
PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTATION*, *EFFORT EXPECTATION*, *SOCIAL INFLUENCE*, DAN *FACILITATING CONDITION* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PADA PENGGUNA SHOPEEPAY DI JAKARTA

By Venansius Kenny
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
byvenansius.117192040@stu.untar.ac.id

Carunia Mulya Firdausy
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara

Masuk : 06-06-2021 , revisi : 31-07-2021 , diterima untuk diterbitkan : 01-08-2021

Abstract: The behavioral intention of e-wallet users has increased significantly today. This study aims to analyze the influence of performance expectation, effort expectation, social influence, and facilitating conditions on the behavioral intention of ShopeePay users in Jakarta. Methods used to collect the data were by distributing questionnaires as an instrument to one hundred respondents who did their transactions by using ShopeePay in Jakarta. The data was then analyzed by applying the Partial Least Squares (PLS) statistical method. The result showed that the behavioral intention of users who used ShopeePay was influenced by performance expectation, effort expectation, social influence, and facilitating conditions. Therefore, the ShopeePay company needs to pay attention to these four variables to improve the behavioral intention of its users.

Keywords: Behavioral Intention, E-Wallet, ShopeePay, PLS-SEM

Abstrak: *Behavioral intention* dari pengguna dompet digital telah meningkat secara signifikan saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, dan *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* pengguna ShopeePay di Jakarta. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner sebagai instrumen kepada seratus responden yang melakukan transaksi dengan menggunakan ShopeePay di Jakarta. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan metode statistik Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *behavioral intention* pengguna yang menggunakan ShopeePay dipengaruhi oleh *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, dan *facilitating condition*. Oleh karena itu, perusahaan ShopeePay perlu memperhatikan keempat variabel ini untuk meningkatkan *behavioral intention* penggunaannya.

Kata Kunci: *Behavioral Intention*, Dompet Digital, ShopeePay, PLS-SEM

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tren bertransaksi secara digital tidak hanya meningkat ketika pandemi Covid-19 namun telah meningkat selama beberapa tahun terakhir sebelum pandemi. Jumlah volume transaksi uang elektronik di Indonesia meningkat dari 683 juta menjadi 4,6 miliar pada tahun 2016 hingga 2020. Jumlah nominal uang elektronik di Indonesia meningkat dari 7 juta menjadi 204 juta pada tahun 2016 hingga 2020 (Bank Indonesia, 2020).

Saat ini, terdapat banyak penyedia layanan dompet digital di Indonesia. Di antaranya yakni ShopeePay, GoPay, OVO, DANA, dan LinkAja. Adapun hasil survei yang dilakukan oleh JAKPAT, diketahui bahwa banyak dari pengguna dompet digital memiliki lebih dari satu platform dompet digital dalam *smartphone* mereka (Nugroho & Habibi, 2013).

Tingginya perilaku konsumen menggunakan transaksi elektronik dan persaingan perusahaan yang menawarkan cara transaksi melalui elektronik di atas, penting untuk dikaji

behavioral intention dari para pengguna tersebut. Menurut penelitian sebelumnya, bahwa faktor yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* berbeda-beda. Hasil dari penelitian Gupta et al. (2019), Madan dan Yadav (2016), dan Rahi et al. (2019) menemukan bahwa variabel *effort expectation* mempengaruhi variabel *behavioral intention*, namun penelitian Qasim dan Abu-Shanab (2016) menemukan bahwa variabel *effort expectation* tidak mempengaruhi variabel *behavioral intention*. Penelitian Gupta et al. (2019), Qasim dan Abu-Shanab (2016), dan Rahi et al. (2019) menemukan bahwa variabel *social influence* mempengaruhi variabel *behavioral intention*, namun penelitian Madan dan Yadav (2016) menemukan bahwa variabel *social influence* tidak mempengaruhi *behavioral intention*. Penelitian ini bertujuan untuk melengkapi penelitian sebelumnya dengan berfokus pada “Pengaruh *Performance Expectation, Effort Expectation, Social Influence, dan Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention* pada Pengguna ShopeePay di Jakarta”.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji pengaruh *performance expectation* terhadap *behavioral intention* pengguna ShopeePay di Jakarta.
2. Mengkaji pengaruh *effort expectation* terhadap *behavioral intention* pengguna ShopeePay di Jakarta.
3. Mengkaji pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* pengguna ShopeePay di Jakarta.
4. Mengkaji pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* pengguna ShopeePay di Jakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Venkatesh et al. (2003) merumuskan teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu dengan tujuan untuk mengintegrasikan model penerimaan pengguna sistem informasi. Model ini merupakan konsolidasi atas delapan model yang menjelaskan perilaku penggunaan sistem informasi yaitu teori tindakan beralasan, model penerimaan teknologi, model motivasi, teori perilaku perencanaan, teori gabungan perilaku perencanaan atau model penerimaan teknologi, model pemanfaatan PC, teori difusi inovasi, dan teori kognitif sosial.

Dari model tersebut, Ghozali (2020) mendefinisikan *performance expectation* adalah fase dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem maka akan mempengaruhi kinerja pekerjaan. Sedangkan, Ghalandari (2012) mendefinisikan *performance expectation* sebagai pengguna percaya bahwa sistem dapat berdampak pada meningkatnya keuntungan dalam melakukan sesuatu.

Untuk variabel *effort expectation*, Ghozali (2020) mendefinisikan *effort expectation* adalah fase dimana seseorang percaya bahwa sistem dapat mudah digunakan. Sedangkan, Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan *effort expectation* adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi, dengan kata lain pengguna percaya bahwa sistem tidak memerlukan upaya tambahan dalam menggunakannya. Berbeda dengan Venkatesh dan Davis (2000) yang mendefinisikan *effort expectation* sebagai kepercayaan bahwa sistem yang mudah digunakan dapat menimbulkan perasaan nyaman bagi penggunanya.

Untuk variabel *social influence*, Ghozali (2020) mendefinisikan *social influence* adalah fase dimana seseorang merasakan bahwa sistem direkomendasikan oleh orang terdekat. Sedangkan, Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan *social influence* sebagai “sejauh mana pendapat seorang individu penting bagi orang lain untuk menggunakan sistem baru”, ini menunjukkan bahwa seseorang merasa bahwa pentingnya kepercayaan orang lain dalam menggunakan teknologi.

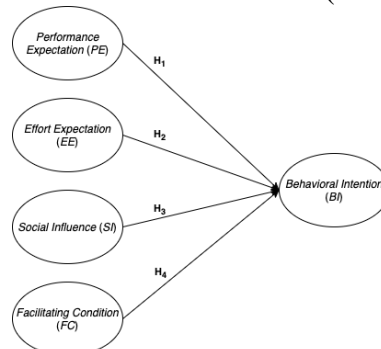
Begitu pula dengan variabel *facilitating condition* dan *behavioral intention*. Ghozali (2020) mendefinisikan *facilitating condition* sebagai fase dimana seseorang merasakan bahwa terdapat infrastruktur organisasi dan teknis untuk mendukung penggunaan sistem. Venkatesh et al. (2003) cenderung mendefinisikan *facilitating condition* sebagai “tingkat keyakinan

seseorang bahwa infrastruktur perusahaan dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem”. Ghozali (2020) mendefinisikan *behavioral intention* adalah peran dari sikap dan norma subyektif terhadap perilaku yang seseorang. Berbeda dengan Mowen dan Minor (2002) mendefinisikan *behavioral intention* adalah tekad pelanggan untuk memiliki, menggunakan atau membuang suatu barang atau jasa. Definisi dan konsep yang diungkapkan diatas digunakan dalam penelitian ini.

Kerangka Penelitian

Penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Performance Expectation* (PE), *Effort Expectation* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Behavioral Intention* (BI) (Gambar 1).

Gambar 1
Kerangka Pemikiran
Sumber: Venkatesh et al. (2003)



Berdasarkan kerangka pemikiran maka terdapat 4 hipotesis yang diuji dalam penelitian ini yaitu:

- H₁. *Performance Expectation* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.
- H₂. *Effort Expectation* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.
- H₃. *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.
- H₄. *Facilitating Condition* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong jenis penelitian deskriptif. Hal ini karena penelitian ini mengkaji variabel-variabel yang mendeskripsikan karakteristik behavioral intention dari pengguna ShopeePay di Jakarta.

Variabel Penelitian

Variabel independen adalah *Performance Expectation*, *Effort Expectation*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*, sedangkan variabel dependen yakni *Behavioral Intention*.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna ShopeePay di Jakarta. Namun karena jumlah populasi pengguna ShopeePay ini tidak diperoleh, maka menggunakan *non-probability sampling method* khususnya *convenience sampling* pada 100 pengguna ShopeePay. Instrumen yang digunakan yakni kuesioner yang disebarkan kepada 100 sampel melalui fitur obrolan pada Shopee, fitur pesan langsung dan Instagram Story pada Instagram, dan fitur obrolan pada Whatsapp.

Teknik Analisis Data

Uji analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SEM (Structural Equation Model) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.3.2. PLS adalah metode berbasis varians untuk memperkirakan model persamaan struktural. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan varians yang dijelaskan dari variabel laten dependen (Hair, Jr. et al., 2016).

HASIL DAN KESIMPULAN

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0.60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel reliabel secara reliabilitas konsistensi internal.

Tabel 1
Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Performance Expectation	0.836
Effort Expectation	0.897
Social Influence	0.888
Facilitating Condition	0.835
Behavioral Intention	0.962

Sumber: Data diolah dari kuesioner, 2020

Analisis Data

Hasil *bootstrapping* menunjukkan bahwa variabel *performance expectation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dengan *path coefficient* sebesar 0.278 dan t-Statistic sebesar 2.918, variabel *effort expectation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dengan *path coefficient* sebesar 0.220 dan t-Statistic sebesar 2.175, variabel *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dengan *path coefficient* sebesar 0.187 dan t-Statistic sebesar 2.582, variabel *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* dengan *path coefficient* sebesar 0.292 dan t-Statistic sebesar 2.774 (Tabel 2).

Tabel 2
Hasil PLS Bootstrapping

Variabel	Path Coefficients	t-Statistic
Performance Expectation → Behavioral Intention	0.278	2.918
Effort Expectation → Behavioral Intention	0.220	2.175
Social Influence → Behavioral Intention	0.187	2.582
Facilitating Condition → Behavioral Intention	0.292	2.774

Sumber: Data diolah dari kuesioner, 2020

Koefisien Determinasi (R²)

Untuk koefisien determinasi, diperoleh hasil bahwa variabel *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, dan *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai R² sebesar 0.556 atau moderat karena lebih dari 0.50 dan kurang dari 0.75, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *behavioral intention* dapat dijelaskan sebesar 55.6% (moderat) (Tabel 3).

Tabel 3
Nilai Koefisien Determinasi (R²)

Variabel	R ²
Behavioral Intention	0.556

Sumber: Data diolah dari kuesioner, 2020

Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis diperoleh bahwa seluruh hipotesis diterima (Tabel 4). Hal ini ditunjukkan dari nilai t-Statistic hitung tiap variabel yang lebih dari nilai t-Statistic tabel dan memiliki nilai *path coefficient* positif.

Tabel 4
Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Isi Hipotesis	Hasil
H ₁	Performance expectation memiliki pengaruh positif terhadap behavioral intention	Diterima
H ₂	Effort expectation memiliki pengaruh positif terhadap behavioral intention	Diterima
H ₃	Social influence memiliki pengaruh positif terhadap behavioral intention	Diterima
H ₄	Facilitating condition memiliki pengaruh positif terhadap behavioral intention	Diterima

Sumber: Data diolah dari kuesioner, 2020

Hasil hipotesis sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Gupta et al. (2019), Mansoori et al. (2018), McKeown dan Anderson (2016), dan Tai dan Ku (2013). Artinya dalam konteks penggunaan dompet digital, individu akan cenderung lebih memilih dompet digital yang memiliki nilai kegunaan dan efisiensi yang tinggi, mudah untuk digunakan atau dioperasikan, direkomendasikan oleh orang-orang disekitarnya, dan kompatibilitas serta kesesuaian perangkat yang digunakan.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yakni *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, dan *facilitating condition* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Namun keempat variabel ini hanya dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap *behavioral intention* sebesar 55.6%.

Saran

Bagi perusahaan ShopeePay, perlu memperhatikan variabel *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, dan *facilitating condition* agar dapat meningkatkan *behavioral intention* dari pengguna ShopeePay.

Bagi akademisi penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan variabel lain di luar variabel pada penelitian ini, misalnya *perceived credibility*, *perceived trust*, *perceived regulatory support*, dan *promotional benefits*. Selain itu, dapat menambahkan beberapa variabel mediasi maupun moderasi yang relevan. Hal ini dimaksudkan untuk menajamkan faktor yang berpengaruh *behavioral intention* pengguna ShopeePay.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2020). *Jumlah uang elektronik beredar*.
https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Documents/TABEL_5e.pdf
- Ghalandari, K. (2012). The effect of e-service quality on e-trust and e-satisfaction as key factors influencing creation of e-loyalty in e-business context: The moderating role of situational factors. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(12), 12847–12855. [https://www.textroad.com/pdf/JBASR/J. Basic. Appl. Sci. Res., 2\(12\)12847-12855, 2012.pdf](https://www.textroad.com/pdf/JBASR/J. Basic. Appl. Sci. Res., 2(12)12847-12855, 2012.pdf)
- Ghozali, I. (2020). *25 grand theory - 25 teori besar ilmu manajemen, akuntansi dan bisnis (Untuk landasarn teori skripsi, tesis dan disertasi)*. Yoga Pratama.
- Gupta, K. P., Manrai, R., & Goel, U. (2019). Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: Extending UTAUT with perceived credibility. *Journal of Asia Business Studies*, 13(2), 173–195. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111>
- Hair, Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE.
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: A developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Mansoori, K. A. Al, Sarabdeen, J., & Tchantchane, A. L. (2018). Investigating Emirati citizens' adoption of e-government services in Abu Dhabi using modified UTAUT model. *Information Technology and People*, 31(2), 455–481. <https://doi.org/10.1108/ITP-12-2016-0290>
- McKeown, T., & Anderson, M. (2016). UTAUT: capturing differences in undergraduate versus postgraduate learning? *Education and Training*, 58(9), 945–965. <https://doi.org/10.1108/ET-07-2015-0058>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku konsumen* (D. K. Yahya (trans.); 5th ed., Vol. 2). Erlangga.
- Nugroho, K. W., & Habibi, I. (2013). *Melejitnya pengguna digital wallet di masa pandemi*. KumparanBISNIS. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/melejitnya-pengguna-digital-wallet-di-masa-pandemi-1vNFqjo24DI/full>

- Qasim, H., & Abu-Shanab, E. (2016). Drivers of mobile payment acceptance: The impact of network externalities. *Information Systems Frontiers, 18*(5), 1021–1034. <https://doi.org/10.1007/s10796-015-9598-6>
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alghizzawi, M., & Alnaser, F. M. (2019). Integration of UTAUT model in internet banking adoption context: The mediating role of performance expectancy and effort expectancy. *Journal of Research in Interactive Marketing, 13*(3), 411–435. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0032>
- Tai, Y. M., & Ku, Y. C. (2013). Will stock investors use mobile stock trading? A benefit-risk assessment based on a modified utaut model. *Journal of Electronic Commerce Research, 14*(1), 67–84.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science, 46*(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems, 27*(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>