

ABSTRAK

Meningkatnya pertumbuhan *e-commerce* mendorong para pelaku bisnis untuk berinovasi dengan teknologi, salah satunya adalah dengan mengembangkan sistem pembayaran tanpa uang tunai dalam bertransaksi atau biasa disebut dengan *e-payment*. Namun diketahui bahwa penggunaan *e-payment* di Indonesia belum banyak, hanya sekitar 9%, dan masih didominasi dengan pembayaran melalui transfer bank dengan persentase sebesar 70%. Go-Jek sebagai layanan transportasi dengan menggunakan aplikasi *online* yang sedang naik daun dengan jumlah pengunduh aplikasi sebesar 14 juta lebih pengguna, mengembangkan sistem *e-payment* yang bernama Go-Pay untuk sarana pembayarannya. Penggunaan Go-Pay sendiri sangat tinggi sejak pertama kali diluncurkan. Hal ini merupakan fenomena baru, karena secara umum penggunaan *e-payment* masih sangat kecil, tetapi penggunaan Go-Pay terus meningkat. Untuk itu perlu diidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna dan perilaku penggunaan dalam menggunakan Go-Pay sebagai alat pembayaran transaksi layanan Go-Jek khususnya di kota Bandung.

Berdasarkan hasil studi literatur, ditemukan bahwa model UTAUT2 dari Venkatesh et al. (2012) merupakan model yang tepat untuk menggambarkan kecenderungan konsumen dalam mengadopsi sistem atau teknologi, karena memiliki kemampuan untuk menjelaskan model dengan nilai R^2 terbesar dibandingkan model lainnya, yakni 70%. Moderasi variabel *age* dan *gender* juga digunakan dalam penelitian ini.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner baik secara *offline* maupun *online* kepada pengguna Go-Pay di kota Bandung dan diperoleh 384 kuesioner valid. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0.

Diperoleh hasil bahwa *habit* menjadi faktor paling berpengaruh terhadap *behavioral intention* diikuti *price value*, *performance expectancy*, *social influence*, dan *hedonic motivation*, sementara pengaruh *effort expectancy* dan *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* tidak terbukti dalam penelitian ini. Selain itu, *facilitating condition*, *habit*, dan *behavioral intention* ditemukan berpengaruh terhadap *use behavior*. Untuk pengaruh variabel moderasi *gender*, ditemukan bahwa *gender* hanya memoderasi pengaruh *habit*, dan *social influence* terhadap *behavioral intention*. Sementara *age* memoderasi hampir seluruh variabel kecuali pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*.

Go-Pay sebaiknya terus membangun *experience* bagi pengguna dan mampu untuk terus menciptakan ketergantungan terhadap penggunaan layanan Go-Pay sebagai alat transaksi pembayaran, sehingga ketika pengguna merasakan manfaat layanan Go-Pay dari pengalaman penggunaan, maka pengguna akan kembali untuk terus menggunakan layanan Go-Pay. Upaya program promosi berupa potongan harga, *voucher*, dan juga benefit lainnya perlu untuk terus dilakukan agar pengguna terdorong untuk dapat terus menggunakan Go-Pay. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan agar dapat menambahkan faktor-faktor yang berkaitan dengan keamanan transaksi dengan Go-Pay.

Keywords: *E-Payment*, Adopsi Teknologi, UTAUT2

ABSTRACT

The increasing growth of e-commerce was encourage companies to innovate with technology, some of the way is to develop a cashless payment transaction system, or commonly referred as an e-payment. However it is known that the use of e-payment in Indonesia has not been much, it's about only 9%, and it's still dominated by bank transfer payments at 70%. Go-Jek as an online transport service is on the rise with the number of application downloads by 14 million users, has develop e-payment system called Go-Pay for means of payment. The number of user of Go-Pay itself is very high since it was first launched. This is a new phenomenon, because in general the use of e-payment is still very small, but the use of Go-Pay continues to increase. It is necessary to identify the factors that affect the interests of users and the usage behavior in using the Go-Pay as a Go-Jek payment service especially in Bandung city.

Based on the results of literature study, it was found that the model UTAUT2 of Venkatesh et al. (2012) is the right model to describe the tendency of consumers to adopt the system or technology, because it has the ability to explain the model with the largest R² values compared to other models, namely 70%. Moderation variables age and gender are also used in this study.

The data collection is done by distributing questionnaires both offline and online to Go-Pay users in Bandung city and obtained 384 valid questionnaires. Data processing is performed by using SmartPLS 3.0 software.

The results shows that the habit became the most influential factor on behavioral intention followed by price value, performance expectancy, social influence, and hedonic motivation, while influence of effort expectancy and facilitating condition on behavioral intention was not proven in this study. In addition, facilitating condition, habits, and behavioral intention to use found to influence behavior. For the influence of moderating variables of gender, it was found that gender influences only moderate habits and social influence on behavioral intention. While moderating age almost all variables except for the influence of hedonic motivation to behavioral intention.

Go-Pay should continue to build experience for the user and able to continue creating dependency on the use of Go-Pay as a payment transaction, so that when users experience the benefits of Go-Pay, then the user will return to continue using Go-Pay. Promotional program strategy in the form of discounts, vouchers and other benefits also need to be done so that users are encouraged to continue using Go-Pay. For further research, it is expected to be able to add the factors relating to the security of transactions with Go-Pay.

Keywords: E-Payment, Technology Adoption, UTAUT2