

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN TCASH MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2) STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA TCASH DI UNIVERSITAS TELKOM

Egi Radiansyah¹, Dr. Maya Ariyanti, S.E., M.M.²

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹ Egiradiansyah167@gmail.com, ² Ariyanti@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) merupakan program untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui praktik penggunaan instrumen non tunai sehingga pengguna menjadi terbiasa dan merasa nyaman untuk menggunakan instrumen pembayaran non tunai. Telkomsel mempunyai produk jasa yaitu TCash, TCash adalah layanan uang elektronik yang dimana uang elektronik ini dapat digunakan sebagai alat pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan TCash oleh mahasiswa Universitas Telkom pengguna TCash. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah model UTAUT2, variabel *independen* dalam UTAUT2 yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedovonic motivation*, *price value*, and *habit*. Variabel *intervening* yaitu *behavioral intention*, variabel *dependen* yaitu *use behavior* serta variabel *moderator* yaitu *age*, *gender* dan *experience*.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Telkom pengguna TCash sedangkan sampel pada penelitian ini adalah sebagian mahasiswa Universitas Telkom pengguna TCash. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran melalui kuesioner *online* maupun bertemu langsung. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 385 orang. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 2.0.

Dari hasil pengolahan dan analisis data didapatkan hasil penelitian bahwa pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* melalui variabel *intervening* memiliki pengaruh yang signifikan kecuali variabel *effort expectancy* dan *habit*. Pengaruh variabel *independen* dan *intervening* terhadap variabel *dependen* memiliki pengaruh yang signifikan. Pengaruh variabel *moderator* *age*, *gender* dan *experience* memiliki hasil yang berbeda tergantung rentang umur, jenis kelamin dan pengalaman penggunaan TCash oleh mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom.

Abstract

National Movement of Non-Cash (GNNT) is a program to educate and socialization for the public through the practice of using non-cash directly so that users become accustomed and start to feel comfortable to use non-cash payment instruments. Telkomsel has a service product is TCash, TCash is an electronic money service in which electronic money can be used as a means of payment. This study aims to determine the effect of using TCash by Telkom University student users TCash. The theory used in this study is a model UTAUT2, the independent variables in UTAUT2 that *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedovonic motivation*, *price value*, and *habit*. Namely *behavioral intention* intervening variable, dependent variable is the *use behavior* as well as a moderator variable, namely *age*, *gender* and *experience*.

This study population is students of Telkom University TCash users while samples in this study were mostly students of Telkom University TCash users. The data collection is done by distributing through online questionnaires or meet in person. The samples used as many as 385 people. Sampling technique used is purposive sampling. Data analysis technique used is the technique Partial Least Square (PLS) with the help of application SmartPLS 2.0.

From processing and data analysis research showed that the influence of independent variables on the dependent variable through the intervening variables influence significant influence unless the variable effort expectancy and habit. Independent and intervening variables influence the dependent variable has a significant effect. The influence of moderator variables age, gender and experience have different results depending on the age range, gender and experience TCash use by students at the University Telkom TCash users.

Keywords: UTAUT 2; TCash; Consumer Behavior

1. PENDAHULUAN

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) merupakan salah satu program untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui praktik penggunaan instrumen pembayaran non tunai. Telkomsel selaku operator telekomunikasi terbesar di Indonesia mempunyai produk jasa yaitu TCash, TCash adalah layanan uang elektronik yang dimana uang elektronik ini nantinya dapat digunakan sebagai alat pembayaran.

Universitas Telkom adalah sebuah kampus yang bertempat di kawasan Bandung *Technoplex*. Merupakan penggabungan dari empat perguruan tinggi swasta, yaitu Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), Politeknik Telkom, dan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia Telkom (STISI Telkom) (<http://telkomuniversity.ac.id>). Peneliti melakukan survei di Universitas Telkom tentang jumlah perbandingan antara jumlah mahasiswa pengguna TCash dengan mahasiswa pengguna telkomsel yang ada di Universitas Telkomsel. Hasil survei mengenai tingkat perbandingan antara pengguna telkomsel dan TCash, peneliti mendapatkan hasil bahwa di Universitas Telkom terdapat tingkat perbedaan yang cukup signifikan antara jumlah pengguna Telkomsel dan TCash. Hal ini menyebabkan peneliti memutuskan memilih mahasiswa Universitas Telkom sebagai objek penelitian karena faktor yang memegang peranan penting dalam penerapan sebuah teknologi informasi salah satu faktornya adalah faktor pengguna, Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa manusia berinteraksi menggunakan sistem informasi yang dimana interaksi ini dapat menimbulkan masalah keprilakuan, hal ini yang menyebabkan adanya penolakan akan penggunaan teknologi informasi tersebut yang berakibat gagalnya penerapan sebuah sistem informasi.

Untuk itu agar sebuah sistem informasi dapat diterima dengan baik oleh pemakainya, maka diperlukan sebuah pendekatan agar teknologi tersebut dapat diterima, untuk mengetahui pengaruh penggunaan TCash pada penelitian ini, penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* atau disingkat UTAUT2. Variabel yang terdapat dalam UTAUT2 yaitu variabel *independen* atau X (*performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedononic motivation, price value, habit*), variabel *intervening* atau Y (*behavioral intention*) dan variabel *dependen* atau Z (*use behavior*) serta variabel moderator (*age, gender, experience*).

2. LANDASAN TEORI

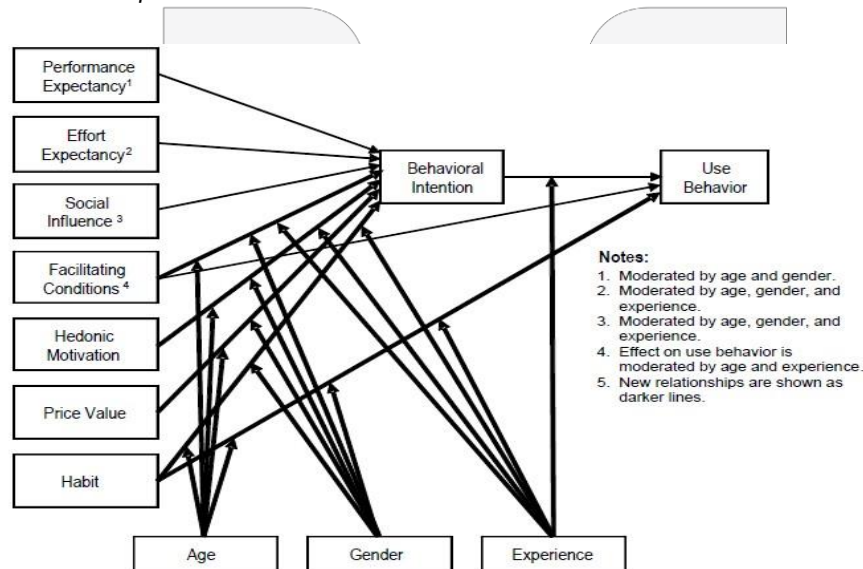
2.1 UTAUT2

Model UTAUT 2 merupakan pengembangan dari model UTAUT yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.*, pada tahun 2003 dengan mengulas dan mengidentifikasi delapan model teori tentang perilaku penerimaan teknologi sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Technology*

Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Combined TAM and TPB, Model of PC Utilization (MPCU), Innovation Diffusion Theory (IDT), dan Social Cognitive Theory (SCT).

Venkatesh, *et al.* kemudian menemukan empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Disamping itu terdapat pula empat variabel moderator yaitu *gender*, *age*, *voluntariness of use*, dan *experience* yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari empat konstruk utama pada *behavioral intention* dan *use behavior*.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) adalah sebuah penelitian lanjutan dari model UTAUT pada tahun 2012, namun pada UTAUT2 Venkatesh, *et al.*, menambahkan *Hedonic Motivation*, *Price Value* dan (3) *Habit* serta pada UTAUT2 Venkatesh, *et al.*, menghilangkan variabel moderator *Voluntariness of Use*.



Gambar 1
Model UTAUT2 (Venkatesh *et al.*, 2012)

2.2 Kerangka Penelitian

Kerangka Penelitian ini disusun berdasarkan hubungan antar variabel dengan penjelasan hubungan sebagai berikut :

Performance Expectancy pada penelitian ini yaitu tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan TCash akan memberikan keuntungan atau manfaat pada pekerjaannya (Venkatesh *et al.*, 2003).

Effort Expectancy pada penelitian ini yaitu merupakan tingkat kemudahan menggunakan TCash, bila TCash mudah digunakan maka usaha yang diperlukan tidak tinggi begitupun sebaliknya jika TCash sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya (Venkatesh *et al.*, 2003).

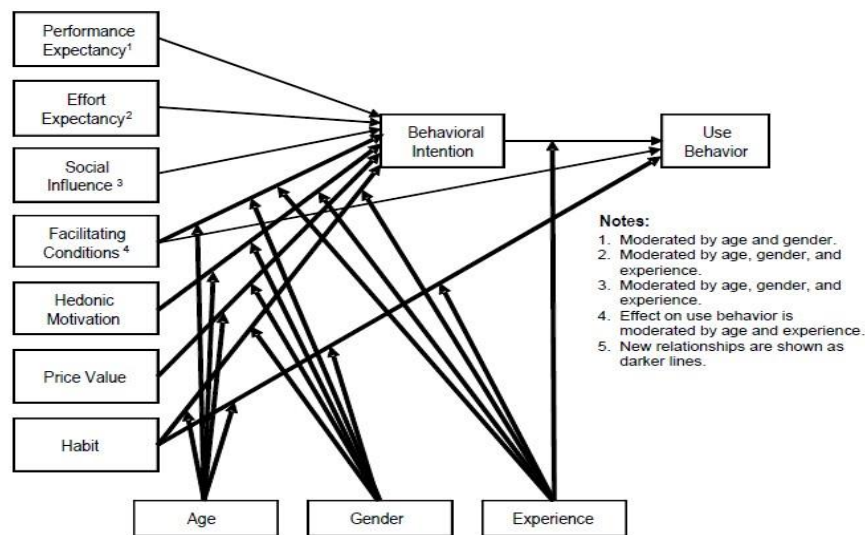
Social influence pada penelitian ini adalah tingkat persepsi seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang mempengaruhinya menggunakan TCash. Jadi bila seorang pengguna TCash percaya terhadap persepsi orang disekitarnya maka akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang yang menggunakan TCash tersebut (Venkatesh *et al.*, 2003).

Facilitating condition pada penelitian ini adalah sejauh mana pengguna TCash percaya bahwa infrastruktur dari Telkomsel tersedia untuk mendukung penggunaan TCash (Venkatesh *et al.*, 2003).

Hedonic Motivation adalah tingkat kesenangan yang didapatkan dari penggunaan TCash, dan telah terbukti berperan penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan TCash (Venkatesh *et al.*, (2012).

Price Value didefinisikan sebagai tingkat perbandingan antara manfaat yang dirasakan oleh pengguna TCash dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan TCash (Venkatesh *et al.*, (2012).

Habit pada penelitian ini ditujukan untuk menunjukkan sejauh mana pengguna TCash cenderung menggunakan TCash dalam kehidupan sehari-hari (Venkatesh *et al.*, (2012).



Gambar 2

Kerangka Penelitian (Venkatesh *et al.*, (2012).

3. METODE PENELITIAN

Berdasarkan metode, jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif bersifat konklusif atau kausal, penelitian ini bersifat *cross sectional* karena dilakukan dalam satu periode waktu.

Variabel bebas pada penelitian ini terdiri dari *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), dan *Habit* (H). Variabel antara pada penelitian ini yaitu *Behavioral Intention* (BI). Variabel terikat yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *Use Behavior* (UB). Variabel moderator dalam penelitian ini adalah *age*, *gender*, dan *experience*.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Untuk jenis kelamin yang digunakan yaitu laki-laki dan perempuan. Rentang umur yang digunakan yaitu rentang umur 18-22 tahun. Sedangkan untuk pengalaman (*experience*) dengan durasi penggunaan selama 1-3 bulan, 4-6 bulan, 7-9 bulan serta 10 bulan keatas, alasan penggunaan durasi ini dikarenakan TCash *tap* pertama kali diperkenalkan yaitu pada bulan oktober 2015.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom akan tetapi total atau jumlah populasi yang ada tidak diketahui, dikarenakan tidak ada data yang valid mengenai jumlah populasi

pengguna TCash di Universitas Telkom. Sampel pada penelitian adalah sebagian mahasiswa Universitas Telkom yang menggunakan TCash. Dikarenakan tidak diketahuinya jumlah mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom serta keterbatasan untuk memperoleh data jumlah mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom maka sampel ditentukan menggunakan rumus Bernoulli, maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 385 orang. Untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian maka dilakukan *pre-test* dengan melibatkan 30 responden. Dengan menggunakan bantuan *software spss ver 20 for windows*, diketahui bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan reliabel. Teknik analisis yang digunakan yaitu *Partial Least Square (PLS)*, PLS adalah metode statistika yang didesain untuk menyelesaikan permasalahan struktural yang melibatkan banyak variabel, adanya data yang hilang serta multikolinieritas. *Software* statistik yang digunakan adalah *SmartPLS 2.0*.

4. HASIL PENELITIAN

Karakteristik responden pada penelitian ini ditunjukkan oleh tabel 2 berikut.

Tabel 2 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Pria	179	46,49%
Wanita	206	53,51%
Rentang Umur	Jumlah Responden	Persentase
18 Tahun	64	16,62%
19 Tahun	86	22,33%
20 Tahun	105	27,28%
21 Tahun	77	20,00%
22 Tahun	53	13,77%
Pengalaman	Jumlah Responden	Persentase
1-3 Bulan	52	13,51%
4-6 Bulan	190	49,35%
7-9 Bulan	109	28,31%
>10 Bulan	34	8,83%

4.1 Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

Pengujian *R-Square* digunakan untuk mengukur variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai *R-Square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan (Abdillah dan Jogiyanto, 2015).

Tabel 3 Output *R Square*

	R Square
BI	0.854578
EE	
FC	
H	
HM	
PE	
PV	
SI	
UB	0.664667

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa besarnya *R-Square* (R^2) *Behavior Intention* (BI) adalah sebesar 0,8545 dengan demikian menunjukkan bahwa pengaruh antara *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value*

(PV) dan *Habit* (H) terhadap variabel *Behavioral Intention* (BI) sebesar 85,45% dan sisanya sebesar 14,55% dipengaruhi oleh faktor lain mengindikasikan bahwa model bersifat baik karena $>0,67$. Sedangkan diketahui bahwa besarnya *R-Square* (R^2) *Use Behavior* (UB) adalah 0.6646. Dengan demikian menunjukkan bahwa pengaruh antara *Facilitating Condition* (FC), *Habit* (H) dan *Behavior Intention* (BI) terhadap *Use Behavior* (UB) sebesar 66,46% dan sisanya sebesar 33,54% dipengaruhi oleh faktor lain. mengindikasikan bahwa model bersifat moderat karena $<0,67$ serta $>0,19$.

4.2 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)
BI -> UB	0.442656	0.414408	0.097589	0.097589
EE -> BI	0.204601	0.202958	0.108350	0.108350
FC -> BI	0.199360	0.199485	0.065404	0.065404
FC -> UB	0.248307	0.263452	0.117860	0.117860
H -> BI	0.146935	0.155398	0.082546	0.082546
H -> UB	0.216120	0.224593	0.100936	0.100936
HM -> BI	0.181354	0.177010	0.054905	0.054905
PE -> BI	0.251820	0.247902	0.056328	0.056328
PV -> BI	0.218981	0.206911	0.082360	0.082360
SI -> BI	0.327477	0.319097	0.103069	0.103069

	T Statistics (O/STERR)
BI -> UB	4.535902
EE -> BI	1.888334
FC -> BI	3.048125
FC -> UB	2.106792
H -> BI	1.780039
H -> UB	2.141155
HM -> BI	3.303055
PE -> BI	4.470619
PV -> BI	2.658827
SI -> BI	3.177247

Berdasarkan pengujian hipotesis *Performance Expectancy* (PE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) diketahui bahwa H_a dapat diterima atau signifikan. *Output path coefficient* menunjukkan bahwa nilai *t-statistics* untuk variabel PE terhadap variabel BI $>1,96$ yaitu sebesar 4,470 sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel *Performance Expectancy* (PE) terhadap variabel *Behavioral Intention* (BI) terbukti signifikan, nilai koefisien variabel laten *Performance Expectancy* (PE) pada *output path coefficient* sebesar 0,2518 yang berarti terdapat pengaruh positif dari variabel *Performance Expectancy* (PE) sebesar 25,18% terhadap variabel *Use Behavior* (UB) melalui variabel *Behavioral Intention* (BI).

Berdasarkan pengujian hipotesis *Effort Expectancy* (EE) terhadap *Behavioral Intention* diketahui bahwa H_a ditolak. *Output path coefficient* menunjukkan bahwa nilai *t-statistics* untuk variabel *Effort Expectancy* (EE) terhadap variabel *Use Behavior* (UB) melalui variabel *Behavioral Intention* (BI) $<1,96$ yaitu sebesar 1,883 sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel *Effort Expectancy* (EE) terhadap variabel *Use Behavior* (UB) melalui variabel *Behavioral Intention* (BI) terbukti tidak signifikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Social Influence* (SI) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* (BI). *Output path coefficient* menunjukkan bahwa nilai *t-statistics* untuk variabel PE terhadap variabel SI $>1,96$ yaitu sebesar 3,177 sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel *Social Influence* (SI) terhadap variabel *Behavioral Intention* (BI) terbukti signifikan, nilai koefisien variabel

laten *Social Influence* (SI) pada *output path coefficient* sebesar 0,3274 yang berarti terdapat pengaruh positif dari variabel SI sebesar 32,74% terhadap variabel *Behavioral Intention* (BI).

Facilitating Condition (FC) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior* (UB) melalui *Behavioral Intention* (BI) dan berpengaruh langsung terhadap *Use Behavior* (UB) mahasiswa Universitas Telkom untuk menggunakan layanan TCash pada mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom. *output path coefficient* menunjukkan bahwa antara variabel *Facilitating Condition* (FC) dan *Behavioral Intention* (BI) memiliki nilai *t-statistics* ($3,048 > 1,96$) serta antara variabel *Facilitating Condition* (FC) dan *Use Behavior* (UB) memiliki nilai *t-statistics* ($2,106 > 1,96$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa variabel *Facilitating Condition* (FC) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Use Behavior* (UB) melalui *Behavioral Intention* (BI) dan berpengaruh langsung terhadap *Use Behavior* (UB) pada mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom. Hal ini juga sejalan dengan nilai koefisien variabel laten *Facilitating Condition* (FC) pada *output path coefficient* sebesar 0,1993 yang berarti terdapat pengaruh positif dari variabel *Facilitating Condition* (FC) sebesar 19,93% terhadap variabel *Use Behavior* (UB) melalui variabel *Behavioral Intention* (BI). Serta 0,2483 yang berarti terdapat pengaruh positif langsung dari variabel *Facilitating Condition* (FC) terhadap *Use Behavior* (UB) sebesar 24,83%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Hedonic Motivation* (HM) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* (BI). *Output path coefficient* menunjukkan bahwa nilai *t statistics* untuk variabel HM terhadap variabel SI $> 1,96$ yaitu sebesar 3,303 sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel HM terhadap variabel BI terbukti signifikan, nilai koefisien variabel laten HM pada *output path coefficient* sebesar 0,1813 yang berarti terdapat pengaruh positif dari variabel HM sebesar 18,13% terhadap variabel BI.

Variabel *Price Value* (PV) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Behavioral Intention* (BI). *Output path coefficient* menunjukkan bahwa nilai *t-statistics* untuk variabel PV terhadap variabel BI $> 1,96$ yaitu sebesar 2,658 sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel SI terhadap variabel BI terbukti signifikan, nilai koefisien variabel laten PV pada *output path coefficient* sebesar 0,2189 yang berarti terdapat pengaruh positif dari variabel SI sebesar 21,89% terhadap variabel BI.

Hasil penelitian menunjukkan Variabel *Habit* (H) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel *Use Behavior* (UB) melalui *Behavioral Intention* (BI) akan tetapi berpengaruh signifikan secara langsung terhadap variabel *Use Behavior* (UB). *Output path coefficient* menunjukkan bahwa nilai *t-statistics* untuk variabel H terhadap variabel BI $> 1,96$ yaitu sebesar 1,780 sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel H terhadap variabel UB melalui BI terbukti tidak signifikan dan nilai *t-statistics* untuk variabel H terhadap variabel UB sebesar $2,1411 > 1,96$ yang berarti variabel H terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel UB. Nilai koefisien variabel laten H terhadap variabel UB sebesar 0,2161 yang berarti terdapat pengaruh positif dari variabel SI sebesar 22,61% terhadap variabel UB.

Variabel *Behavior Intention* (BI) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Use Behaviour* (UB). *Output path coefficient* menunjukkan bahwa nilai *t-statistics* untuk variabel BI terhadap variabel UB $> 1,96$ yaitu sebesar 4,535 sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel BI terhadap variabel UB terbukti signifikan, nilai koefisien variabel laten BI pada *output path coefficient* sebesar 0,4426 yang berarti terdapat pengaruh positif dari variabel BI sebesar 44,26% terhadap variabel UB.

Berdasarkan hasil pengujian efek moderator *age* (umur) pada mahasiswa Universitas Telkom pengguna TCash yang berumur 18-22 Tahun. Pada mahasiswa yang berumur 18 tahun variabel *Effort Expectancy* (EE), *Facilitating Condition* (FC) dan *Price Value* (PV) terhadap *Behavioral Intention* (BI) tidak signifikan memiliki

pengaruh moderat sisanya yaitu variabel *Performance Expectancy* (PE), *Social Influence* (SI), *Hedonic Motivation* (HM) dan *Habit* (H) dimoderasi oleh umur (*age*). Sedangkan pengaruh *Facilitating Condition* (FC) terhadap *Use Behavior* (UB) pada mahasiswa yang berumur 18 tahun tidak signifikan memiliki pengaruh moderat sedangkan *Habit* (H) dan *Behavioral Intention* (BI) memiliki pengaruh moderat. Untuk mahasiswa yang berumur 19 tahun variabel EE, FC, H terhadap BI tidak dimoderasi oleh umur karena $<1,96$ sedangkan sisanya dimoderasi oleh umur. Sedangkan variabel *Facilitating Condition* (FC) terhadap *Use Behavior* (UB) tidak signifikan memiliki pengaruh moderat karena nilai uji $t < 1,96$. Pada mahasiswa berumur 20 tahun variabel *Effort Expectancy* (EE) terhadap *Behavioral Intention* (BI) tidak memiliki pengaruh moderat dan variabel *Habit* (H) terhadap *Use Behavior* (UB) tidak memiliki pengaruh moderat yang signifikan karena nilai uji $t < 1,96$. Serta pada mahasiswa yang berumur 21 tahun variabel *Social Influence* (SI) terhadap *Behavioral Intention* (BI) tidak signifikan dimoderasi oleh umur serta pengaruh variabel *Habit* (H) terhadap *Use Behavior* (UB) tidak dimoderasi oleh umur. Pada mahasiswa pengguna TCash yang berumur 22 tahun semua variabel signifikan dimoderasi oleh umur. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada setiap tingkatan umur memiliki pengaruh moderator umur yang berbeda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis efek moderator *gender* pria dan wanita dapat diketahui bahwa besaran R^2 untuk efek moderator *gender* pria terhadap *Behavioral Intention* (BI) sebesar 86,9% serta terhadap *Use Behavior* (UB) sebesar 70,8%. Sedangkan besaran R^2 untuk efek moderator *gender* wanita terhadap *Behavioral Intention* (BI) sebesar 85,8% serta terhadap *Use Behavior* (UB) sebesar 60,6%. Pengaruh efek moderator *gender* pria pada variabel *Habit* (H) terhadap *Behavioral Intention* (BI) tidak memiliki pengaruh moderat yang signifikan dan pengaruh variabel *Facilitating Condition* (FC) terhadap *Use Behavior* (UB) tidak memiliki pengaruh moderat yang signifikan sedangkan variabel lain memiliki pengaruh yang moderat signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB). Sedangkan pengaruh efek moderator *gender* wanita terhadap variabel *Effort Expectancy* (EE) dan *Price Value* (PV) tidak memiliki pengaruh moderat yang signifikan serta pengaruh variabel *Habit* (H) terhadap *Use Behavior* (UB) tidak memiliki pengaruh moderat yang signifikan terbukti dengan nilai uji t masing-masing yang $< 1,96$. Jadi dapat disimpulkan bahwa pria memiliki pengaruh yang lebih dibandingkan dengan wanita dalam penggunaan TCash pada mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harsono dan Suryana (2014) bahwa *gender* (jenis kelamin) pria lebih mendominasi dalam penggunaan suatu teknologi, akan tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bendi (2014) hasil penelitiannya menemukan bahwa penggunaan suatu teknologi lebih didominasi *gender* (jenis kelamin) wanita dibandingkan dengan pria.

Berdasarkan pengujian hipotesis efek moderator *experience* penggunaan TCash pada mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom. Berdasarkan *experience* atau durasi penggunaan TCash selama 1-3 bulan diketahui bahwa *experience* memiliki pengaruh moderat yang signifikan terhadap variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit* terhadap variabel *Behavioral Intention* sedangkan pengaruh moderat *experience* pada variabel *Facilitating Conditions* (FC) dan *Habit* (H) terhadap *Use Behavior* (UB) tidak memiliki pengaruh moderat yang signifikan. Berdasarkan *experience* atau durasi penggunaan TCash selama 4-6 bulan diketahui bahwa *experience* memiliki pengaruh moderat yang signifikan terhadap variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit* terhadap variabel *Behavioral Intention*. sedangkan pengaruh moderat *experience* pada variabel *Facilitating Conditions* (FC) terhadap *Use Behavior* (UB) tidak memiliki pengaruh moderat yang signifikan. Berdasarkan *experience*

atau durasi penggunaan TCash selama 7-9 bulan diketahui bahwa variabel *Effort Expectancy* dan *Habit* terhadap *Behavioral Intention* tidak memiliki pengaruh moderat. Sedangkan pengaruh *Facilitating Conditions* (FC), *Habit* (H) dan *Behavioral Intention* (BI) terhadap *Use Behavior* (UB) dimoderasi oleh *experience*. Sedangkan pengaruh variabel moderat *experience* atau durasi penggunaan TCash selama >10 bulan yaitu pada variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Price Value* terhadap variabel *Behavioral Intention* (BI) tidak memiliki pengaruh moderat sedangkan sisanya dimoderasi oleh *experience*. Pengaruh *Behavioral Intention* (BI) terhadap *Use Behavior* (UB) tidak dimoderasi oleh *experience* sisanya yaitu variabel *Facilitating Conditions* (FC) dan *Habit* (H) dimoderasi oleh umur. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Harsono dan Suryana (2014) bahwa *experience* atau lamanya pengalaman penggunaan suatu teknologi memiliki pengaruh *moderator* yang berbeda pula.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis data tentang pengaruh penggunaan TCash oleh mahasiswa Universitas Telkom menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* melalui variabel *intervening* pada penelitian ini ada yang terbukti berpengaruh signifikan yaitu variabel *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *price value*. Jadi variabel-variabel tersebut mempengaruhi mahasiswa Universitas Telkom untuk menggunakan TCash. Sedangkan variabel *effort expectancy* dan *habit* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan TCash oleh mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom.
2. Variabel *facilitating condition*, *habit* dan *behavioral intention* dalam penelitian ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap *use behavior* mahasiswa Universitas Telkom menggunakan TCash. Jadi variabel tersebut yang mempengaruhi secara langsung *use behavior* mahasiswa pengguna TCash di Universitas Telkom.
3. Pengaruh variabel *moderator age*, *gender* dan *experience* pada variabel *independen* dan variabel *intervening* terhadap variabel *dependen* masing-masing memiliki hasil yang berbeda, tergantung dari umur pengguna, jenis kelaminnya, maupun durasi atau lamanya menggunakan, masing-masing memiliki pengaruh moderasi yang berbeda.

5.2 Saran

Saran bagi Perusahaan

Effort expectancy menjadi faktor yang penting untuk diperhatikan oleh telkomsel. Untuk memastikan pengguna terus menggunakan TCash penting bagi telkomsel untuk mengupayakan agar penggunaan TCash sesuai dengan *effort expectancy* yang pelanggan inginkan. Jadi telkomsel disarankan melakukan pembaruan teknologi seperti menghilangkan *input* PIN sehingga konsumen lebih mudah dan cepat dalam melakukan transaksi pembayaran.

Serta menjadikan penggunaan TCash sebagai sebuah *Habit* (kebiasaan), salah satu caranya yaitu dengan mendorong atau mengencarkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) karena tujuan dari program GNNT adalah mensosialisasikan dan mengedukasi masyarakat Indonesia akan pentingnya pembayaran non-tunai sehingga masyarakat Indonesia menjadi terbiasa untuk menggunakannya. Sehingga nantinya diharapkan pengguna TCash menjadi terbiasa memilih dan menggunakan TCash sebagai alat pembayaran.

Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain lokasinya yang terbatas hanya pada satu tempat (Universitas Telkom), serta pengambilan data penelitian yang hanya dilakukan satu kali (bersifat cross-

sectional). Diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang lebih luas seperti dalam lingkup satu kota, satu provinsi atau bahkan hingga satu Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdillah Willy, Dr., M.Sc dan Prof. Dr. Jogiyanto, MBA (2015) *Partial Least Square (PLS) – Alternative Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI
- [2] Dachlan, Usman (2014) *Panduan Lengkap Structural Equation Modelling Tingkat Dasar*. Semarang: Lentera Ilmu.
- [3] Dr. Nidjo Sandjojo, M.Sc. (2011) *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Anggota Ikapi.
- [4] GNNT (2015) <http://www.gerakannasionalnontunai.com/pengertiangnnt.php> (24 Januari 2016).
- [5] GNNT (2015) <http://www.gerakannasionalnontunai.com/tujuanngnt.php> (24 Januari 2016).
- [6] Hendryadi dan Suryani (2015) *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- [7] Indrawati. Ph.D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis, Konvergensi Dan Informasi*. Anggota IKAPI.
- [8] Jonathan Sarwono dan Umi Narimawati (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- [9] Prof. Dr. Ir. Dermawan Wibisono, M.Eng (2013) *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- [10] Prof. Dr. Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Dan Pengembangan, Research And Development*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Prof. Jogiyanto HM., Akt., MBA., Ph.D (2007) *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- [12] Santoso, Singgih (2015). *Amos 22 untuk Structural Equation Modelling : (Konsep Dasar Aplikasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [13] Sarwono, Jonathan. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [14] Sekaran, Uma (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- [15] Sujarweni, V. Wiratna (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [16] Sunjoyo, et al. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Alfabeta. Bandung.
- [17] Viswanath Venkatesh, James Y. L. Thong, Xin Xu (2012) *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. MIS Quartely Vol. 36 no 1 pp.157-178/March.2012.
- [18] Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, Fred D. Davis (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. MIS Quarterly, Vol. 27, No. 3 (Sep., 2003), pp. 425-478 Published by: Management Information Systems Research Center, University of Minnesota.
- [19] Zikmund, W. G., & Babin, B. J. (2010). *Exploring Marketing Research 10th Edition*. SouthWestern: Cengage Learning.