

p-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584

Vol. 2 No. 10 Oktober 2023

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN MANDATORY LINKAJA
PADA PANGKALAN LPG PT ARBA SONS COMPANY
DI KABUPATEN DONGGALA****Mohamad Arfan, Andi Mattulada Amir, Chalarge Totanan**

Fakultas Pascasarjana, Universitas Tadulako

Email: mohamadarfan170@gmail.com, mohamadarfan17071991@gmail.com**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh effort expectancy dan habit terhadap behavioral intention dan use behavior berdasarkan sudut pandang Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. Populasi penelitian ini adalah sebanyak 202 pemilik pangkalan elpiji terdaftar di PT Arba Sons Company wilayah penyaluran Kabupaten Donggala. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 133 sampel. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner online dan diukur menggunakan skala Likert. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Partial Least Squares-Structural Equation Modelling. Temuan penelitian ini bahwa direct effect; effort expectancy terhadap behavioral intention tidak signifikan ($t:1,341$, $p:0,181$); effort expectancy terhadap use behavior tidak signifikan ($t:0,338$, $p:0,735$); habit terhadap behavioral intention signifikan ($t:8,760$, $p:0,000$); habit terhadap use behavior tidak signifikan ($t:0,776$, $p:0,438$); dan behavioral intention terhadap use behavior signifikan ($t:5,234$, $p:0,000$). Indirect effect; effort expectancy terhadap use behavior melalui behavioral intention tidak signifikan ($t:1,303$, $p:0,193$); dan habit terhadap use behavior melalui behavioral intention signifikan ($t:4,425$, $p:0,000$). Temuan lainnya bahwa; behavioral intention tidak dapat memediasi pengaruh effort expectancy terhadap use behavior ($a*b$:tidak signifikan, c' :tidak signifikan) dengan jenis mediasi no mediation; dan behavioral intention dapat memediasi pengaruh habit terhadap use behavior ($a*b$:signifikan, c' :tidak signifikan) dengan jenis mediasi full mediation. Temuan ini memverifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2, bahwa pengaruh habit pada use behavior dimediasi oleh behavioral intention. Habit dan behavioral intention menjadi faktor pertimbangan pemilik pangkalan elpiji dalam menggunakan aplikasi LinkAja secara berkesinambungan, sehingga PT Arba Sons Company dapat mempertahankannya. Kedua faktor ini dapat menjadi referensi bagi PT Fintek Karya Nusantara untuk mengembangkan aplikasi LinkAja menjadi lebih baik lagi, sehingga pengguna akan menggunakan aplikasi LinkAja dalam kehidupan sehari-hari secara sukarela.

Kata Kunci: Ekspektasi Usaha; Kebiasaan; Niat Perilaku; Perilaku Menggunakan.**Abstract**

This study aims to examine and analyze the effect of effort expectancy and habit on behavioral intention and use behavior based on the point of view of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. The population of this study were 202 owners of LPG bases registered at PT Arba Sons Company in the distribution area of Donggala District. The sample used in this study was 133 samples. The data of this study were obtained from an online questionnaire and measured using a Likert scale. The analytical method used in this research is Partial Least Squares-Structural Equation Modeling. The findings of this study that the direct effect; effort expectancy on behavioral intention is not significant ($t:1.341$, $p:0.181$); effort expectancy on use behavior is

*not significant (t:0.338, p:0.735); habit on behavioral intention is significant (t:8.760, p:0.000); habit on use behavior is not significant (t:0.776, p:0.438); and behavioral intention on use behavior is significant (t:5.234, p:0.000). Indirect effect; effort expectancy on use behavior through behavioral intention is not significant (t:1.303, p:0.193); and habit on use behavior through behavioral intention is significant (t:4.425, p: 0.000). Other findings that; behavioral intention cannot mediate the effect of effort expectancy on use behavior (a*b:not significant, c':not significant) with the type of mediation no mediation; and behavioral intention can mediate the effect of habit on use behavior (a*b:significant, c':not significant) with the type of full mediation. This finding verifies Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2, that the effect of habit on use behavior is mediated by behavioral intention. Habit and behavioral intention are factors for consideration of LPG base owners in using the LinkAja application on an ongoing basis, so that PT Arba Sons Company can maintain it. These two factors can be a reference for PT Fintek Karya Nusantara to develop the LinkAja application to be even better, so that users will use the LinkAja application in their daily lives voluntarily..*

Keywords: *Effort Expectancy; Habit; Behavioral Intention; Use Behavior.*

PENDAHULUAN

Era digital 4.0 memungkinkan pergeseran metode pembayaran dapat beralih ke non tunai. Istilah non tunai ini menjadi populer di Indonesia sejak dicanangkannya Gerakan Nasional Non Tunai atau GNNT oleh Bank Indonesia di tahun 2014. Seiring dengan berkembang pesatnya teknologi saat ini, nyatanya mampu menghasilkan beragam layanan financial technology yang memudahkan sebuah proses transaksi non tunai. Layanan fintech tidak hanya dapat mendukung GNNT, namun beberapa jenis fintech di Indonesia lebih kompetitif dalam meraih pengguna aktif terbanyak. Salah satunya yaitu dompet digital atau aplikasi LinkAja yang merupakan produk dari gabungan beberapa Badan Usaha Milik Negara (BUMN). LinkAja adalah mobile payment yang telah memperoleh izin resmi dari Bank Indonesia untuk bertransaksi. Namun, LinkAja belum mampu meraih pengguna aktif terbanyak di Indonesia (Aljabbaru dan Sari, 2020). Jumlah pengguna aktif LinkAja masih berada di bawah posisi dompet digital lainnya yaitu Go Pay, Ovo dan Dana (Andrianto, 2020).

Aplikasi LinkAja yang dikelola oleh PT Fintek Karya Nusantara dapat digunakan untuk bertransaksi dengan cara memindai kode Quick Respons (QR) di smartphone. Penggunaan metode QR ini merupakan salah satu layanan transaksi pembayaran di aplikasi LinkAja (Mayanti, 2020). Teknologi keuangan aplikasi LinkAja dapat digunakan secara sukarela dan mandatori dalam suatu perusahaan. Khususnya, salah satu agen LPG di Sulawesi Tengah yakni PT Arba Sons Company. Perusahaan ini telah mengimplementasikan penggunaan LinkAja dengan metode QR kepada mitranya yakni pemilik pangkalan LPG di Kabupaten Donggala. Upaya ini dilakukan agar pemilik pangkalan LPG dapat melakukan transaksi non tunai untuk mendukung GNNT.

Penggunaan kode QR secara resmi sudah diimplementasikan oleh Bank Indonesia sejak tanggal 1 Januari 2020 di Indonesia. Aplikasi LinkAja yang dilengkapi dengan fitur kode QR memperlihatkan bahwa aplikasi ini sudah memiliki kualitas sistem yang baik. Selain itu, secara legal sudah dapat digunakan untuk bertransaksi. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa aspek keperilakuan sangat menentukan pengguna menerima atau menolak menggunakan suatu teknologi. Terdapat temuan bahwa penggunaan LinkAja membutuhkan tingkat pengetahuan dan keterampilan tertentu, dimana dibutuhkan usaha maksimal dan masih dirasa sulit oleh pengguna untuk digunakan (Widyanto et al., 2020). Pengguna akan menggunakan teknologi untuk bertransaksi apabila merasakan kemudahan dalam menggunakannya, sehingga pengguna merasa lebih efisien dalam segi tenaga dan waktu untuk proses transaksi (Permana dan Dewi, 2019). Temuan lain menunjukkan bahwa meskipun pengguna belum dapat menyesuaikan terhadap sistem

atau teknologi, dengan adanya kebiasaan, ketergantungan dan keharusan pada akhirnya pengguna dapat menggunakan teknologi secara berkesinambungan (Sutanto et al., 2018).

Tingkat kemudahan berpengaruh langsung terhadap perilaku pengguna dan dimediasi oleh niat pengguna untuk menggunakan teknologi (Moya et al., 2017). Demikian pula, kebiasaan berpengaruh langsung terhadap perilaku pengguna dan dimediasi oleh niat pengguna untuk menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh effort expectancy dan habit terhadap behavioral intention dan use behavior pemilik pangkalan LPG untuk menggunakan aplikasi LinkAja. Selain itu, melihat bagaimana effort expectancy dan habit dalam penggunaan LinkAja dapat dimediasi oleh behavioral intention pemilik pangkalan LPG, sehingga use behavior pemilik pangkalan LPG dapat menggunakan LinkAja secara berkesinambungan.

METODE PENELITIAN

Analisis statistik deskriptif penelitian ini merujuk pada interpretasi skor oleh Noermijati (2010). Data 133 responden yang telah mengisi kuesioner online diolah menggunakan teknik analisis data Partial Least Squares-Structural Equation Modeling dengan bantuan software SmartPLS versi 3.3.3. Pengujian hipotesis dilakukan melalui dua evaluasi yakni evaluasi outer model dan evaluasi inner model (Widarjono, 2015). Evaluasi atau pengujian lainnya dari inner model adalah predictive relevance (Q²). Interpretasi predictive relevance penelitian ini merujuk pada interpretasi nilai predictive relevance dalam Setiawan (2020:70). Selain itu, pengujian Goodness of Fit dapat dilihat melalui nilai Standardized Root Mean Residual (Ghozali dan Latan, 2016; Hair et al., 2017; Sutanto et al., 2018). Analisis pengaruh mediasi dilakukan setelah melalui proses pengujian outer model dan inner model. Prosedur analisis mediasi penelitian ini mengacu pada prosedur yang disarankan oleh Zhao et al. (2010) dan Nitzl et al. (2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden Penelitian

Karakteristik responden dari 100 persen atau setara dengan 133 responden yang telah mengisi kuesioner *online* pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan jenis kelamin bahwa 53 persen laki-laki dan 47 persen perempuan.
- b. Berdasarkan usia bahwa 1 persen generasi Z (internet), 32 persen generasi Y (milenial), 54 persen generasi X, 13 persen generasi *Baby Boom*.
- c. Berdasarkan pendidikan terakhir bahwa SMA 43 persen, SMP 24 persen, S1 16 persen, SD 11 persen, Diploma 6 persen dan S2 1 persen.
- d. Berdasarkan tingkat pengalaman menggunakan aplikasi *LinkAja* bahwa lebih dari 1 tahun 38 persen, 10 hingga 12 bulan 26 persen, 7 hingga 9 bulan 23 persen, 4 hingga 6 bulan 8 persen dan 1 hingga 3 bulan 5 persen.
- e. Berdasarkan frekuensi penggunaan *LinkAja* dalam satu minggu bahwa 1 kali 65 persen, 4 sampai 5 kali 26 persen dan 2 sampai 3 kali 9 persen.
- f. Berdasarkan jumlah *top up* di aplikasi *LinkAja* bahwa nominal tertinggi sampai yang terendah dalam satu minggu yaitu lima ratus ribu rupiah sampai dengan 1 juta rupiah 38 persen, 1 juta rupiah sampai dengan 2 juta rupiah 31 persen, kurang dari lima ratus ribu rupiah 15 persen, lebih dari 3 juta rupiah 10 persen dan 2 juta rupiah sampai dengan 3 juta rupiah 6 persen.
- g. Berdasarkan fungsi penggunaan aplikasi *LinkAja* oleh responden bahwa persentase responden yang menggunakan aplikasi *LinkAja* untuk pembayaran gas *LPG* 100 persen, pembelian pulsa 41 persen, transfer uang 24 persen, pembelian token listrik 22 persen, pembayaran listrik 12 persen, pembayaran *online* lainnya 5 persen, tarik tunai saldo 4 persen, dan belanja *online* 3 persen.
- h. Berdasarkan kategori pelanggan di aplikasi *LinkAja* bahwa persentase responden sebagai pelanggan dengan kategori *basic service* 50 persen dan *full service* 50 persen.

B. Analisis Deskripsi Variabel

Analisis deskripsi masing-masing variabel dalam penelitian ini merujuk pada modifikasi interpretasi skor dari Noermijati (2010). Nilai *mean* setiap variabel dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil analisis distribusi frekuensi sebagai berikut:

- Nilai rata-rata *effort expectancy* sebesar 4,060. Nilai ini berada diantara nilai *mean* >3,4-4,2 (tinggi). Aplikasi *LinkAja* yang digunakan oleh pemilik pangkalan *LPG* memiliki tingkat kemudahan yang tergolong tinggi.
- Nilai rata-rata *habit* sebesar 3,959. Nilai ini berada diantara nilai *mean* >3,4-4,2 (tinggi). Tingkat kebiasaan pemilik pangkalan *LPG* dalam menggunakan aplikasi *LinkAja* tergolong tinggi.
- Nilai rata-rata *behavioral intention* sebesar 4,042. Nilai ini berada diantara nilai *mean* >3,4-4,2 (tinggi). Niat pemilik pangkalan *LPG* untuk terus menggunakan aplikasi *LinkAja* tergolong tinggi.
- Nilai rata-rata *use behavior* sebesar 3,849. Nilai ini berada diantara nilai *mean* >3,4-4,2 (tinggi). Perilaku pemilik pangkalan *LPG* untuk sering menggunakan aplikasi *LinkAja* tergolong tinggi.

C. Hasil Uji Statistik

1. Evaluasi *Outer Model*

Berdasarkan hasil pengujian statistik melalui *software SmartPLS* versi 3.3.3 maka evaluasi *outer model* penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

2. *Indicator Reliability*

Evaluasi *outer model* melalui *indicator reliability* dilakukan dengan cara melihat nilai *outer loading* atau *loading factor*. Nilai *loading factor* penelitian ini memiliki nilai diatas 0,7 dan dinyatakan valid.

3. *Discriminant Validity*

Evaluasi *outer model* melalui *discriminant validity* dilakukan dengan cara melihat nilai *Fornell Larcker* dan *cross loading*. Semua *Fornell Larcker* penelitian ini memiliki nilai *Fornell Larcker* variabel laten lebih besar dari korelasi antar variabel laten dan telah dinyatakan valid. Sedangkan, nilai *cross loading* indikator terhadap variabel latennya pada penelitian ini memiliki nilai lebih besar terhadap nilai variabel laten yang lain dan dinyatakan valid.

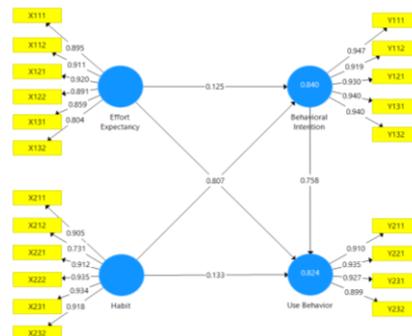
4. *Internal Consistency*

Evaluasi *outer model* melalui *internal consistency* dilakukan dengan cara melihat nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* penelitian ini memiliki nilai diatas 0,7 dengan kategori sangat memuaskan karena diatas 0,8. Semua indikator penelitian ini konsisten dalam mengukur masing-masing variabelnya dan dinyatakan reliabel.

5. *Convergent validity*

Evaluasi *outer model* melalui *convergent validity* dilakukan dengan cara melihat nilai *Average Variance Extracted*. Nilai *AVE* penelitian ini memiliki nilai diatas 0,5 dan dinyatakan valid.

Sesuai dengan keempat kriteria pengujian di atas bahwa *outer model* penelitian ini adalah valid. Dengan demikian, tidak perlu adanya penghilangan indikator, disebabkan indikator variabel penelitian ini telah valid dan reliabel. Berikut tampilan *outer model*-nya:



Gambar 1
Hasil Pengujian *Outer Model*
Sumber: Data diolah penulis, 2021

6. Evaluasi *Inner Model*

Berdasarkan hasil pengujian statistik melalui *software SmartPLS* versi 3.3.3 maka evaluasi *inner model* penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Signifikansi Variabel Terhadap Indikator

Outer loadings hasil *bootstrapping* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua nilai signifikansi hubungan antara variabel terhadap indikatornya memiliki nilai *t*-statistik $\geq 1,96$ dan *p*-value $\leq 0,05$. Hasil ini memberi arti bahwa indikator-indikator penelitian ini adalah valid dan dapat digunakan untuk menguji hipotesis.

b. *Path Coefficient*

Nilai *path coefficient* dijelaskan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1
Nilai *Path Coefficient*

| | <i>Original Sample (O)</i> |
|---|----------------------------|
| <i>Habit -> Behavioral Intention</i> | 0.807 |
| <i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i> | 0.125 |
| <i>Behavioral Intention -> Use Behavior</i> | 0.758 |
| <i>Habit -> Use Behavior</i> | 0.133 |
| <i>Effort Expectancy -> Use Behavior</i> | 0.031 |

Sumber: Data diolah penulis, 2021

c. Signifikansi

Signifikansi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dijelaskan dalam Tabel 2 dan Tabel 3 berikut:

Tabel 2
Hasil Pengaruh Langsung

| | <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> |
|---|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------|
| <i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i> | 0.125 | 0.131 | 0.093 | 1.341 | 0.181 |
| <i>Effort Expectancy -> Use Behavior</i> | 0.031 | 0.023 | 0.091 | 0.338 | 0.735 |
| <i>Habit -> Behavioral Intention</i> | 0.807 | 0.801 | 0.092 | 8.760 | 0.000 |
| <i>Habit -> Use Behavior</i> | 0.133 | 0.142 | 0.172 | 0.776 | 0.438 |
| <i>Behavioral Intention -> Use Behavior</i> | 0.758 | 0.756 | 0.145 | 5.234 | 0.000 |

Sumber: Data diolah penulis, 2021

Tabel 3
Hasil Pengaruh Tidak Langsung

| | <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> |
|--|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------|
| <i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention -> Use Behavior</i> | 0.095 | 0.098 | 0.073 | 1.303 | 0.193 |
| <i>Habit -> Behavioral Intention -> Use Behavior</i> | 0.612 | 0.605 | 0.138 | 4.425 | 0.000 |

Sumber: Data diolah penulis, 2021

d. Koefisien Determinasi R^2

Variabel endogen *behavioral intention* memiliki nilai R^2 sebesar 0,840 dan variabel endogen *use behavior* sebesar 0,824. Kedua nilai R^2 ini adalah substansial, karena lebih dari 0,67. Hal ini memberi arti bahwa *behavioral intention* dapat dijelaskan 84 persen oleh *effort expectancy* dan *habit*. Sedangkan, *use behavior* dapat dijelaskan 82,4 persen oleh *effort expectancy*, *habit* dan *behavioral intention*. Sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang belum diteliti.

e. *Effect Size* (f^2)

Nilai *effect size* penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh substantif *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* (0,025) dan *use behavior* (0,001) adalah kecil. Pengaruh substantif *habit* terhadap *behavioral intention* (1,049) adalah besar, sedangkan terhadap *use behavior* (0,013) kecil. Pengaruh substantif *behavioral intention* terhadap *use behavior* (0,522) adalah besar.

f. *Predictive Relevance* (Q^2)

Variabel endogen *behavioral intention* memiliki nilai Q^2 sebesar 0,722 dan *use behavior* sebesar 0,677. Nilai Q^2 yang diperoleh > 0 , yang artinya model struktural penelitian ini memiliki nilai Q^2 yang baik. Dengan demikian, variabel eksogen penelitian ini dapat menjelaskan dan memprediksi variabel endogennya. Selain itu, nilai Q^2 diatas 0,35 menunjukkan bahwa model struktural penelitian ini memiliki validitas relevansi *fit model* kuat.

g. *Goodness of Fit* (*GoF*)

Berdasarkan pengujian *inner model* dengan *Standardized Root Mean Residual* (*SRMR*) melalui prosedur *PLS Algorithm* bahwa nilai *SRMR* penelitian ini adalah $0,055 < 0,080$. Nilai *SRMR* yang dihasilkan ini memberi arti bahwa model penelitian ini *fit* dengan data empiris.

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap *Behavioral Intention* Untuk Menggunakan Aplikasi *LinkAja*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 di atas bahwa hipotesis pertama ditolak. Karena nilai *t*-statistik-nya $\leq 1,96$ dan *p*-value-nya $\geq 0,05$. Analisis nilai rata-rata variabel *effort expectancy* menunjukkan bahwa aplikasi *LinkAja* yang digunakan oleh responden memiliki tingkat kemudahan yang tergolong tinggi. Tingginya tingkat kemudahan yang dirasakan oleh responden tidak dapat mempengaruhi niat responden untuk menggunakan *LinkAja* di masa mendatang. Jawaban responden terhadap pernyataan positif *effort expectancy* “interaksi saya dengan aplikasi *LinkAja* jelas dan dapat dimengerti saat bertransaksi *LPG*” memperoleh skor *mean* tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak memerlukan usaha yang tinggi untuk menggunakan *LinkAja* dalam melakukan transaksi *LPG*. Minimnya usaha yang dilakukan responden disebabkan penggunaan *LinkAja* oleh sebagian besar responden sudah berlangsung lebih dari 6 bulan. Penggunaan yang sudah berlangsung lama ini membuat mayoritas responden sudah tidak awam dengan *LinkAja*. Dengan demikian, tingginya tingkat kemudahan dalam menggunakan *LinkAja* untuk melakukan transaksi *LPG* tidak menjadi faktor pertimbangan utama bagi responden untuk memiliki niat menggunakan *LinkAja* di masa mendatang.

Berdasarkan hasil pengaruh yang tidak signifikan di atas, maka hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Aljabbaru dan Sari (2020), Permana dan Dewi (2019), Moya *et al.* (2017), Ramdhani *et al.* (2017), Megadewandanu *et al.* (2016), Melisa dan Indrawati (2016), Savitri dan Wiratmaja (2015), Harsono dan Suryana (2014), Raman dan Don (2013) dan Venkatesh *et al.* (2012).

2. Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap *Use Behavior* Aplikasi *LinkAja*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 di atas bahwa hipotesis kedua ditolak. Karena nilai *t*-statistik-nya $\leq 1,96$ dan *p*-value-nya $\geq 0,05$. Hasil ini didukung oleh karakteristik responden bahwa masih terdapat sebagian kecil responden menggunakan aplikasi *LinkAja* untuk bertransaksi *online* lainnya, kecuali transaksi pembayaran *LPG* yang sudah digunakan oleh seluruh responden. Selain itu, masih terdapat sebagian responden yang belum melakukan *upgrade* ke *full service*, sehingga belum mencoba layanan terlengkap di *LinkAja*. Apabila responden sudah termasuk pelanggan *full service* di *LinkAja*, maka secara otomatis responden lebih banyak menggunakan *LinkAja* untuk bertransaksi *online* lainnya. Dengan demikian, Tingginya tingkat kemudahan menggunakan *LinkAja* untuk melakukan transaksi *LPG* tidak membuat perilaku responden dapat menggunakan aplikasi *LinkAja* secara berkesinambungan. Hasil di atas membuktikan bahwa tingkat kemudahan tidak dapat menjadi faktor penentu langsung dalam penggunaan *LinkAja*.

Berdasarkan hasil pengaruh yang tidak signifikan di atas, maka hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Moya *et al.* (2017).

3. Pengaruh *Habit* Terhadap *Behavioral Intention* Untuk Menggunakan Aplikasi *LinkAja*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 di atas bahwa hipotesis ketiga diterima. Karena nilai *t*-statistik-nya $\geq 1,96$ dan *p*-value-nya $\leq 0,05$. Analisis nilai rata-rata variabel *habit* menunjukkan bahwa kebiasaan responden dalam menggunakan aplikasi *LinkAja* tergolong tinggi. Tingginya kebiasaan responden dapat mempengaruhi niat responden untuk menggunakan *LinkAja* di masa mendatang. Jawaban responden terhadap pernyataan positif *habit* “saya merasa lebih mudah untuk bertransaksi *LPG* bila harus menggunakan *LinkAja*” memperoleh skor *mean* tertinggi. Hal ini didukung oleh karakteristik responden bahwa sebagian besar responden telah menggunakan *LinkAja* selama lebih dari 6 bulan. Kebiasaan responden yang telah berlangsung lama ini membuat responden merasa lebih mudah menggunakan *LinkAja*, meskipun penggunaannya diharuskan untuk bertransaksi *LPG*. Nilai *path coefficient*-nya sebesar 0,807, yang menunjukkan bahwa faktor kebiasaan merupakan prediktor terkuat dibanding tingkat kemudahan dalam memprediksi niat responden untuk menggunakan *LinkAja* di masa mendatang. Arah pengaruhnya yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kebiasaan responden, semakin tinggi niat responden untuk menggunakan *LinkAja* di masa mendatang.

Berdasarkan hasil pengaruh yang signifikan di atas, maka hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri dan Suardhika (2020), Lubis dan Rahmiati (2019), Acharya *et al.* (2019), Sutanto *et al.* (2018), Trojanowski dan Kutak (2017), Ramdhani *et al.* (2017), Setiadjie dan Widodo (2017), Megadewandanu *et al.* (2016), Wibowo dan Ariyanti (2016), Melisa dan Indrawati (2016), Putranto dan Pramudiana (2015), Marhaeni (2014), Harsono dan Suryana (2014) dan Venkatesh *et al.* (2012).

4. Pengaruh *Habit* Terhadap *Use Behavior* Aplikasi *LinkAja*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 di atas bahwa hipotesis keempat ditolak. Karena nilai *t*-statistik-nya $\leq 1,96$ dan *p*-value-nya $\geq 0,05$. Hasil ini didukung oleh karakteristik responden yang menunjukkan bahwa meskipun seluruh responden telah menggunakan aplikasi *LinkAja* untuk bertransaksi *LPG*, namun sebagian besar responden hanya melakukan transaksi *LPG* sekali dalam sepekan. Selain itu, masih terdapat sebagian besar responden belum melakukan transaksi *online* lainnya. Sehingga tingginya kebiasaan responden dalam penggunaan *LinkAja* tidak dapat membuat perilaku responden dapat menggunakan *LinkAja* secara berkesinambungan.

Berdasarkan hasil pengaruh yang tidak signifikan di atas, maka hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Sutanto *et al.* (2018), Radiansyah dan Ariyanti (2017), Ramdhani *et al.* (2017), Setiadjie dan Widodo (2017), Wibowo dan Ariyanti (2016), Marhaeni (2014), Harsono dan Suryana (2014) dan Venkatesh *et al.* (2012).

5. Pengaruh *Behavioral Intention* Terhadap *Use Behavior* Aplikasi *LinkAja*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 di atas bahwa hipotesis kelima diterima. Karena nilai *t*-statistik-nya $\geq 1,96$ dan *p*-value-nya $\leq 0,05$. Analisis nilai rata-rata variabel *behavioral intention* menunjukkan bahwa niat responden untuk terus menggunakan aplikasi *LinkAja* tergolong tinggi. Tingginya niat responden dapat mempengaruhi perilaku responden dalam menggunakan *LinkAja* secara berkesinambungan. Jawaban responden terhadap pernyataan positif *behavioral intention* “saya memprediksi bahwa saya akan terus menggunakan aplikasi *LinkAja* selama data pribadi saya terjaga” memperoleh skor *mean* tertinggi. Responden memprediksi untuk terus menggunakan *LinkAja* dalam bertransaksi sepanjang keamanan data pribadi responden tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Apabila data pribadi responden tidak dapat dijamin oleh pihak pengelola *LinkAja*, maka responden akan menolak atau tidak mau menggunakan *LinkAja* untuk bertransaksi *LPG* dan bertransaksi *online* lainnya secara berkesinambungan. Karakteristik responden memperlihatkan bahwa responden masih secara rutin melakukan transaksi *LPG* seminggu sekali. Hal ini berarti bahwa keamanan data pribadi responden masih dapat dijamin oleh pihak pengelola *LinkAja*.

Berdasarkan hasil pengaruh yang signifikan di atas, maka hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aljabbaru dan Sari (2020), Putri dan Suardhika (2020), Permana dan Dewi (2019), Indah dan Agustin (2019), Saragih dan Septamia (2019), Lubis dan Rahmiati (2019), Sutanto *et al.* (2018), Moya *et al.* (2017), Radiansyah dan Ariyanti (2017), Ramdhani *et al.* (2017), Pertiwi dan Ariyanto (2017), Wibowo dan Ariyanti (2016), Widnyana dan Yadyana (2015), Marhaeni (2014), Harsono dan Suryana (2014), Raman dan Don (2013), Venkatesh *et al.* (2012) dan Venkatesh *et al.* (2003).

6. Pengaruh Tidak Langsung *Effort Expectancy* Terhadap *Use Behavior* Melalui *Behavioral Intention* Untuk Menggunakan Aplikasi *LinkAja*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 di atas bahwa hipotesis keenam ditolak. Karena nilai *t*-statistik-nya $\leq 1,96$ dan *p*-value-nya $\geq 0,05$. Hal ini memberi arti bahwa secara tidak langsung tingkat kemudahan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi *LinkAja* tidak dapat mempengaruhi perilaku responden, meskipun dihubungkan oleh niat responden untuk menggunakan *LinkAja* di masa mendatang. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Moya *et al.* (2017).

7. Pengaruh *Behavioral Intention* Dalam Memediasi *Effort Expectancy* Terhadap *Use Behavior* Untuk Menggunakan Aplikasi *LinkAja*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 di atas bahwa hipotesis ketujuh ditolak. Karena hasil uji statistiknya menyatakan bahwa pengaruh tidak langsungnya (*a*b*) tidak signifikan dan pengaruh langsungnya (*c'*) tidak signifikan dengan jenis mediasi *no mediation*. Jenis mediasi ini menunjukkan bahwa tidak ada mediasi, sehingga niat responden tidak dapat memediasi pengaruh tingkat kemudahan terhadap perilaku responden dalam menggunakan aplikasi *LinkAja* untuk bertransaksi. Dengan kata lain, niat responden tidak dapat mengintervensi pengaruh tingkat kemudahan terhadap perilaku responden dalam menggunakan *LinkAja* secara berkesinambungan. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Moya *et al.* (2017).

8. Pengaruh Tidak Langsung *Habit* Terhadap *Use Behavior* Melalui *Behavioral Intention* Untuk Menggunakan Aplikasi *LinkAja*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 di atas bahwa hipotesis kedelapan diterima. Karena nilai *t*-statistik-nya $\geq 1,96$ dan *p*-value-nya $\leq 0,05$. Hal ini memberi arti bahwa secara tidak langsung kebiasaan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi *LinkAja* mempengaruhi perilaku responden setelah dihubungkan oleh niat responden untuk menggunakan *LinkAja* di masa mendatang. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setiadjie dan Widodo (2017).

9. Pengaruh *Behavioral Intention* Dalam Memediasi *Habit* Terhadap *Use Behavior* Untuk Menggunakan Aplikasi *LinkAja*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5 di atas bahwa hipotesis kesembilan diterima. Karena hasil uji statistiknya menyatakan bahwa pengaruh tidak langsungnya (*a*b*) signifikan dan pengaruh langsungnya (*c'*) tidak signifikan dengan jenis mediasi *full mediation*. Jenis mediasi ini menunjukkan bahwa ada mediasi, sehingga niat responden dapat memediasi pengaruh kebiasaan terhadap perilaku responden dalam menggunakan aplikasi *LinkAja* untuk bertransaksi. Dengan kata lain, niat responden dapat mengintervensi secara penuh pengaruh kebiasaan terhadap perilaku responden dalam menggunakan aplikasi *LinkAja* secara berkesinambungan. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Venkatesh *et al.* (2012).

KESIMPULAN

1. Tidak terbukti bahwa *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.
2. Tidak terbukti bahwa *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*.
3. Terbukti bahwa *habit* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.
4. Tidak terbukti bahwa *habit* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*.
5. Terbukti bahwa *behavioral intention* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*.
6. Tidak terbukti secara signifikan bahwa *effort expectancy* berpengaruh tidak langsung terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention*.
7. Tidak terbukti bahwa *behavioral intention* memediasi pengaruh *effort expectancy* terhadap *use behavior*.
8. Terbukti secara signifikan bahwa *habit* berpengaruh tidak langsung terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention*.
9. Terbukti bahwa *behavioral intention* memediasi pengaruh *habit* terhadap *use behavior*.

BIBLIOGRAFI

- Acharya, V., S. O. Junare, & D. D. Gadhavi. 2019. E-Payment: Buzz Word Or Reality. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, Vol. 8, No. 3S2, hlm: 397-404.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall, Englewood-Cliffs, NJ.
- Aljabbaru, I. H., & D. Sari. 2020. Analisis Penggunaan Mobile Payment LinkAja Dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *eProceedings of Management*, Vol. 7, No. 1, hlm: 1151-1163.
- Andrianto, A. 2020. Faktor Yang Memengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol. 25, No. 2, hlm: 111-122.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS quarterly*, hlm: 319-340.
- Davis, F. D., R. P. Bagozzi, & P. R. Warshaw. 1989. User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, Vol, 35, No. 8, hlm: 982-1003.
- Dewi, D. S., & Wulansari, R. 2020. Factors Influencing the Use of Fintech Payment Services in Indonesia: Literature Review. In *Brawijaya International Conference on Multidisciplinary Sciences and Technology (BICMST 2020)*. hlm: 33-36. Atlantis Press.
- Ghozali, I., & H. Latan, 2016. *Partial Least Square Konsep: Metode dan Aplikasi: Menggunakan Program WarpPLS 5.0 (Edisi Tiga)*. Semarang: Badan Penerbit - Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2017. *A Primer on Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Harsono, L. D., & L. A. Suryana. 2014. Factors Affecting the Use Behavior of Social Media Using UTAUT 2 Model. Telkom University. Telkom Economics and Business School. Artikel dipresentasikan pada *Proceedings of the First Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP14Singapore Conference)*, di Singapore.
- Hartono, J. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Haryono, S. 2016. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. Jakarta: Intermedia Personalia Utama.
- HM, J. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi.
- Igbaria, M., & Iivari, J. 1995. The Effects of Self-Efficacy on Computer Usage. *Omega*, Vol. 23, No. 6, hlm: 587-605.
- Indah, M., & H. Agustin. 2019. Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Untuk Memahami Niat dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, Vol. 1, No. 4, hlm: 1949-1967.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. 2007. How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance. *MIS quarterly*, Vol. 31, No. 4, hlm: 705-737.
- Lubis, M. F. T., & F. Rahmiati. 2019. User Acceptance of Online Travel Agents Agent for Millenials and Gen Z. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 2, hlm: 375-388.
- Marhaeni, G. A. M. M. 2014. Analisis Perilaku Penggunaan Aplikasi Pesan Instan dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, Vol. 1, No. 3, hlm: 42-56.
- Mayanti, R. 2020. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Respons Indonesia Standard sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol. 25, No. 2, hlm:123-135.
- Megadewandanu, S., Suyoto, & Pranowo. 2016. Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2: An Approach from Consumer Perspective. Artikel dipresentasikan pada *2016 2nd International Conference on Science and Technology-Computer (ICST)*, di Yogyakarta, Indonesia.
- Melisa, & Indrawati. 2016. Analysis of Customer Acceptance of Online Travel Agent Technology Using UTAUT2 Model (A Case Study on E-Commerce Traveloka in Indonesia). *Sustainable Collaboration in Business, Technology, Information and Innovation (SCBTII)*, hlm: 115-120.

- Moya, M., Nakalema, S. E., & Nansamba, C. 2017. Behavioural Intention: Mediator of Effort Expectancy and Actual System Usage. *ORSEA JOURNAL*, Vol. 7, No. 1. hlm: 71-86.
- Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda, G. 2016. Mediation Analysis in Partial Least Squares Path Modeling: Helping Researchers Discuss More Sophisticated Models. *Industrial management & data systems*.
- Noermijati. 2010. Kajian Deskriptif tentang Kondisi Faktor Intrinsik dan Ekstrinsik serta Kepuasan Kerja Manajer Menengah-Bawah. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 8, No. 1, hlm: 50-62
- Permana, G. P., & L. P. Dewi. 2019. Analisis Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi OVO Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, hlm: 186-203.
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & D. Ariyanto. 2017. Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 18, No. 2, hlm: 1369-1397.
- Putra, G., & M. Ariyanti. 2013. Pengaruh Faktor-Faktor dalam Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) terhadap Niat Prospective Users Untuk Mengadopsi Home Digital Services PT. Telkom di Surabaya. *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol. 12, No. 4, hlm: 59-76.
- Putranto, A. M., & Y. Pramudiana. 2015. Pengaruh Faktor-faktor Dalam Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Mengadopsi Layanan Wifi PT XYZ Area Jakarta. *eProceedings of Management*, Vol. 2, No. 2, hlm: 1085-1094.
- Putri, N. K. R. D., & I. M. S. Suardikha. 2020. Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Niat dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 30, No. 2, hlm: 540-555.
- Radiansyah, E., & M. Ariyanti. 2017. Analisis Pengaruh Penggunaan Tcash Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tcash di Universitas Telkom. *eProceedings of Management*, Vol. 4, No. 1, hlm: 281-290.
- Raman, A., & Y. Don. 2013. Preservice Teachers' Acceptance of Learning Management Software: An Application of the UTAUT2 Model. *International Education Studies*, Vol. 6, No. 7, hlm: 157-164.
- Ramdhani, A. B., I. Rachmawati, & F. S. A. Prabowo. 2017. Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan UTAUT 2. *eProceedings of Management*, Vol. 4, No. 1, hlm: 53-61.
- Saragih, A. H., & N. U. Septamia. 2019. Analisis Penerimaan Pengguna E-Filing Menggunakan Model Unified Theory Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Kajian Akuntansi*, Vol. 3, No. 1, hlm: 1-17.
- Savitri, N. M. T., & I. D. N. Wiratmaja. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.13, No. 3, hlm: 1120-1136.
- Setiadjie, R. P., & T. Widodo. 2017. Analisis Antecedent Behavioral Intention dan Pengaruhnya Terhadap Use Behavior Pada Layanan Musik Online Berbasis Langganan Di Indonesia: Studi Dengan Menggunakan Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology 2. *eProceedings of Management*. Vol. 4, No. 2, hlm: 1343-1350.
- Setiawan, S. 2020. Tutorial Analisa Parsial Model Persamaan Struktural Dengan Software Smart-PLS Versi 3. Edisi 1.
- Sutanto, I. Ghazali, & R. S. Handayani. 2018. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) Dalam Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, Vol. 15, No. 1, hlm: 37-68.
- Szajna, B. 1994. Software Evaluation and Choice: Predictive Validation of The Technology Acceptance Instrument. *MIS quarterly*, Vol. 18, No. 3, hal: 319-324.
- Trojanowski, M., & J. Kułak. 2017. The Impact of Moderators and Trust on Consumer's Intention to Use a Mobile Phone for Purchases. *Journal of Management and Business Administration*. Central Europe, Vol. 25, No. 2, hlm: 91-116.
- Venkatesh, V., R. H. Smith, M. G. Morris, G. B. Davis, & F. D. Davis. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS quarterly*, Vol. 27, No. 3, hlm: 425-478.
- Venkatesh, V., J. Y. L. Thong, & X. Xu. 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology:

- Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS quarterly*, Vol. 36, No. 1, hlm: 1-43.
- Wibowo, A., & M. Ariyanti. 2016. Perilaku Penggunaan Smartphone Mewah Dengan Menggunakan Model Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, Vol. 3, No. 2, hlm: 1508-1515.
- Widarjono, A.. 2015. Analisis Multivariat Terapan Dengan Program SPSS, AMOS, dan SmartPLS. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widnyana, I. I. D. G. P., & K. Yadnyana. 2015. Implikasi Model UTAUT dalam Menjelaskan Faktor Niat dan Penggunaan SIPKD Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 11, No. 2, hlm: 515-530.
- Widyanto, H. A., K. A. Kusumawardani, & A. Septyawanda. 2020. Encouraging Behavioral Intention to Use Mobile Payment: An Extension of UTAUT2. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1, hlm: 87-97.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. 2010. Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths About Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, Vol. 37, No. 2, hlm: 197-206..



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.