas pada tabel 5 menunjukkan nilai bahwa indikator kuesioner dalam penelitian ini telah memenuhi ketentuan dalam uji reliabilitas.

Tabel 5. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Konstruk	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Behavioral Intention</i>	0,830	0,898
<i>Effort Expectancy</i>	0,836	0,889
<i>Facilitating Conditions</i>	0,772	0,868
<i>Hedonic Motivation</i>	0,852	0,910
<i>Habit</i>	0,807	0,874
<i>Performance Expectancy</i>	0,774	0,854
<i>Perceived Risk</i>	0,900	0,936
<i>Price Value</i>	0,806	0,885
<i>Social Influence</i>	0,874	0,923
<i>Trust</i>	0,886	0,921

Sumber: Data diolah 2021.

Model Struktural

Model struktural digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis Untuk mencari pembuktian apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka penelitian ini menggunakan nilai koefisien *path* atau *inner model* yang menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:197), skor koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *T-statistic* harus di atas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two-tailed*) untuk pengujian hipotesis pada tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$) atau 0,05 dan power 80%. Jika nilai *T-statistic* $> T-table$ yaitu 1,96, berarti hipotesis terdukung. Sebaliknya, jika nilai *T-statistic* $< T-table$, berarti hipotesis tidak terdukung. Berikut hasil *Path Coefficient* ditunjukkan pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji *Bootstrapping*

		<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	Hasil
H1	EE -> BI	0,012	0,014	0,047	0,264	0,792	Tidak terdukung
H2	FC -> BI	0,049	0,053	0,054	0,907	0,365	Tidak terdukung
H3	HM -> BI	0,267	0,262	0,058	4,647	0,000	Terdukung
H4	HT -> BI	0,302	0,308	0,066	4,591	0,000	Tidak terdukung
H5	PE -> BI	-0,031	-0,023	0,058	0,545	0,586	Terdukung
H6	PR -> BI	-0,027	-0,034	0,038	0,714	0,475	Tidak terdukung
H7	PV -> BI	0,065	0,063	0,060	1,079	0,281	Terdukung
H8	SI -> BI	0,155	0,152	0,053	2,914	0,004	Tidak terdukung
H9	TR -> BI	0,147	0,140	0,063	2,333	0,020	Terdukung

Sumber: Data diolah 2021.

Pembahasan

Performance expectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis satu (H1) tidak terdukung, artinya *performance expectancy* tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayat *et al.* (2020), Putri dan Suadhika (2019), Andrianto (2020), Megadewandanu (2016), Nuriska *et al.* (2018) dan Merhi *et al.* (2019). Jadi, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Venkatesh *et al.* (2003), Venkatesh *et al.* (2012), Martin *et al.* (2014), Merhi *et al.* (2019), dan Alalwan *et al.* (2017).

Hal ini disebabkan oleh adanya peningkatan kinerja akibat penggunaan GoPay tidak meningkatkan minat pada responden mahasiswa untuk menggunakan GoPay. Hal ini dapat terjadi karena alat pembayaran GoPay bukan merupakan satu-satunya alat pembayaran yang digunakan oleh mahasiswa karena ada banyak alat pembayaran lain seperti uang tunai, *e-money*, dan *e-wallet* lain. Di sisi lain, hal ini bertentangan dengan kemampuan GoPay yang meningkatkan kinerja penggunaannya dengan memproses pembelian lebih cepat, melacak pengeluaran dengan mudah, dan mentransfer uang dalam waktu singkat, namun pengguna menilai kenyamanan dan kepercayaan sebagai faktor utama menggunakan GoPay (www.thejakartapost.com).

Effort expectancy berpengaruh positif terhadap behavioral intention

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis dua (H2) tidak terdukung. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri dan Suadhika (2019), Andrianto (2020), Putranto (2020), Monilakshmane dan Rajeswari (2018), Nuriska *et al.* (2018) dan Merhi *et al.* (2019). Di sisi lain, hasil penelitian ini tidak

mendukung penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Venkatesh *et al.* (2003), Venkatesh *et al.* (2012), Martin *et al.* (2014), Eneizan *et al.* (2019), dan Alalwan *et al.* (2017).

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan GoPay tidak berpengaruh untuk meningkatkan minat mahasiswa menggunakan GoPay. Mahasiswa cenderung tidak memperhatikan kemudahan dalam menggunakan GoPay karena telah terbiasa menggunakan uang tunai yang dianggap lebih mudah. Uang tunai dianggap lebih mudah digunakan dalam segala kondisi tidak memerlukan akses internet, dan tidak dikenakan biaya transaksi (www.easypay.co.id, 2020; www.money.kompas.com, 2016; benefits.bankmandiri.co.id, 2021).

Social influence berpengaruh positif terhadap behavioral intention.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis tiga (H3) terdukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Enezain *et al.* (2019), Hidayat *et al.* (2020), Martins *et al.* (2014), Megadewardanu (2016), Monilakshmane dan Rajeswari (2018), Mugambe (2017), Merhi *et al.* (2018), Putra dan Maya (2013), dan Venkatech *et al.* (2012). Hal ini berarti penggunaan GoPay sangat diminati oleh mahasiswa. Di sisi lain, penelitian ini juga didukung oleh adanya pengaruh pihak lain sehingga mahasiswa memiliki minat untuk menggunakan GoPay. Bank Indonesia melakukan sosialisasi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) di berbagai universitas untuk mempercepat *cashless society* di Indonesia menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* GoPay.

Sementara itu, pandemi COVID-19 juga memberi banyak ajakan untuk melakukan transaksi non tunai baik dari pemerintah, keluarga, dan teman-teman untuk mengurangi tingkat penyebaran COVID-19. Menurut Sumarwan (2011:13) keluarga merupakan lingkungan mikro yang memiliki pengaruh besar pada konsumen. Oleh karena itu, peran keluarga, teman-teman, dan pemerintah mampu meningkatkan minat mahasiswa menggunakan alat pembayaran non tunai seperti GoPay.

***Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis empat (H4) tidak terdukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andrianto (2020), Putranto (2020), dan Megadewandanu (2016). Jadi, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Venkatesh *et al.* (2003), Venkatesh *et al.* (2012), Eneizan *et al.* (2019), dan Alalwan *et al.* (2017). Hal ini disebabkan oleh ketersediaan infrastruktur dan teknis yang mendukung penggunaan GoPay tidak dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay. Hal tersebut terjadi karena masih adanya permasalahan berkaitan dengan infrastruktur dan teknis pada GoPay. Kasus pembobolan saldo GoPay menjadi salah satu bukti lemahnya infrastruktur keamanan GoPay. Selain itu, pada GoPay juga terjadi kendala teknis yang menyebabkan *top up* saldo menjadi terhambat, tidak dapat menggunakan metode pembayaran GoPay, dan tidak dapat menggunakan *voucher* (katadata.co.id; wartaekonomi.co.id; kumparan.com).

Selain permasalahan di atas, *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap minat perilaku pengguna GoPay terjadi karena infrastruktur yang dibangun untuk memudahkan penggunaan GoPay belum tersedia secara optimal, seperti *QR code* yang belum tersedia di banyak *merchant*. Di sisi lain, hal ini juga dapat terjadi karena adanya pengalaman-pengalaman seperti, *error*, *server down*, dan *customer service* yang lambat atau bahkan tidak memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi (mediakonsumen.com, 2020; kompas.com, 2019; inet.detik.com, 2019; cnbcindonesia.com, 2019).

***Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis lima (H5) terdukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alalwan *et al.* (2017), Enezain *et al.* (2019), Putra dan Maya (2013), Putri dan Suadhika (2019), Andrianto (2020), Putranto (2020), dan Megadewandanu (2016). Jadi, semakin mahasiswa merasa senang menggunakan GoPay maka mahasiswa akan semakin berminat menggunakan GoPay. Kesenangan merupakan faktor emosional yang dirasakan oleh seseorang. Manusia emosional menggambarkan konsumen dengan perasaan yang mendalam dan emosi seperti rasa senang, cinta, dan khawatir yang memengaruhi

keputusan pembelian (Sangadji dan Sopiah, 2013:123). Selain itu, kenyamanan finansial adalah keuntungan yang banyak dicari pengguna GoPay (www.thejakartapost.com). Dengan demikian, mahasiswa merasa senang menggunakan GoPay karena praktis dan efisien, aman, dan hemat karena adanya promo (ekonomi.kompas.com, 2017; money.kompas.com, 2020).

Price value berpengaruh positif terhadap behavioral intention.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis enam (H6) tidak terdukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayat *et al.* (2020), Andrianto (2020), Putranto (2020), Megadewandanu (2016), dan Merhi *et al.* (2018). Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Venkatesh *et al.* (2012), Putri dan Suardhika (2019), Martin *et al.* (2014), Merhi *et al.* (2019), dan Alalwan *et al.* (2017). Hal ini disebabkan oleh adanya nilai harga tidak meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay. Nilai harga tidak mempengaruhi minat menggunakan GoPay karena pengguna mengutamakan keamanan yang diberikan GoPay (www.transonlinewatch.com).

Faktor keamanan merupakan jaminan bagi pengguna karena tidak merasa khawatir adanya pencurian saldo dan transaksi ilegal yang merugikan pengguna. Adapun fitur yang diberikan GoPay melalui fitur GoJek *Shield* menyebabkan (www.transonlinewatch.com). Di sisi lain, Sangadji dan Sopiah (2013:330) menjelaskan bahwa harga memberikan pengaruh yang relatif, ada konsumen yang sensitif terhadap harga namun ada juga yang tidak mempertimbangkan harga pada keputusan penggunaan produk.

Habit berpengaruh positif terhadap behavioral intention.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis tujuh (H7) terdukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayat *et al.* (2020), Putri dan Suadhika (2019), Mugambe (2017), Megadewandanu (2016), Nuriska *et al.* (2018), Enezain *et al.* (2019), Venkatesh *et al.* (2012) dan Merhi *et al.* (2018). Hal ini berarti semakin mahasiswa terbiasa menggunakan GoPay maka mereka akan semakin berminat menggunakan GoPay. *Habit* merupakan tingkat lebih lanjut dari pengalaman. *Habit* dapat dibangun dengan dua hal yaitu intensitas pengulangan

kegiatan dan lama waktu melakukan kegiatan (practicalhealthpsychology.com, 2016; successbefore30.co.id, 2016).

Perceived risk berpengaruh negatif terhadap behavioral intention.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis delapan (H8) tidak terdukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Monilakshmane dan Rajeswari (2018). Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Eneizan *et al.* (2019), Hidayat *et al.* (2020), dan Martins *et al.* 2014) yang menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention*. *Perceived risk* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap minat perilaku berarti adanya risiko pada penggunaan GoPay tidak menurunkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay. Risiko menggunakan GoPay dapat berupa pencurian data pribadi, pembobolan saldo, dan kegagalan fungsi aplikasi (tirto.id, 2019; dailysocial.id, 2016; www.cnnindonesia.com, 2021). Meskipun demikian, hal ini bukan berarti bahwa teknologi keuangan lain tidak memiliki risiko, karena setiap teknologi keuangan memiliki risiko yang serupa (www.simulasikredit.com).

Trust berpengaruh positif terhadap behavioral intention.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis sembilan (H9) terdukung. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alalwan *et al.* (2017), Hidayat *et al.* (2020), dan Merhi *et al.* (2018). Hal ini berarti semakin mahasiswa percaya pada GoPay maka mahasiswa akan semakin minat menggunakan GoPay. Kepercayaan merupakan faktor utama yang digunakan sebagai prediksi perilaku konsumen. Kepercayaan dapat dibangun karena pengalaman pribadi maupun kepercayaan pihak lain (Gefen *et al.* 2003:62). GoJek sebagai penyedia layanan GoPay merupakan aplikasi yang dapat dipercaya sehingga orang-orang akan terus menggunakan layanannya yang dipandang sangat baik dan dapat dipercaya (www.thejakartapost.com).

KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna yaitu dari persepsi risiko dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap pengujian minat mahasiswa

yang menggunakan Gopay sebagai alat pembayaran transaksi. Adapun hasil penelitian ini yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa yaitu

1. *Performance expectancy* tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Hal ini berarti peningkatan kinerja akibat penggunaan GoPay tidak meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay.
2. *Effort expectancy* tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Hal ini berarti kemudahan penggunaan GoPay tidak meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay.
3. *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Hal ini berarti pengaruh lingkungan sosial mahasiswa mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay.
4. *Facilitating conditions* tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Hal ini berarti ketersediaan infrastruktur dan teknis yang mendukung penggunaan GoPay tidak meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay.
5. *Hedonic motivaton* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Hal ini berarti kesenangan dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay.
6. *Price value* tidak berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Hal ini berarti perbandingan harga dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan GoPay tidak meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay.
7. *Habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Hal ini berarti kebiasaan menggunakan GoPay mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay.
8. *Perceived risk* tidak berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Hal ini berarti risiko akibat penggunaan GoPay tidak menurunkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay.
9. *Trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan GoPay. Hal ini berarti kepercayaan kepada GoPay mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay.

Sementara itu, keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya variasi pengalaman pengguna GoPay karena intensitas penggunaan GoPay yang rendah terjadi pada sebagian besar responden. Dengan demikian, hal ini berdampak pada hasil penelitian yang kurang mampu memberikan analisis mendalam berkaitan dengan minat perilaku pengguna GoPay. Di sisi lain, peneliti memberikan usulan untuk penelitian selanjutnya yaitu menguji minat pada *e-wallet* lain dan menambahkan variabel keamanan dan privasi.

REFERENSI

- Abdillah, Willy & Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. 2017. Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3): 99–110.
- Andrianto, A. 2020. Faktor Yang Memengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2): 111–122.
- Bank Indonesia. 2016. Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran
- Bank Indonesia. 2017. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/Pbi/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial
- Budiansyah, Arif. 2019. Gopay Error, Netizen: Gak Bisa Bayar GoFood Nih. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191204103102-37-120126/gopay-error-netizen-gak-bisa-bayar-gofood-nih>. diakses pada 19 April 2021 pukul 00:14
- easypay.co.id. <https://easypay.co.id/3-alasan-pembayaran-uang-tunai-masih-penting/> diakses pada 15 April 2021 Pukul 20:49
- Eneizan, B., Mohammed, A. G., Alnoor, A., Alabboodi, A. S., & Enaizan, O. 2019. Customer acceptance of mobile marketing in Jordan: An extended UTAUT2 model with trust and risk factors. *International Journal of Engineering Business Management*, 11(1): 1–10.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. 2003. Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *Internatonal Journal of Human-Computer Studies*, 59: 451–474.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. 2020. Penerimaan Pengguna E-Wallet

- Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2 – A Case Study). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3): 239–247.
- Ika, Aprillia. 2016. Mana Lebih Baik, Membawa Uang Tunai atau Non-tunai? <https://money.kompas.com/read/2016/11/27/090000626/mana.lebih.baik.membawa.uang.tunai.atau.non-tunai.?page=all> Diakses Pada 15 April 2021 Pukul 20:51
- Ika. Aprillia. 2017. 7 Manfaat Gunakan Transaksi Nontunai Ketimbang Uang Tunai Saat Liburan. <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/01/090000126/7-manfaat-gunakan-transaksi-nontunai-ketimbang-uang-tunai-saat-liburan?page=all> Diakses Pada 15 April 2021 Pukul 20:56
- IOSCO. 2017. IOSCO Research Report on Financial Technologies (Fintech). *International Organization of Securities Commissions*, (February): 1–75.
- Jati, Anggoro Suryo. 2019. Netizen Keluhkan GoPay Error. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4695231/netizen-keluhkan-gopay-error>. Diakses pada 19 April 2021 pukul 00.10
- Jogiyanto. 2007. *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Kemenkes RI. 2020a. *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.01.07/Menkes/328/2020 Tentang Panduan Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Di Tempat Kerja Perkantoran Dan Industri Dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha Pada Situasi Pand*: 1–39.
- Kemenkes RI. 2020b. *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.01.07/Menkes/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat Di Tempat Dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*: 1–66.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. 2007. How Habit Limits The Predictive Power Of Intention: The Case Of Information Systems Continuance. *MIS Quarterly*, 31(4): 705–737.
- Mamman, M., Ogunbado, A. F., & Abu-bakr, A. S. 2016. Factors Influencing Customer’s Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Northern Nigeria: a Proposed Framework Factors Influencing Customer’s Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Northern Nigeria: a Proposed Framework. *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*, 7(I): 51–55.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovic, A. 2014. Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34: 1–13.

- Maulana, Syarif. 2021. Tunai VS Non Tunai, Mana yang Lebih Hemat untuk Transaksi Harian?. <https://benefits.bankmandiri.co.id/article/tunai-vs-non-tunai,-mana-yang-lebih-hemat-untuk-transaksi-harian-> Diakses Pada 15 April 2021 Pukul 20:54 successbefore30.co.id, 2016
- Megadewandanu, S. 2016. *Adopsi Teknologi Mobile Wallet di Indonesia Menggunakan Model UTAUT2*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. 2019. Technology in Society A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(July): 101151.
- Mohammed, A. 2020. Cash and the coronavirus: COVID-19 is changing our relationship with money. *The Conversation*. <https://theconversation.com/cash-and-the-coronavirus-covid-19-is-changing-our-relationship-with-money-138774>. diakses 4 September 2020 pukul 20:59
- Monilakshmane, A., & Rajeswari, B. 2018. The Impact of Perceived Risks on Users' Behavioural Intention on Using Financial Services Mobile Applications: Extending UTAUT Model. *RESEARCH REVIEW International Journal of Multidisciplinary*, 3085: 153–157.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. 2018. Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android E-Payment System Design in E-Wallet Using Android-Based on QR Codes. *Jurnal Sistem Komputer*, 7(2): 63–69.
- Nuriska, A., Asakdiyah, S., Setyawan, R. R., Program, M. M., Dahlan, U. A., et al. 2018. Factors Affecting Behavioral Intention in Using Go-Pay With The Modified Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 Model (UTAUT2). *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 1(2): 107–114.
- Prasetya, Anggara Wikan. 2020. Transaksi Nontunai Jadi Salah Satu Cara Mencegah Penyebaran Covid-19. <https://money.kompas.com/read/2020/05/09/144045726/transaksi-nontunai-jadi-salah-satu-cara-mencegah-penyebaran-covid-19?page=all> Diakses Pada 15 April 2021 Pukul 21:05
- Priyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Teddy Chandra, Ed.) (2008th ed.). Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Putri, N. K. R. D., & I Made Sadha Suardikha. 2019. Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2): 540–555.

- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santosa, Paulus Insap. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif: Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya menggunakan SmartPLS*. Andi: Yogyakarta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- thejakartapost.com. Why Gojek users leave their cash behind and turn to GoPay. <https://www.thejakartapost.com/adv-longform/2019/12/27/why-gojek-users-leave-their-cash-behind-and-turn-to-gopay.html>. Diakses pada 16 April 2021 Pukul 00:43
- Vallerand, R. J. 1997. Toward A Hierarchical Model of Intrinsic and Extrinsic Motivation. *Advances In Experimental Social Psychology*, 29: 271–360.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(February): 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. 2003. Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3): 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance And Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1): 157–178.
- Wu, J., & Wang, S. 2004. What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information & Management*, 42: 719–729.
- www.bi.go.id Diakses Pada 16 April 2021 Pukul 21:48
- www.transonlinewatch.com Diakses pada 2 Mei 2021 Pukul 20:08
- www.wartaekonomi.co.id Diakses pada 2 Mei 2021 Pukul 20:06
- Zeithaml, V. A. 1988. Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence Evidence. *Journal of Marketing*, 52(July): 2–22.