

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Studi Sebelumnya

Cahyani & Dewi [6] bertujuan untuk menjabarkan niat & perilaku penggunaan uang elektronik dengan metode *UTAUT2*. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Badung. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan menggunakan 255 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner baik secara *offline* dan *online* kepada pengguna uang elektronik di Kabupaten Badung. Teknik analisis data menggunakan *SEM-PLS*. Membuktikan bahwa faktor dampak masyarakat, fasilitas pendukung, nilai harga, serta kebiasaan berkolerasi tinggi pada niat penggunaan uang elektronik. Sementara itu, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan motivasi berkolerasi rendah pada niat penggunaan uang elektronik. Sedangkan, fasilitas pendukung, kebiasaan, dan niat penggunaan signifikan positif pada perilaku penggunaan uang elektronik.

Dila & Kristina [7] bertujuan untuk mengetahui aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi penerimaan dan minat menggunakan dompet digital OVO sehingga dapat mengoptimalkan pelayanan kepada pengguna OVO. Penelitian ini menggunakan metode *UTAUT2*. Penelitian ini menggunakan 100 sampel responden Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode pengolahan data yang digunakan adalah metode *PLS-SEM* dengan bantuan *software* smartPLS versi 2.0 dan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS versi 16.0. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivations*, dan *price value* signifikan positif terhadap *behavioral intention*. Sedangkan variabel independen lainnya seperti *performance expentancy*, *effort expentancy*, dan *habit* signifikan negatif terhadap *behavioral intention*. Sementara itu, *facilitating conditions*, *habit* dan *behavioral intention* signifikan positif terhadap *use behavior*.

Sabarkhah [8] bertujuan untuk melakukan pengujian konstruk metode UTAUT2 yang berpengaruh terhadap penerimaan pengguna uang elektronik di Tangerang Selatan. Metode analisa data yang digunakan adalah *SEM-PLS*. Hasil penelitian ini membuktikan BI dan UB pengguna uang elektronik di Tangerang Selatan sebesar 87,6 persen dan 26,1 persen. Dari 12 hipotesis yang digunakan ada 2 hipotesis yang tidak memenuhi syarat yaitu SI dan FC pada BI. Sementara itu, penggunaan *e-money* di Tangerang Selatan 60 persen baru menggunakan uang elektronik dari kurun waktu 1 tahun – 2 tahun dengan nominal yang tidak cukup digunakan dalam satu minggu.

Ansor [2] bertujuan untuk menguji analisis penerimaan teknologi bank digital. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori untuk pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan konstruk yang ada didalam UTAUT2, antara lain *performance expentancy*, *effort expentancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value* dan *habit*. Selain, 7 konstruk yang ada didalam UTAUT2. Penulis menambahkan *security* untuk melihat apakah faktor *security* merupakan aspek paling krusial dalam dunia keuangan. Membuktikan bahwa *habit* dan *security* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Sedangkan, *performance expentancy*, *effort expentancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation* dan *price value* ditolak.

Andrianto [7] menganalisa aspek-aspek yang berpengaruh terhadap niat penggunaan *e-wallet* DANA dengan menggunakan UTAUT2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *performance expentancy*, *effort expentancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value* dan *habit* terhadap *behavior intention* dengan menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *price value* berpengaruh terhadap *behavior intention*. Sedangkan *performance expentancy*, *effort expentancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation* dan *habit* ditolak. Dalam penelitian ini memiliki kendala yaitu kurangnya responden dibandingkan penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian di atas, berikut rangkuman serta perbandingan dari penelitian sebelumnya yang dapat dilihat pada tabel 2.1.



Tabel 2.1 Studi Sebelumnya

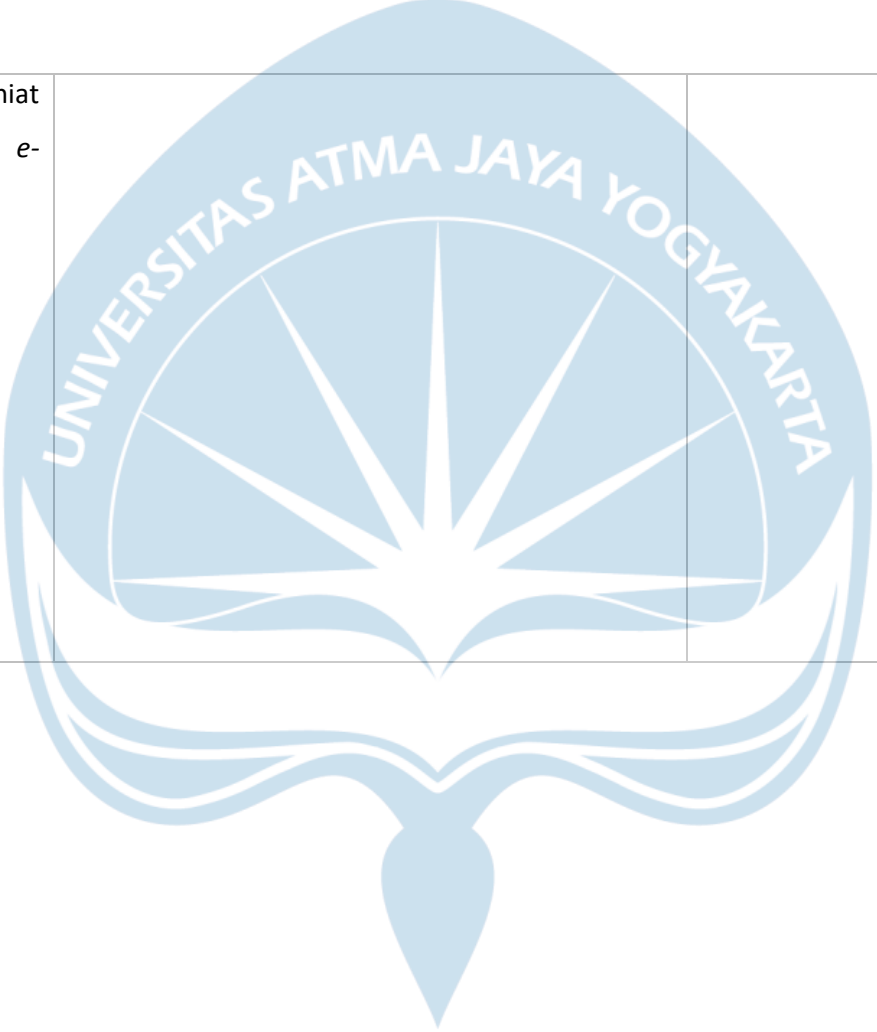
No	Peneliti	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil
1.	Cahyani & Dewi [6].	Menjabarkan niat & perilaku penggunaan uang elektronik.	PE,EE,SI, FC,HM,PV, HT,BI dan UB.	UTAUT2.	Membuktikan bahwa faktor dampak sosial budaya, kondisi yang memfasilitasi, nilai harga, serta kebiasaan berpengaruh signifikan positif pada niat penggunaan uang elektronik. Sementara itu, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan motivasi signifikan negatif pada niat penggunaan uang elektronik. Sedangkan, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan niat penggunaan signifikan positif pada perilaku penggunaan uang elektronik.
2.	Dila & Kristina [7]	Menguji aspek-aspek apa saja yang berpengaruh	PE, EE, SI,FC, HM, PV dan HT. BI dan UB.	UTAUT2.	Membuktikan dampak masyarakat, fasilitas yang mendukung, motivasi hedonis, dan nilai harga signifikan positif terhadap niat perilaku. Sedangkan variabel independen lainnya seperti harapan kinerja,

No	Peneliti	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil
		pada adopsi penggunaan dompet digital OVO.			harapan usaha, dan kebiasaan signifikan negatif terhadap <i>behavioral intention</i> . Sementara itu, fasilitas yang mendukung, kebiasaan dan niat perilaku signifikan positif terhadap niat penggunaan.

No	Peneliti	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil
3.	Sabarkhah [8].	Menguji variabel dari metode yang terdapat pada UTAUT2.	<i>Performance expentancy, effort expentancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, perceived trust dan perceived security, behavioral intention dan use behavior.</i>	UTAUT2.	Membuktikan bahwa BI dan UB pengguna dalam menggunakan <i>e-money</i> di Tangerang Selatan sebesar 87,6 persen dan 26,1 persen. Kemudian dari 12 hipotesis yang digunakan terdapat 2 hipotesis yang ditolak yaitu SI dan FC terhadap BI. Sedangkan, hasil penggunaan uang elektronik di Tangerang Selatan 60 persen baru

					menggunakan uang elektronik selama 1 tahun – 2 tahun dengan nominal yang tidak cukup digunakan dalam satu minggu.
4.	Ansor [2].	Menguraikan aspek-aspek apa saja yang mempengaruhi minat dan penerimaan bank digital.	harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh budaya, kebiasaan, keamanan dan niat perilaku.	UTAUT2.	Membuktikan bahwa kebiasaan dan keamanan berkolerasi tinggi terhadap niat perilaku. Sedangkan, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh budaya dan keamanan berkolerasi rendah.

No	Peneliti	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil
5.	Andrianto [9].	Menganalisa aspek-aspek yang berpengaruh	<i>Performance expentancy, effort expentancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, habit dan behavior intention.</i>	UTAUT2.	Membuktikan bahwa <i>performance expentancy, effort expentancy, social influence, facilitating conditions,</i>



		terhadap niat penggunaan e-wallet DANA.			<i>hedonic motivation, price value dan habit terhadap behavior intention dengan menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa price value berpengaruh terhadap behavior intention. Sedangkan performance expentancy, effort expentancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation dan habit ditolak</i>
--	--	---	--	--	--

2.2. Dasar Teori

2.2.1. Blu

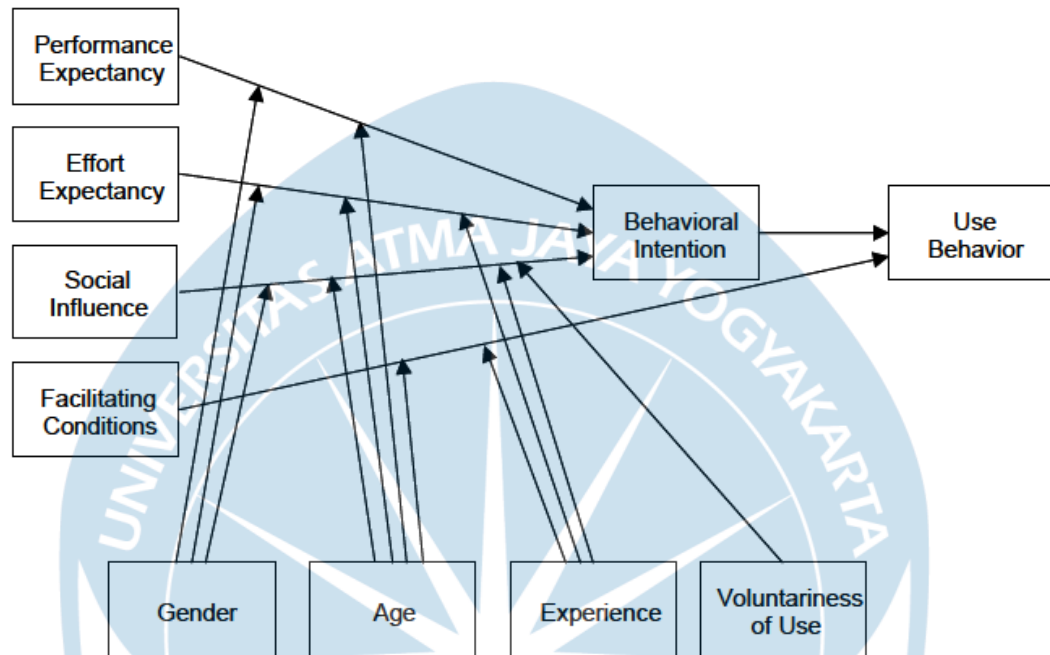
Blu merupakan sebuah produk layanan yang dikembangkan oleh PT Bank Digital BCA (Anak perusahaan PT. Bank Central Asia) untuk memberikan layanan kepada nasabah melalui jaringan internet [3]. Blu dapat diakses melalui Google Play Store dan App Store. Menurut Lanny Budiarti selaku direktur Bank Digital BCA, setelah diluncurkan pada Juli tahun 2021. Pengguna blu telah mencapai lebih dari 1 juta pengguna, pengguna blu rata-rata berada di usia 17 tahun – 35 tahun. Jumlah tersebut mencapai 40 persen dari total pengguna. Meningkatnya pengguna blu disebabkan oleh fitur yang terdapat didalamnya dapat memenuhi kebutuhan pengguna, khususnya anak muda.

Blu menyediakan beberapa fitur, seperti pembukaan rekening secara online, alokasi dana tabungan ke sepuluh akun rekening yang berbeda, agar nasabah dapat memisahkan pendapatan sesuai dengan kebutuhan masing-masing (bluSaving), akun rekening bersama yang dikelola oleh 1 orang admin (bluGether) dan deposito yang dapat di *top up* (bluDeposit) [4]. Selain itu, selama tahun 2022 blu menambahkan 12 fitur terbaru untuk mempermudah transaksi sehari-hari nasabah seperti bluVirtual Card, blUndian (*Lucky Draw*), bluGift ke sesama blu dan bank lain, bluSaving/bluGether to 2 accounts, pembukaan rekening tanpa video call, BI Fast, Pre-Login Page, Dashboard Revamp & Insight Menu, Notifikasi bluSound, Tracker Revamp, Add new payment / purchase billers, Chat direct to WA haloblu, Peek balance, dan QRIS shortcut [11].

2.2.2. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology atau UTAUT merupakan sebuah teori penerimaan dan penggunaan teknologi yang dirancang Venkatesh [12]. UTAUT dikembangkan dari 8 metode pengukuran adaptasi teknologi, 8 metode tersebut antara lain *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivational Model (MM)*, *Theory of Planned Behavior*

(TPB), *Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)*, *Model of PC Utilization (MPCU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)* dan *Social Cognitive Theory (SCT)*. Berikut merupakan kerangka penelitian dari *UTAUT*, yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.

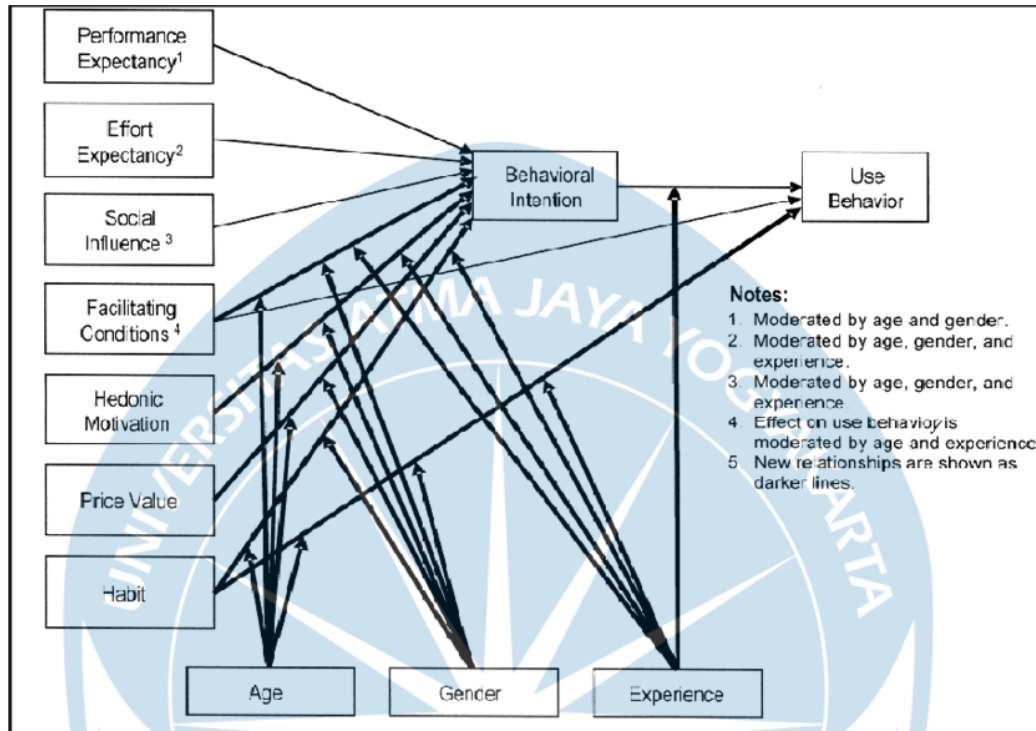


Gambar 2.1 Kerangka Penelitian UTAUT [10]

Unified Theory of Acceptance and Use Technology memiliki 4 variabel, 3 variabel berhubungan dengan niat perilaku yang terdiri atas harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh budaya dan satu variabel pendukung kondisi yang mendukung berpengaruh terhadap perilaku penggunaan. Selain empat variabel yang disebutkan di atas, terdapat empat moderator yaitu orientasi seks, umur, pengetahuan dan relawan.

Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT2) merupakan pengembangan lebih lanjut dari *UTAUT*. *UTAUT2* diperkenalkan oleh Venkatesh et al pada tahun 2012 [6] untuk menyempurnakan model sebelumnya (*UTAUT*), dikarenakan *UTAUT* mendapatkan banyak masukan karena perbedaan kultur, wilayah dan ilmu pengetahuan, dengan menambah 3 variabel yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. Selain itu, moderator *voluntariness of use*

dihapus. Di bawah ini merupakan kerangka penelitian *UTAUT2*, yang dapat dilihat pada Gambar 2.2.



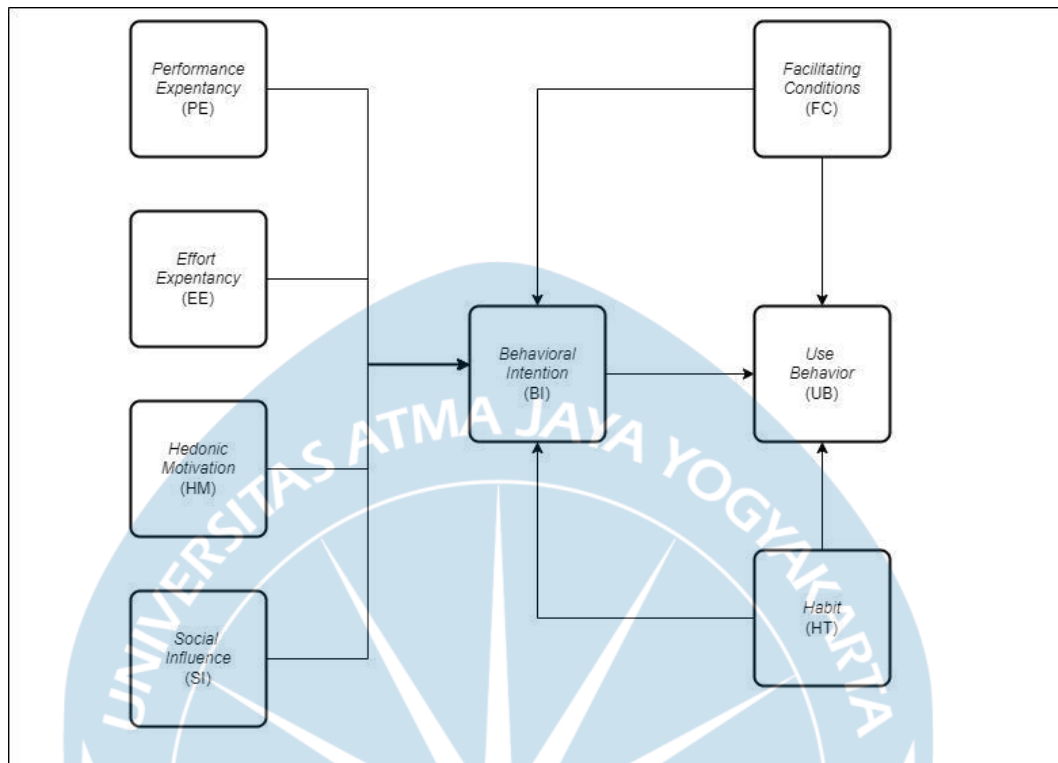
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian *UTAUT2* [6]

Harapan kinerja merupakan harapan pengguna dalam menggunakan sebuah teknologi, di mana sebuah penggunaan teknologi diharapkan bermanfaat. Harapan usaha merupakan kemudahan yang diberikan oleh pengembang, sehingga pengguna dapat menghemat biaya dan waktu. Pengaruh budaya yang berhubungan dengan tingkat kepercayaan pengguna terhadap teknologi baru. Kondisi yang mendukung merupakan kondisi / fasilitas yang mendukung penggunaan sistem tersebut. Motivasi hedonis yang berhubungan dengan rasa senang ketika menggunakan teknologi tersebut. Nilai harga merupakan timbal balik yang didapatkan dari suatu teknologi dengan biaya yang harus dikeluarkan. Kebiasaan merupakan sejauh mana pengguna cenderung melakukan perilaku secara otomatis.

2.2.3. Perancangan Model dan Hipotesis

Berdasarkan yang sudah di jelaskan dalam dasar teori, bahwa *UTAUT2* merupakan lanjutan dari versi terdahulunya, dikarenakan metode *UTAUT2* menjelaskan penerimaan suatu teknologi berdasarkan dari sisi pengguna [7], dalam metode *UTAUT2* terdapat 7 konstruk yaitu *Performance Expentancy* (Ekspektasi Kinerja), *Effort Expentancy* (Ekspektasi Usaha), *Social Influence* (Pengaruh Sosial), *Facilitating Condition* (Kondisi yang mendukung), *Hedonic Motivation* (Hedonis Motivation), *Price Value* (Nilai Harga), dan *Habit* (Kebiasaan) yang berperan sebagai variabel independen. Selain terdapat 7 konstruk penelitian tersebut, terdapat pula 3 variabel moderator yaitu *Gender* (Jenis Kelamin), *Age* (Usia), dan *Experience* (Pengalaman) dan variabel *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) dan *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) yang berperan sebagai variabel dependen.

Dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan variabel moderator yaitu orientasi seks, umur , dan pengetahuan dikarenakan variabel moderator tidak berpengaruh signifikan [2]. Dari modifikasi yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diusulkan model penelitian yang akan digunakan. Berikut ini merupakan gambar usulan model penelitian ini yang dapat dilihat pada Gambar 2.3.



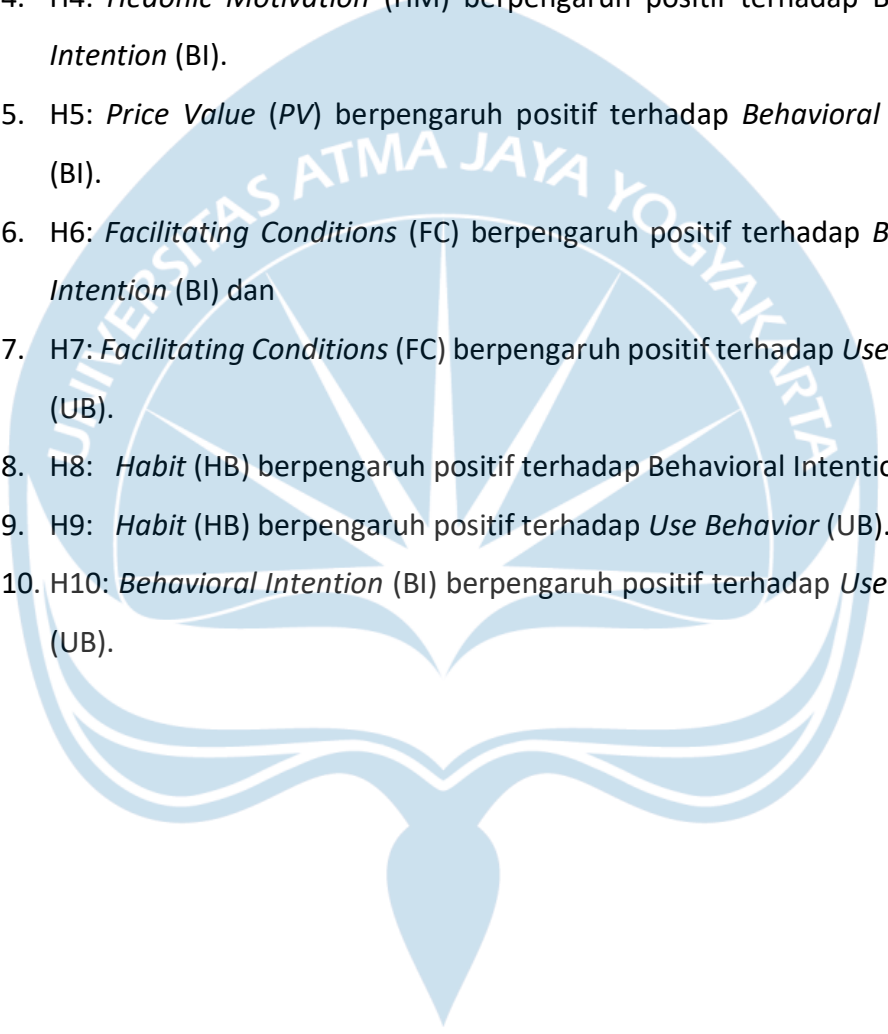
Gambar 2.3 Usulan Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian yang telah diusulkan sebelumnya, dapat diketahui bahwa terdapat 7 konstruk penelitian yaitu Ekspektasi Kinerja (PE), Ekspektasi Usaha (EE), Pengaruh Sosial (SI), Motivasi Hedonis (HM), Nilai Harga (PV), Kondisi yang mendukung (FC), dan Habit (HT) yang berperan sebagai variabel independen. Sementara itu, terdapat 2 variabel yang berperan sebagai variabel dependen yaitu Niat Perilaku (BI) dan Perilaku Penggunaan (UB)

Selain itu, pada gambar usulan model penelitian terdapat garis jalur yang menghubungkan antar variabel, garis jalur yang menghubungkan antar variabel tersebut memiliki makna sebagai hipotesis sebagai hipotesis penelitian.

Berikut ini uraian hipotesis berdasarkan model penelitian. Sebagai berikut :

1. H1: *Performance Expentancy (PE)* berpengaruh positif *Behavioral Intention (BI)*.

- 
2. H2: *Effort Expentancy* (EE) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI).
 3. H3: *Social Influence* (SI) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI).
 4. H4: *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI).
 5. H5: *Price Value* (PV) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI).
 6. H6: *Facilitating Conditions* (FC) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI) dan
 7. H7: *Facilitating Conditions* (FC) berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (UB).
 8. H8: *Habit* (HB) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*
 9. H9: *Habit* (HB) berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (UB).
 10. H10: *Behavioral Intention* (BI) berpengaruh positif terhadap *Use Behavior* (UB).