

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PEMAKAIAN GOPAY BAGI MASYARAKAT TULI DI INDONESIA DI PANDEMI COVID-19

Gustian Hafidh Mahendra

Universitas Negeri Yogyakarta

[gustianhafidh.2017@student.uny.ac.id](mailto:gustianhafidh.2017@student.uny.ac.id)

**Abstrak :** Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pemakaian Gopay Bagi Masyarakat Tuli Di Indonesia Di Pandemi Covid-19 Dengan Metode UTAUT 2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh : (1) pengaruh sosial (*Social Influence*) terhadap niat penggunaan aplikasi Gopay pada masyarakat tuli, (2) motivasi hedonis (*motivation hedonis*) terhadap niat penggunaan aplikasi Gopay pada masyarakat tuli, (3) kebiasaan (*habbit*) terhadap niat penggunaan aplikasi Gopay pada masyarakat tuli, (4) ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) terhadap niat penggunaan aplikasi Gopay pada masyarakat tuli, (5) ekspektasi usaha (*effort expectancy*) terhadap niat penggunaan aplikasi Gopay pada masyarakat tuli, dan (6) nilai harga (*Price Value*) berpengaruh positif terhadap niat penggunaan aplikasi Gopay pada masyarakat tuli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di seluruh Indonesia. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Tuli yang berjumlah 156 responden. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 151 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *Price Value* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention* pada penggunaan Gopay, sedangkan variabel *Social Influence*, *Motivation Hedonic*, *Habit*, *Performance Expectancy*, dan *Effort Expentancy* tidak berpengaruh pada *Behavior Intention* dalam penggunaan Gopay.

**Kata Kunci:** *Behavior Intention*, Gopay, masyarakat Tuli, Covid-19

**Abstract :** *Analysis Of Factors Affecting The Intention Of Using Gopay For The Deaf Community In Indonesia In The Covid-19 Pandemic Using The UTAUT 2 Method.* This study aims to determine the effects of the intention of using Gopay in the deaf community. The research consists of 5 variables, specifically *Social Influence*, *hedonic motivation*, *Habit on the intention*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, and the value of price. This research used a quantitative approach. This research was conducted throughout Indonesia. The population of this study was 156 respondents from the deaf community. The researcher took 151 respondents as the sample with the purposive sampling technique. The multiple linear regression analysis was used as a data analysis technique to test the research hypothesis. The results indicate that *Price Value* has a positive effect on *Behavior Intention* to use Gopay. In contrast, the variables of *Social Influence*, *hedonic motivation*, *Habit*, *performance expectancy*, and *effort expectancy* do not affect *Behavior Intention* in using Gopay.

**Keywords :** *Behavior Intention*, Gopay, Deaf community, Covid-19

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang sangat pesat dalam dunia bisnis berdampak pada berbagai sektor kehidupan salah satunya adalah inovasi bisnis dalam sistem pembayaran. Inovasi dalam sistem pembayaran mempermudah transaksi

bisnis. Hastina (2019) menyatakan bahwa sistem pembayaran merupakan komponen terpenting dalam suatu perekonomian khususnya dalam menjamin tercapainya transaksi pembayaran yang dilakukan oleh masyarakat dan kegiatan bisnis. Saat ini, berbagai negara termasuk

Indonesia sedang mengembangkan produk pembayaran elektronik atau yang lebih dikenal *Elektronic Money (e-money)*. *E-money* kini telah menjadi tren dan bagian hidup di kalangan masyarakat Indonesia baik di perkotaan maupun di pedesaan.

*E-money* dapat dimanfaatkan dengan banyak keuntungan yang akan didapat oleh penggunaanya. Berdasarkan tinjauan dari laman [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) dapat diketahui bahwa penggunaan *e-money* menjadi lebih efisien atau transaksi menjadi lebih cepat, ada beberapa alasan menjadi efisien karena transparansi transaksi, mudah dalam bertransaksi, menghemat dalam pengelolaan uang, menghindari resiko pencurian dan menghindari uang palsu.

Gojek merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang mengembangkan *e-money*. Gojek berupaya memberikan inovasi dan solusi bagi kebutuhan pelanggan melalui sistem pembayaran *e-money* yang bernama Gopay. Gopay ini dapat digunakan untuk melakukan pembayaran transaksi pada fitur Go-Car, Go-Ride, Go-Food, Go-Box, Go-Shop dan lainnya yang terdapat dalam aplikasi Gojek. Gopay dapat digunakan sebagai alat transaksi pembayaran apabila saldo yang ada pada akun mencukupi nominal transaksi.

Berdasarkan survey *E-Channel Fintech E-Commerce & e-Lifestyle* yang dilakukan Sharing Vision pada Desember 2020 (di laman daerah.sindonews.com) Sebanyak 91% dari 1.729 responden menggunakan uang elektronik untuk mendukung transaksinya dengan alasan

menggunakan *e-money* bervariasi, mulai dari simple, efisien secara waktu, banyaknya promo yang ditawarkan, tidak perlu datang ke bank, dan aman. Menurut *chief* Lembaga Riset Telematika Sharing Vision Dimitri Mahayana, berdasarkan hasil survey tersebut bahwa data responden paling banyak memilih menggunakan Gopay sehingga Gopay menempatkan pada peringkat pertama, 81% responden, posisi kedua ditempati OVO sebanyak 71% responden, Shopeepay 44%, Dana 41%, e-money 21%, Flazz 18%, Link Aja 16%, Brizzi 5%, i.saku 2%, Jakcard 1%, Paytren 1% dan lainnya 2%.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada masyarakat tuli, penggunaan *e-money* telah dilakukan sebelum pandemi COVID-19 dan terus meningkat setelah pandemi COVID-19. Salah satu alasan umum yang dikemukakan terkait penggunaan *e-money* pada masyarakat tuli adalah kemudahan dalam pembayaran, pembayaran dapat dilakukan sesuai dengan nota pembelian yang ada dan lebih efisien. Lebih lanjut, *e-money* yang sering digunakan oleh masyarakat tuli adalah Gopay, hal ini diungkapkan pada webinar “Tuli Sukses Ekonomi Selama Pandemi” melalui aplikasi *zoom virtual video*, Bapak Damaz Bagaskara dari DKI Jakarta dan Ibu Hj.Ramlah Irwansyah dari Sulawesi Selatan pada tanggal 1 November 2020 menyatakan bahwa jumlah peserta lebih banyak membayar pendaftaran melalui Gopay dibanding sistem lain. Pembayaran melalui Gopay sebesar 69% dan BCA 31%. Berdasarkan hal di atas, maka peneliti melakukan penelitian

untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat pemakaian Gopay untuk masyarakat tuli. Penelitian ini mengadopsi kerangka penelitian yang dikembangkan oleh Venkatesh et. al (2012) dengan model modifikasi dari *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2* (UTAUT 2). Venkatesh et al.(2003) yang menyatakan bahwa performa ekspektasi, usaha ekspektasi, pengaruh sosial, fasilitas, mempengaruhi seseorang untuk menggunakan berbasis teknologi. Penelitian ini menggunakan tujuh indikator dari UTAUT 2 yang dikembangkan oleh Venkatesh (2012), yaitu *Social Influence, Motivation Hedonic, Habit, performance expectancy, effort expectancy* dan *Price Value*.

## **KAJIAN LITERATUR**

Model UTAUT 2 merupakan pengembangan lebih lanjut dari model UTAUT 2, dimana UTAUT 2 mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh et al., 2012). Tujuan dari model UTAUT 2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh et al., 2012). Tiga konstruk ditambahkan yaitu motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan, memperluas dari UTAUT ke UTAUT 2 (Pertiwi & Ariyanto 2017).

Perilaku niat pelanggan terhadap produk dan jasa merupakan hasil dari proses kepuasan

yang dirasakan pelanggan terhadap produk dan jasa yang telah diberikan oleh penyedia produk dan jasa. Kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap produk dan jasa yang telah diberikan dapat memberikan pengaruh perilaku niat pemakaian yang tinggi atau rendah tergantung seberapa besar kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Niat perilaku merupakan sebagai keinginan konsumen untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam rangka memiliki, membuang dan menggunakan produk, membeli sebuah produk atau jasa tertentu, atau membuang produk dengan cara tertentu ( Mowen, 2012). Niat berperilaku adalah suatu proporsisi yang menghubungkan diri dengan tindakan yang akan datang (Olson dan Peter, 2008 : 331). Niat berperilaku adalah frekuensi pembelian atau proporsi pembelian total dari pembeli yang setia terhadap merek tertentu (Schiffman dan Kanuk, 2010 : 235). Niat berperilaku adalah hasil dari proses kepuasan, yang dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok yakni perilaku ekonomis dan perilaku sosial (Anderson dan Mittal (Liestyana, 2009 : 171)

Gopay adalah dompet virtual untuk menyimpan Gojek Credit yang digunakan untuk membayar berbagai transaksi yang terdapat di aplikasi Gojek. Selain kemudahan Top-Up saldo Gopay melalui 17 Bank dan pengemudi Gojek, diskon serta *free delivery*, terdapat juga layanan transfer tanpa biaya untuk sesama pelanggan Gopay dan layanan tarik tunai pada sistem

pembayaran Gopay untuk memudahkan para pelanggannya.

Terkait dengan latar belakang yang telah ditulis, peneliti dapat menyusun kerangka berpikir bahwa analisis pengaruh pemakaian Gopay bagi masyarakat Tuli di Indonesia selama pandemic covid-19, oleh karena itu agar dapat mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel yang telah ditentukan oleh peneliti.

Hipotesis penelitian ini dituliskan sebagai berikut :

**Hipotesis 1,  $H_1$**  = Terdapat pengaruh positif antara *Social Influence* dengan *Behavior Intention*.

**Hipotesis 2,  $H_2$**  = Terdapat pengaruh positif antara *Motivation Hedonic* dengan *Behavior Intention*.

**Hipotesis 3,  $H_3$**  = Terdapat pengaruh positif antara *Habit* dengan *Behavior Intention*.

**Hipotesis 4,  $H_4$**  = Terdapat pengaruh positif antara *Performance Expentancy* dengan *Behavior Intention*.

**Hipotesis 5,  $H_5$**  = Terdapat pengaruh positif antara *Effort Expentancy* dengan *Behavior Intention*.

**Hipotesis 6,  $H_6$**  = Terdapat pengaruh positif antara *Price Value* dengan *Behavior Intention*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yang menguji teori-teori melalui variabel penelitian dalam bentuk angka dan kemudian dilakukan analisis data menggunakan analisis statistika. Selain itu,

peneliti juga memilih penelitian *ex-post facto* yang merupakan penelitian dengan variabel-variabel bebas penelitian telah terjadi, peneliti memulai meneliti dari pengamatan variabel terkait dengan hubungan sebab akibat dalam suatu penelitian (Kerlinger, 1986). Peneliti memilih jenis penelitian *ex-post facto* didasarkan pertimbangan peneliti senada dengan pernyataan Sukardi (2013 : 165-171) bahwa jenis penelitian ini selain berusaha mencari informasi tentang mengapa terjadi hubungan sebab akibat dan peneliti berusaha melacak kembali hubungan tersebut, juga penelitian ini termasuk penelitian deskriptif karena penelitian tersebut berusaha menggambarkan keadaan yang telah terjadi.

Penelitian ini dilaksanakan di seluruh Indonesia termasuk 34 provinsi melalui daring pada bulan Agustus – September 2021 dengan menggunakan bantuan *Google Form*. Populasi penelitian adalah masyarakat Tuli seluruh Indonesia yang pernah bertransaksi non tunai menggunakan Gopay. Sampe penelitian ini adalah masyarakat Tuli pengguna Gopay yang berada di Indonesia. Metode perhitungan jumlah sampel menggunakan metode *Unknown Population* yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:85).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah survey menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:199). Tingkat jumlah jawaban responden dapat dihitung dengan skala yang digunakan

adalah skala likert yang merupakan skala ini berisi lima tingkat referensi jawaban dengan pilihan mulai dari sangat setuju sehingga sangat tidak setuju yang diberikan skor 1 – 5. Instrumen penelitian dalam penelitian ini yaitu kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang disusun dengan menyediakan pilihan jawaban lengkap sehingga responden hanya memilih salah satu jawaban yang telah tersedia. Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden untuk mengetahui seberapa pengaruh responden terhadap pemakaian Gopay dengan metode UTAUT2. Instrumen penelitian ini menggunakan kompetensi dan skala pengukuran yang dikembangkan oleh beberapa penelitian sebelumnya.

Pada penelitian ini, instrument penelitian terlebih dahulu divalidasi dan diuji coba. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan satu metode yakni uji korelasi *bivariate pearson*. Uji ini dimana syarat validitas mengharuskan nilai MSA (*esure of Sampling Adequancy*) yang baik, yaitu MSA berkisar antara 0 sampai 1, dengan ketentuan sebagai berikut :  $MSA > 0,5$ , variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.  $MSA < 0,05$ , variabel tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut atau dikeluarkan dari variabel lainnya. Selain uji validitasi, penelitian ini juga perlu direliabilitas Uji relabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner. Suatu penelitian harus memiliki data yang reliabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila seseorang konsisten atau stabil dalam menjawab pernyataan dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Suatu variabel dikatakan

reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha  $> 0,70$  (Ghozali, 2013).

## HASIL PENELITIAN DAN

### PEMBAHASAN

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Tuli bertransaksi menggunakan Gopay di Indonesia menggunakan aplikasi Google Form untuk membantu distribusi angket kepada responden. Kuesioner yang disebar sebanyak 156 responden namun dapat digunakan sebanyak 151 responden sedangkan 5 tidak dapat digunakan. penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan, yaitu sejumlah 81 orang (53%), berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 69 orang (46%) Responden dalam penelitian ini mengenai lama penggunaan Gopay dibawah 1 tahun sebanyak 52 responden (34%), lama penggunaan Gopay dari 1 – 5 tahun sebanyak 69 responden (46%) dan lama penggunaan Gopay lebih dari 5 tahun sebanyak 30 responden (20%).

Deskripsi data yang akan disajikan meliputi nilai Mean (M), Median (Me), Modus (Mo) dan Standar Deviasi (SD). Hasil analisis data pada tujuh variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 : Deskripsi Data

Variabel	N	Min	Max
<i>Behavior Intention</i> (Y)	151	13	25
<i>Social Influence</i> (X1)	151	11	25

<i>Motivation Hedonic</i> (X2)	151	13	25
<i>Habit</i> (X3)	151	11	25
<i>Performance</i> <i>Expentancy</i> (X4)	151	15	25
<i>Effort Expentancy</i> (X5)	151	15	25
<i>Price Value</i> (X6)	151	12	25

Variabel	Mean	Median	St Dev
<i>Behavior</i>			
<i>Intention</i> (Y)	20,16556	20	3,400844
<i>Social</i>			
<i>Influence</i> (X1)	20,47682	20	3,193398
<i>Motivation</i>			
<i>Hedonic</i> (X2)	21,53642	20	3,312149
<i>Habit</i> (X3)	20,12583	20	3,747541
<i>Performance</i>			
<i>Expentancy</i> (X4)	21,21854	21	3,224684
<i>Effort</i>			
<i>Expentancy</i> (X5)	21,56954	22	2,958626
<i>Price Value</i> (X6)	20,83444	21	3,305411

Sumber : Data Diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas selanjutnya dibuat tabel distribusi frekuensi variabel *Behavior Intention* sebagai berikut :

Tabel 2 : Pengaruh *Behavior Intention* terhadap masyarakat Tuli

N	Interva l Skor	Jumla h	Presentas e	Kategor i
1	$X > 21$	58	38,4%	Tinggi
2	$17 \leq X \leq 21$	57	37,7%	Sedang
3	$X < 17$	36	23,8%	Rendah
Jumlah		151	100%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan analisis ini dapat disimpulkan bahwa dari 151 responden memiliki *Behavior Intention* yang tinggi yaitu sebanyak 58 responden (38%), responden memiliki *Behavior Intention* yang sedang yaitu 57 responden (38%) dan responden memiliki *Behavior Intention* yang rendah yaitu 36 responden (24%).

Berdasarkan  $M_i$  dan  $SD_i$  dapat diidentifikasi faktor yang mempengaruhi pada masyarakat Tuli dalam menggunakan Gopay dilihat dari *Social Influence* adalah sebagai berikut :

Tabel 3 : Pengaruh *social influence* terhadap masyarakat Tuli

N	Interva l Skor	Jumla h	Presentas e (%)	Kategor i
1	$X > 20,3$	73	48,3%	Tinggi
2	$X \leq 15,7 \leq 20,3$	67	44,4%	Sedang

3	$X < 15,7$	11	12,6%	Rendah
Jumlah		151	100%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan analisis ini dapat disimpulkan bahwa dari 151 responden memiliki *Social Influence* yang tinggi yaitu sebanyak 73 responden (45%), responden yang memiliki *Social Influence* sedang sebanyak 67 responden (48%) dan responden yang memiliki *Social Influence* rendah sebanyak 11 responden (7%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu masyarakat Tuli di Indonesia memiliki *Social Influence* yang tinggi.

Berdasarkan *Mi* dan *SDi* dapat diidentifikasi faktor yang mempengaruhi pada masyarakat Tuli dalam menggunakan Gopay dilihat dari *Motivation Hedonic* adalah sebagai berikut :

Tabel 4 : Pengaruh *motivation hedonic* terhadap masyarakat Tuli

No	Interval Skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
1	$X > 21$	92	61%	Tinggi
2	$17 \leq X \leq 21$	42	28%	Sedang
3	$X < 17$	17	11%	Rendah
Jumlah		150	100%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan analisis ini dapat disimpulkan bahwa dari 151 responden memiliki *Motivation Hedonic* yang tinggi yaitu sebanyak 92 responden (61%), responden yang memiliki *Motivation Hedonic* sedang sebanyak 42 responden (28%) dan responden yang memiliki

*Motivation Hedonic* rendah sebanyak 17 responden (11%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu masyarakat Tuli di Indonesia memiliki *Motivation Hedonic* yang tinggi.

Berdasarkan *Mi* dan *SDi* dapat diidentifikasi faktor yang mempengaruhi pada masyarakat Tuli dalam menggunakan Gopay dilihat dari *Habit* adalah sebagai berikut :

Tabel 5 : Pengaruh *habit* terhadap masyarakat Tuli

No	Interval Skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
1	$X > 20,3$	82	54,3%	Tinggi
2	$15,7 \leq X \leq 20,3$	59	39,1%	Sedang
3	$X < 15,7$	10	6,6%	Rendah
Jumlah		151	100%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan analisis ini dapat disimpulkan bahwa dari 151 responden memiliki *Habit* yang tinggi yaitu sebanyak 82 responden (54%), responden yang memiliki *Habit* sedang sebanyak 59 responden (39%) dan responden yang memiliki *Habit* rendah sebanyak 10 responden (7%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu masyarakat Tuli di Indonesia memiliki *Habit* yang tinggi.

Berdasarkan *Mi* dan *SDi* dapat diidentifikasi faktor yang mempengaruhi pada masyarakat Tuli dalam menggunakan Gopay dilihat dari *performance expentancy* adalah sebagai berikut :

Tabel 6 : Pengaruh *performance expentancy* terhadap masyarakat Tuli

No	Interval Skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
1	$X > 21,6$	83	55,0%	Tinggi
2	$18,4 \leq X \leq 21,6$	47	31,1%	Sedang
3	$X < 18,4$	21	13,9%	Rendah
Jumlah		151	100%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan analisis ini dapat disimpulkan bahwa dari 151 responden memiliki *performancy expentancy* yang tinggi yaitu sebanyak 83 responden (55,0%), responden yang memiliki *performancy expentancy* sedang sebanyak 47 responden (31%) dan responden yang memiliki *performancy expentancy* rendah sebanyak 21 responden (14%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu masyarakat Tuli di Indonesia memiliki *performancy expentancy* yang tinggi.

Berdasarkan  $M_i$  dan  $SD_i$  dapat diidentifikasi faktor yang mempengaruhi pada masyarakat Tuli dalam menggunakan Gopay dilihat dari *Effort Expentancy* adalah sebagai berikut :

Tabel 7 : Pengaruh *effort expentancy* terhadap masyarakat Tuli

No	Interval Skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
1	$X > 21,6$	93	61,6%	Tinggi
2	$18,4 \leq X \leq 21,6$	42	27,8%	Sedang
3	$X < 18,4$	16	10,6%	Rendah
Jumlah		151	100%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan analisis ini dapat disimpulkan bahwa dari 151 responden memiliki *Effort Expentancy* yang tinggi yaitu sebanyak 93 responden (61,6%), responden yang memiliki *performancy expentancy* sedang sebanyak 42 responden (27,8%) dan responden yang memiliki *performancy expentancy* rendah sebanyak 16 responden (10,6%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu masyarakat Tuli di Indonesia memiliki *Effort Expentancy* yang tinggi yakni tinggi.

Berdasarkan  $M_i$  dan  $SD_i$  dapat diidentifikasi faktor yang mempengaruhi pada masyarakat Tuli dalam menggunakan Gopay dilihat dari *Price Value* adalah sebagai berikut :

Tabel 8 : Pengaruh *price value* terhadap masyarakat Tuli

No	Interval Skor	Jumlah	Presentase (%)	Kategori
1	$X > 20,6$	97	64,2%	Tinggi
2	$16,4 \leq X \leq 20,6$	41	27,2%	Sedang
3	$X < 16,4$	13	8,6%	Rendah
Jumlah		151	100%	

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan analisis ini dapat disimpulkan bahwa dari 151 responden memiliki *Price Value* yang tinggi yaitu sebanyak 97 responden (64,2%), responden yang memiliki *Price Value* sedang sebanyak 41 responden (27,2%) dan responden yang memiliki *Price Value* rendah sebanyak 13 responden (8,6%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu masyarakat Tuli di



Indonesia memiliki Price Value yang tinggi yakni tinggi.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal (Ghozali, 2018,p.111). Uji ini data dapat dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirov. Apabila data distribusi dikatakan normal dapat dilihat jika sig diatas 0,05. Sedangkan jika hasil One Sample Kolmogorov Smirov menunjukkan nilai sig dibawah 0,05 maka dinyatakan data tidak normal dalam distribusi. Berikut tabel `16 hasil uji normalitas

Tabel 9 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolomogrov-Smirnov Test	
N	151
Test Statistic	0,061
Asymp. Sig (2-tailed)	0,200

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, karena nilai *Asymp.Sig* sebesar 0,200>0,05, maka dapat dinyatakan bahwa data-data penelitian telah memenuhi distribusi normal.

Pengujian linieritas tegresi dilakukan dengan uji Statistik F. Harga F dihitung kemudian dikonsultasikan dengan F tabel dengan taraf signifikansi 5%. Apabila harga F hitung lebih kecil atau sama dengan F tabel maka hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dinyatakan linier.

Tabel 10 : Hasil Uji Linieritas

Variabel	F hitung	Deviation from linearity	Keterangan
X1 dengan Y	0,975	0,476	Linier
X2 dengan Y	0,848	0,592	Linier
X3 dengan Y	1,182	0,299	Linier
X4 dengan Y	1,152	0,331	Linier
X5 dengan Y	0,682	0,724	Linier
X6 dengan Y	0,666	0,769	Linier

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Hasil uji linieritas pada tabel diatas menunjukkan bahwa uji linieritas antara X1 dengan Y diperoleh F hitung sebesar 0,975 lebih kecil dari F tabel (0,975 < 1,82 ) dan Deviation from Linearity sebesar 0,476 lebih besar dari 0,050 yang disimpulkan yakni hubungan antara Social Influence dengan Behavior Intention adalah linier.

Hasil uji kedua adalah uji linieritas antara X2 dengan Y diperoleh F hitung 0,848 lebih kecil dari F tabel ( 0,848 < 1,86 ) dan Deviation from Linearity sebesar 0,592 lebih besar dari 0,050 yang disimpulkan yakni hubungan antara Motivation Hedonic dengan Behavior Intention adalah linier.

Hasil uji ketiga adalah uji linieritas antara X3 dengan Y diperoleh F hitung 1,182 lebih kecil dari F tabel ( 1,182 < 1,79 ) dan Deviation from Linearity sebesar 0,299 lebih besar dari 0,050 yang disimpulkan bahwa hubungan antara Habit dengan Behavior Intention adalah linier.

Hasil uji keempat adalah uji linieritas antara X4 dengan Y diperoleh F hitung 1,152 lebih kecil dari F tabel (  $1,152 < 1,95$  ) dan Deviation from Linearity sebesar 0,331 lebih besar dari 0,050 yang disimpulkan bahwa hubungan antara Performance Expentancy dengan Behavior Intention adalah linier.

Hasil uji kelima adalah uji linieritas antara X5 dengan Y diperoleh F hitung 0,682 lebih kecil dari F tabel (  $0,682 < 1,95$  ) dan Deviation from Linearity sebesar 0,724 lebih besar dari 0,050 yang disimpulkan bahwa hubungan antara Effort Expentancy dengan Behavior Intention adalah linier.

Hasil uji keenam adalah uji linieritas antara X6 dengan Y diperoleh F hitung 0,666 lebih kecil dari F tabel (  $0,666 < 1,86$  ) dan Deviation from Linearity sebesar 0,769 lebih besar dari 0,050 yang disimpulkan bahwa hubungan antara Price Value dengan Behavior Intention adalah linier.

Uji multikolinearitas pada penelitian ini digunakan untuk menguji ada tidaknya hubungan antar variabel bebas dan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau *VIF*  $> 10$  dengan tingkat kolonieritas 0,50, dan iktisar hasil

multikolinieritas pada variabel bebas apat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 11 : Hasil Uji Multikolineraritas

Variabel	Toleranc e	VIF	Keterangan
<i>Social Influnce (X1)</i>	0,165	1,625	Tidak terjadi multikolineritas
<i>Motivation Hedonic (X2)</i>	0,257	3,888	Tidak terjadi multikolineritas
<i>Habit (X3)</i>	0,323	3,100	Tidak terjadi multikolineritas
<i>Performan ce Expentancy (X4)</i>	0,240	4,165	Tidak terjadi multikolineritas
<i>Effort Expentancy (X5)</i>	0,319	3,131	Tidak terjadi multikolineritas
<i>Price Value (X6)</i>	0,487	2,053	Tidak terjadi multikolineritas

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 18. menunjukkan bahwa hasil nilai tolerance setiap variabel independen lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF setiap variabel independen lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan pengujian dengan menggunakan metode Glejser yang selanjutnya dilakukan perbandingan antara nilai sig-t dengan 0,05 maka akan terjadi heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya. Jika sig-t hitung lebih besar dari 0,05 maka tidak

akan terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji Glejser dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 12 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Nilai kritis	Keterangan
<i>Social Influnce (X1)</i>	0,076	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Motivation Hedonic (X2)</i>	0,819	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Habit (X3)</i>	0,852	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Performance Expentancy (X4)</i>	0,671	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Effort Expentancy (X5)</i>	0,514	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Price Value (X6)</i>	0,095	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 19, menunjukkan bahwa ssetiap variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai signifikan lebih besar dari kritis 0,05 sehingga disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terhadid heteroskedastisitas.

Pengujian hipotesis untuk masalah yang telah dirumuskan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Pada pengujian hipotesis inin juha akan dilakukan uji F simultan, uji koefisien determinasi dan uji t parsial untuk menginterpretasi hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 13 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	589.536	6	98.256	12.354	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1145.325	144	7.954		
	Total	1734.861	150			

Sumber : Data primer yang diolah 2021

Uji kelayakan model (Uji F) bertujuan untuk menguji apakah model digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan sebagai alat analisis dalam menguji pengaruh variabel independen pada variabel dependennya. Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada tabel 20 kelayakan model menunjukkan bahwa nilai uji F sebesar 12,354 dengan nilai (Sig.F) 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa model perasmaan dalam penelitian ini layak digunakan.

Uji t Parsial (Uji t) digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat secara masing-masing. Uji ini menilik pada tabel *Coefficients* yang dihasilkan dari analisis regresi liniear berganda.

Tabel 14 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandarlized Coefficients B	Std. Error	Standardlized Coefficients Beta		
1 (Constant)	5,837	1,905		3,061	0,001
<i>Social Influence</i>	0,157	0,092	0,148	1,713	0,089
<i>Motivation Hedonic</i>	0,199	0,137	0,194	1,455	0,148
<i>Habit</i>	-0,057	0,108	-0,063	-0,531	0,597
<i>Performancy Expentancy</i>	-0,284	0,146	-0,270	-1,952	0,053
<i>Effort Expentancy</i>	0,209	0,138	0,182	1,515	0,132
<i>Price Value</i>	0,456	0,100	0,443	4,568	0,000

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan hasil analisis data tersebut, maka hipotesis 1 yang menyatakan terdapat pengaruh positif antara Social Influence dengan Behavior Intention tidak terdukung. Hal ini dapat dilihat dari t-hitung 1,713 lebih kecil dari t-tabel ( $1,713 < 1,65550$ ) dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,089 diatas 0,05 sehingga hasil analisis data menunjukkan hipotesis pertama adalah Social Influence tidak berpengaruh positif terhadap Behavior Intention, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama tidak terdukung. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif antara Social Influence terhadap Behavior Intention” ditolak.

Hasil analisis linier berganda menunjukkan bahwa variabel *Motivation*

*Hedonic* tidak berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*. Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis “Terdapat pengaruh positif antara *Motivation Hedonic* dengan *Behavior Intention*”. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,148 lebih besar dari yang seharusnya 0,050 dan t-hitung 1,455 lebih kecil dari t-tabel ( $1,455 < 1,65550$ ). Hasil yang didapatkan dari analisis regresi linear berganda tersebut menunjukkan bahwa variabel *Motivation Hedonic* tidak berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis ketiga yakni “Terdapat pengaruh positif antara *Habit* dengan *Behavior Intention*”. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,597 dan t-hitung -0,531 lebih kecil dari t-tabel ( $-0,531 < 1,65550$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Habit* tidak berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung dengan hipotesis keempat yakni “Terdapat pengaruh positif antara *Performance Expentancy* dengan *Behavior Intention*”. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,053 lebih besar dari 0,050 dan t-hitung -1,952 lebih kecil dari t-tabel ( $-1,952 < 1,65550$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Performance Expentancy* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. Maka dari itu, dengan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif

antara *Performance Expentancy* terhadap *Behavior Intention*” tidak terdukung.

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis ke 5 yakni “Terdapat pengaruh positif antara *Effort Expentancy* dengan *Behavior Intention*”. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,132 lebih besar dari 0,05 dan t-hitung 1,515 lebih kecil dari t-tabel (1,515 < 1,65550). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Performance Expentancy* tidak berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*. Maka dari itu, dengan hipotesis kelima yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif antara *Effort Expentancy* terhadap *Behavior Intention*” tidak terdukung.

Hasil penelitian ini mendukung dengan hipotesis keenam yakni “Terdapat pengaruh positif antara *Price Value* dengan *Behavior Intention*”. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 dan t-hitung 4,568 lebih besar dari t-tabel (4,568 > 1,65550). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Price Value* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*. Maka dari itu, dengan hipotesis keenam yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif antara *Price Value* terhadap *Behavior Intention*” diterima.

Selanjutnya untuk menunjukkan berapa persen pengaruh keenam variabel tersebut terhadap masyarakat Tuli di Indonesia dapat dilihat tabel berikut :

Tabel 15 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583 <sup>a</sup>	.340	.312	2.820

Sumber : Data primer diolah 2021

Tabel diatas menunjukkan data terkait koefisien determinasi sehingga dapat diketahui koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,312 yang berarti 31,2% masyarakat Tuli dalam menggunakan Gopay dapat dijelaskan oleh keenam variabel yang terdiri dari *Social Influence, Motivation Hedonic, Habit, Performance Expentancy, Effort Expentancy* dan *Price Value*, sedangkan sisanya 68,8% masyarakat Tuli dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Penelitian ini juga ditemukan penelitian yang dilakukan oleh Jati dan Laksito (2012) yang menemukan bahwa *Social Influence* tidak mempunyai pengaruh positif terhadap minat pemanfaatan teknologi informasi. Demikian juga dengan penelitian Bendi dan Aliyanto (2014) yang membuktikan bahwa *Social Influence* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

Penelitian ini sejalan penelitian oleh Elita Fradia Siaga dari Universitas Negeri Surabaya pada tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Motivation Hedonic dan Habit Terhadap Behavioral Intention dan Use Behavior Pada Pengguna Mobil Payment OYO di Surabaya” yang menyatakan dalam penelitian tersebut hipotesis yang ada dinyatakan tidak didukung karena hasil hipotesis memiliki nilai C.R sebesar -1,462 yang menunjukkan bahwa pengaruh Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention adalah tidak memiliki pengaruh atau tidak signifikan.

Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang sudah diteliti oleh Achmad Fauzi, Dr. Teguh Widodo, S.E.,S.T.,M.M dan Ir. Tri Djatmiko,M.M. pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek Dan Grab Di Kalangan Mahasiswa Telkom University) menemukan hasil penelitian bahwa variabel Habit tidak berpengaruh positif terhadap Behavior Intention karena hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa t-nilai antara variabel Habit dan Behavior Intention tidak lebih besar dari 1,96 yaitu 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan transportasi online tidak menjadi prioritas utama bagi pengguna meskipun telah beberapa kali menggunakan layanan transportasi online.

Penelitian ini juga mendukung dengan penelitian yang telah terdahulu dari Adelwin Hilman Wibowo, Yusi Tyroni Mursityo dan Admaja Dwi Herlambang dari Universitas Brawijaya yang berjudul “Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence terhadap Behavioral Intention dalam implementasi Aplikasi SIMPG PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya” yang menyatakan bahwa Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini dipengaruhi berdasarkan jawaban dari responden pengguna aplikasi SIMPG bahwa aplikasi SIMPG tidak selalu dapat meningkatkan kinerja seseorang. Pengguna aplikasi SIMPG merasa bahwa penggunaan aplikasi SIMPG hanya menambah beban pekerjaan mereka saja walaupun tujuan dari adanya aplikasi SIMPG adalah untuk membantu meningkatkan kinerja pengguna aplikasi SIMPG.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang terdahulu dari Adelwin Hilman Wibowo, Yusi Tyroni Mursityo, Admaja Dwi Herlambang dari Universitas Brawijaya pada tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention dalam Implementasi Aplikasi SIMPG PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya” menyatakan bahwa adanya pengaruh antara variabel Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention . Hal ini juga dipengaruhi berdasarkan jawaban dari responden pengguna aplikasi

SIMPG bahwa aplikasi SIMPG sudah mudah untuk digunakan dan penggunaannya dapat dipahami oleh pengguna aplikasi SIMPG.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Price Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention* masyarakat Tuli menggunakan Gopay di Indonesia. Berdasarkan analisis data yang dapat dikatakan bahwa *Price Value* masyarakat Tuli yang menjadi responden pada penelitian mempengaruhi pada pelanggan Tuli di Indonesia apabila jumlah pelanggan meningkat akan mempengaruhi harga yang ditawarkan menjadi utama bagi mereka dalam transaksi Gopay.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang diharapkan dapat dijadikan acuan sebagai perbaikan pada penelitian selanjutnya. Keterbatasan penelitian ini adalah keterbatasan pemahaman bahasa bagi masyarakat Tuli di Indonesia karena tata bahasa kuesioner penelitian ini bersifat formal sehingga responden tidak mengerti maksud pertanyaan maka peneliti menambah video berisyarat agar responden dapat memahami maksud pertanyaan yang tertera di setiap pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diuraikan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

*Price Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavior Intention* masyarakat Tuli dalam menggunakan Gopay di Indonesia. Semakin tinggi *Price Value* yang dimiliki oleh masyarakat Tuli di Indonesia, maka *Behavior Intention*nya semakin baik dan sebaliknya semakin rendah *Price Value* yang dimiliki masyarakat Tuli di Indonesia maka semakin buruk *Behavior Intention*. Hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 4,568 lebih besar dari t-tabel 1,65550 dan nilai probabilitas signifikan 0,000 dibawah dari 0,050.

*Social Influence* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. Berdasarkan hasil analisis data dapat dikatakan bahwa *Social Influence* masyarakat Tuli terhadap Gopay di Indonesia yang menjadi responden penelitian ini masyarakat Tuli memiliki *Social Influence* tidak mempengaruhi ke masyarakat lain untuk mengajak menggunakan Gopay, perilaku kehidupan, dan mendukung menggunakan Gopay meskipun di luar sana masih ada banyak yang menggunakan Gopay. Hasil tersebut dapat dilihat dari uji analisis regresi linier berganda ditunjukkan nilai t-hitung 1,713 lebih kecil dari t-tabel 1,65550 dan nilai probabilitas signifikan 0,089 diatas dari 0,050.

*Motivation Hedonic* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap *Behavior Intention*. , masyarakat Tuli di Indonesia tidak ada yang menarik, terhibur, menikmati dan senang saat menggunakan aplikasi Gopay walaupun sudah

memakai Gopay. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa t-hitung sebesar 1,455 lebih kecil dari t-tabel 1,65550 dan nilai probabilitas signifikan 0,148 lebih besar dari 0,050.

Habit tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Behavior Intention. Aplikasi Gopay adalah bukan salah satu kebiasaan bagi masyarakat Tuli di Indonesia walaupun banyak yang menggunakan. Maka dari itu, hasil dapat dilihat t-hitung -0,057 lebih kecil dari t-tabel 1,65550 1,790 dan nilai signifikan 0,597 lebih tinggi dari 0,050..

Performancy expentancy tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Behavior Intention. Hasil penelitian ini bukan hanya karena penampilan yang dapat membantu bahkan bukan menjadi bagian prioritas masyarakat Tuli di Indonesia. Hasil yang dapat terbukti bahwa nilai t-hitung sebesar -1,952 lebih kecil dari t-tabel 1,65550 dan nilai probabilitas signifikan 0,053.

Effort Expentancy tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Behavior Intention. Alasan tidak berpengaruh bukan berarti tidak bisa mempengaruhi melainkan pengguna Gopay masih menggunakan Gopay namun tidak mempengaruhi intensitas pelanggan. Hal itu dapat ditunjukkan nilai t-hitung sebesar 1,515 lebih kecil dari t-tabel 1,65550 nilai probabilitas signifikan sebesar 0,132 lebih besar dari 0.050.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Risang Bagus Hastungkara., Welsa, Henny., Kurniawan, Ignatius Soni. (2019). Pengaruh Motivation Hedonic Terhadap Social Media Product Browsing Dan Dampaknya Terhadap Purchase Intention Pada Mahasiswa Universitas Sarjawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Risang B., dkk/Jurnal Manajemen Dewantara, Vol 3, No 2(2019): 262-276*
- Anwar, Devi Yunnia., Rikumahu, Dr. Brady, S.E., M.MBA.(2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Pelanggan dan Niat Untuk Merekomendasikan Elektroink Wallet OVO. *E-Proceeding of Management : Vol.7, No.1 April 2020 Page 169.*
- Ardianto, Aries. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompert Digital Menggunakan Model UTAUT2. <http://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2412>
- Fauzi, Achmad., Widodo, Dr. Teguh, S.E., ST., M.M., Djatmiko, Ir. Tri, M.M. (2018). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek Dan Grab Di Kalangan Mahasiswa Telekom University). *e-Proceeding of Management : Vol.5, No.2 Agustus 2018 Page 1790.*
- Gayatrie, Mega Shero., Kusyanti, Ari., Saputra, Moch Chandra. (2017). Analisis Penerimaan OS Windows 10 Dengan Unified Theory of Acceptance Use of Technology (UTAUT2). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Gunawan, Cindy Flawrencia. (2019). Pengaruh Performance Expentancy Dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention Di Aplikasi Hijabenska. *Agora Vol. 7, No.2 (2019)*
- Hasanah, Rinda Miftahul.(2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Gender dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Skripsi*



- Indrawati., Putri, Dianty Anggraini.(2020). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention Of E-Payment Adoption Using Modified UTAUT 2 Model (A Case Study of Go-Pay From Indonesia). <https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>
- Mulyana, Muhammad Akbar., Trenggana, Arlin Ferlina. (2020). Penggunaan Model Unified Theory Acceptance And Use Of Technology (UTAUT2) Pada Aplikasi Gojek Di Kalangan Pelajar SMA Kota Bandung.*e-Proceeding of Management : Vol.7, No.1 April 2020 Page 1508.*
- Mulyana, Muhammad Akbar., Trenggana, S.E.,M.M, Arlina Ferlina Mochammad. (2020). Penggunaan Model *Unified Theory Acceptance And Use Of Technology 2.*
- Muqarriban, Alex Maulana. (2017). Teori Yang Biasa Digunakan untuk Mengukur Perilaku Konsumen –Theory of Reasoned Action.). *Skripsi*
- Purwianti, Lily. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention. *Jurnal Maranatha Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha Volume 17 Nomor 1, November 2017, pp 15-32*
- Putra,M. Adriansyah Alam. (2018). Skripsi : Evaluasi Penggunaan Pada Produk Uang Elektronik E-Money Bank Mandiri Menggunakan Model UTAUT2 (Studi Kasus : Kecamatan Ciputat). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.*Skripsi*
- Putri, Ni Komang Risam Dwindi., Suardika, I Made Sadha.(2020). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money Di Kota Denpasar.*e-Jurnal Akuntansi Vol.30 No.2 Denpasar, Februari 2020 Hal 540-555*
- Rifaldi., Kadunci., Sulistyowanti. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.*Epigram Vol.13 No.2 Oktober 2016*
- Rohmah, Farida,S.Pd.,M.Sc.(2018). Perkembangan Uang Elektronik Pada Perdagangan Di Indonesia.*Journal IAIN Kudus Vol.6, No 1.*
- Venkatesh, Viswanath., Thong, James Y.L., Xu,Xin.(2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology : Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology.*Forthcoming in MIS Quarterly, Vol.36, No.1 (2012). Pp 157-178.*
- Venkatesh, Viswanath., Thong, James. Y. L., Xiu, Xiu. Consumer Acceptance and Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Management Inotmation Systems Research Center, University of Minnersota, Vol. 36, No.1 (March 2012), pp. 157 – 178*
- Wahidah, Idah., Septiadi, Muhammad Andi., Rafqie, M. Choerul Adlie Rafqie., Hartono, Nur Fitria Salsabila., Athallah, Raihan. (2020). Pandemi Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegahan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO) Vol.11 No.3, Desember 2020, Hal. 179-188*
- Wibowo, Adelwin Hilman., Mursityo, Yusi Tyroni., Herlambang, Admaja Dwi. (2019). Pengaruh Performance Expentancy, Effort Expentancy dan Social Influence terhadap Behavioral Intention dalam Implementasi Aplikasi SIMPG PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya.*Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol.3, No.9, September 2019, hlm. 904-9053.*
- Widayati, Linda Prasetyaning., Mustika, Ika.(2021). Sikap Remaja Terhadap Upaya Pencegahan Penyebaran Covid19 Pada Orang Tanpa Gejala (OTG) Di Surabaya.*Jl-KES:Jurnal Ilmu Kesehatan Volume 4, No.2, Februari 2021 : Page 36-44*

Yudantara, I Gede Agus Pertama. (2014). Analisis Penelitian Niat Perilaku Dan Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Berbasis Teknologi Di Hotel (Sebuah Kajian Literatur). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika JINAH Volume 4 Nomor 1 Singaraja, ISSN 2089-3310*