

**ANALISIS PENGGUNAAN METODE PEMBAYARAN
SELULER SHOPEEPAY DENGAN PENDEKATAN MODEL
*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF
TECHNOLOGY (UTAUT)***

Studi Kasus

Behavioral Intention Pengguna ShopeePay di Kota Batam

MUHAMMAD FAKHRI RACHMAN¹, BAMBANG HENDRAWAN²

¹*Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Jl. Ahmad Yani Batam Kota Kepulauan Riau, Indonesia.*

Gmail : fakhri0602@gmail.com¹, benks@polibatam.ac.id²

ABSTRACT : *The purpose of this research is to find out and analyze the use of ShopeePay payment methods in Batam City with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model approach. The author's reason for doing research in Batam City is to look at the behavioral intention or interest of exploiting the use of ShopeePay as a digital payment transaction platform. The type of research approach carried out is descriptive-quantitative. The study used a survey method by spreading a questionnaire among 100 respondents, as well as purposive sampling. Analysis method with a double linear regression analysis approach. The results of the study showed that performance expectancy variables, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions, both partially and jointly, have a positive and significant influence on behavioral intention in the use of ShopeePay in Batam.*

Keywords : *ShopeePay, UTAUT, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, and Behavioral Intention.*

ABSTRAK : Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui serta melaksanakan analisis penggunaan metode pembayaran ShopeePay di Kota Batam memakai pendekatan model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). Alasan penulis melaksanakan penelitian di Kota Batam adalah untuk melihat niat perilaku/ minat pemanfaatan penggunaan ShopeePay sebagai platform transaksi pembayaran digital. Jenis pendekatan penelitian yang dilaksanakan ialah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini memakai metode survei melalui penyebaran kuisioner sebanyak 100 responden, serta memakai metode purposive sampling. Metode analisis dengan pendekatan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian memperlihatkan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, serta *facilitating condition* baik secara parsial maupun bersama-sama, menyumbang pengaruh positif serta signifikan pada *behavioral intention* dalam penggunaan ShopeePay di Batam.

Kata Kunci : *ShopeePay, UTAUT, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, dan Behavioral Intention.*

1. Pendahuluan

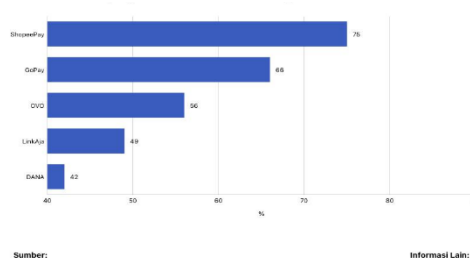
Saat ini, teknologi pembayaran sudah mengalami perubahan dari pembayaran tunai menjadi non tunai yang dikenal dengan sistem *cashless*. Berdasarkan, persentase transaksi nontunai di beberapa negara maju sudah melebihi 50% dari seluruh transaksi. Namun kenyataannya di Indonesia, penggunaan transaksi nontunai masih sangat rendah dibandingkan negara lain. Indonesia mempunyai populasi melampaui 264,16 juta jiwa, namun hanya sebagian masyarakat yang memakai pembayaran digital sebagai *platform* transaksi non tunai. Peluang ini sangat membantu keuangan industri di Indonesia untuk mengembangkan layanan keuangan dengan melaksanakan transaksi *mobile payment* yang sangat memungkinkan pengguna untuk melaksanakan transaksi suatu produk dengan *smartphone* mereka.

Perusahaan *fintech* mengeluarkan produk pembayaran seluler seperti *QR Code*, NFC, dan kode OTP. Dalam melaksanakan pembayaran digital memakai *smartphone*, pengguna terlebih dahulu harus mempunyai uang digital atau *e-wallet*. Dompet elektronik atau yang biasa dikenal dengan *e-wallet* adalah perangkat aplikasi atau fitur yang diinovasikan untuk memudahkan pengguna saat melaksanakan transaksi. Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan *cash finance* menyatakan bahwa ShopeePay tercatat sebagai *mobile wallet* yang sering dipakai untuk bertransaksi. ShopeePay mempunyai fitur *mobile wallet* yang dapat dipakai sebagai metode pembayaran online diplatform Shopee, offline merchant ShopeePay, dan untuk menampung refund.

PT. Airpay Internasional Indonesia adalah pencipta produk ShopeePay, yang sudah didaftarkan dan diberi izin oleh Bank Indonesia untuk menerbitkan uang elektronik, lembaga keuangan digital, dompet elektronik, serta layanan transfer dana. ShopeePay dipakai untuk membayar pembelian melalui *platform* Shopee, karena Shopee mengklaim bahwa 45% transaksinya di *platform* Shopee dibayar memakai ShopeePay. Survei memperlihatkan terkait ShopeePay

memegang pangsa terbesar (48%), bersaing dengan OVO (46%). Dihimpun dari DataIndonesia.id (2021), survei yang dilaksanakan Data Books terhadap penetrasi pengguna dompet digital di Indonesia pada tahun 2022 memperlihatkan terkait ShopeePay merupakan *e-wallet* yang kerap dipakai di Indonesia. ShopeePay mencapai 75%, disusul Gopay dengan 66%, OVO dengan 56%, Link Aja dengan 49%, dan Dana 42%.

Gambar 1 Data Pengguna E-wallet



Sumber : Data Books, 2022

Pada bulan Juni 2023, ShopeePay lebih sering dipakai jika dibandingkan dengan GoPay dan OVO. Kondisi itu dapat dilihat dari Riset Data Books. Pada bulan Juli menduduki presentasi 63%, dan dibulan Agustus 2023 naik peringkat ke 70%. Pengguna ShopeePay tumbuh jauh lebih cepat daripada pembayaran seluler lainnya di Indonesia.

Tabel 1 Presentase Fintech E-wallet di bulan Juni dan Agustus 2023

Fintech	Juni (%)	Agustus (%)
Shopeepay	63	70
OVO	55	65
GoPay	67	59
Dana	60	56
LinkAja	30	35

Sumber : Data Books, 2023

Dengan pertumbuhan ShopeePay yang cepat, banyak orang yang berminat untuk memakainya sebagai alat transaksi. Data tersebut memperlihatkan kemungkinan adanya perubahan preferensi konsumen dalam memakai *mobile payment*, dari *mobile payment* lainnya menjadi ShopeePay. Pada tahun 2020 menguasai pangsa pasar kuartal II sebanyak 2,8 juta

transaksi. Sedangkan pada tahun 2021 pada kuartal II transaksi ShopeePay mendapatkan 38% pangsa pasar. Serta tahun 2022, transaksi yang diperoleh ShopeePay di kuartal I sebanyak 64%. Pada kuartal III ditahun 2023 ShopeePay melesat sampai dengan 30%. Pada Kota Batam sendiri tiap pengguna ShopeePay juga sangat banyak dan digandrungi oleh berbagai kalangan. Sehingga alasan peneliti melaksanakan penelitian di Kota Batam adalah untuk melihat niat perilaku/ minat pemanfaatan penggunaan ShopeePay sebagai *platform* transaksi pembayaran digital.

Selain itu Kota Batam sendiri juga merupakan salah satu Kota dengan pusat perbelanjaan yang tinggi, sehingga memungkinkan makin banyaknya mitra ShopeePay di Kota Batam. Pasti semakin tinggi pula peluang masyarakat untuk memakai ShopeePay sebagai media pembayaran non tunai karena kemudahannya dalam bertransaksi. Kondisi itu, bisa dilihat dari niat perilaku/ minat pemanfaatan dari tiap individu ketika memakai ShopeePay sebagai dompet digital yang membantu aktivitasnya tiap hari dalam bertransaksi. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi preferensi dan penerimaan shopeepay, peneliti akan mencoba menganalisisnya dengan memakai pendekatan memakai *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* atau UTAUT.

Model ini dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2003) yang melaksanakan penelitian serta terbentuklah model teori UTAUT mengenai penerimaan teknologi informasi atau *e-commerce* yang sudah kerap dipakai sebagai dasar penelitian, guna mengetahui apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi yang berbeda di negara-negara tertentu. Pada model UTAUT ini nantinya dipakai untuk melihat fenomena penggunaan teknologi secara terpadu oleh pengguna ShopeePay yang ada di Kota Batam. Dibandingkan dengan teori/model *Technology Acceptance Model* (TAM) sebelumnya, UTAUT memberikan pemahaman yang lebih baik terkait varians niat perilaku/minat pemanfaatan pengguna ShopeePay yang ada di Kota Batam untuk memakai teknologi tertentu.

Rumusan masalah yang dipunyai ialah mengacu latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah yakni bagaimana penggunaan metode pembayaran shopeepay di Kota Batam dengan pendekatan model UTAUT.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui serta melaksanakan analisis penggunaan metode pembayaran ShopeePay di Kota Batam dengan pendekatan model UTAUT. Serta mempunyai manfaat secara teoritis dan praktis. Yaitu untuk meningkatkan ilmu pengetahuan bagi penelitian sejenis dan Bagi PT. Airpay Internasional Indonesia sebagai pencipta produk ShopeePay.

Dimana pada aplikasi ShopeePay ini semakin banyak dipakai oleh seseorang guna untuk melaksanakan transaksi pembayaran. Ini juga sangat menguntungkan pihak e-commerce Shopee, terutama ShopeePay. Pada batasan masalah ini, peneliti berfokus kepada individu yang mempunyai usia minimal 17 tahun dan sudah pernah melaksanakan transaksi ShopeePay melampaui satu kali pada tahun 2023 sebagai mobile payment.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pembayaran Seluler

Sistem pembayaran seluler atau mobile payment diartikan sebagai layanan keuangan yang diakses melalui perangkat seluler seperti telepon seluler, frekuensi radio, personal digital assistant, *packet assembler/disassembler*, dan *Near-field Communication* (NFC). Sistem pembayaran barang dan jasa dimanapun dan kapanpun mereka inginkan. Kelebihan pembayaran mobile adalah kemudahan penggunaan, tidak perlu dicolokkan ke saluran listrik atau saluran telepon, portabel, dan tidak memerlukan kertas. (Venansius Keny, Carunia Mulya Firdausy - 2021, n.d.). Kondisi itu memungkinkan pengguna untuk membayar tagihan dan pembayaran lainnya dengan mudah dan nyaman kapanpun dan dimanapun.

Pembayaran seluler memberikan inisiatif loyalitas tertentu, sehingga menciptakan strategi pemasaran dengan mendokumentasikan penjualan dan maka sebabnya meningkatkan bisnis. Namun, pembayaran

seluler mempunyai kekurangan, salah satunya pengguna harus mempunyai akses ke ponsel dengan modem atau koneksi internet untuk memberikan fasilitas transaksi bisnis dan mengizinkan pengguna untuk membayarnya. (Kurnianingsih, 2022)

2.2 UTAUT (*Unified Theory of Acceptance And Use of Technology*)

Penerimaan penggunaan teknologi informasi sangat penting untuk keberhasilan perusahaan menerapkan teknologi baru. Untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi, peneliti mengajukan banyak teori seperti TAM (*Technology Acceptance Model*), IDT (*Innovation Diffusion Theory*), dan DTPB (*Decomposed Theory of Planned Behavior*). (Fadhilah & Setiawardani, 2022)

Teori-teori ini sudah memeriksa berbagai aspek penerimaan teknologi baru dan penelitian tentang penerimaan teknologi yang sangat diperkaya. Pada saat yang sama, sangat sulit untuk membandingkan hasil yang berbeda ini. (Hafifah et al., 2022). Penerimaan dan penggunaan dipengaruhi oleh empat komponen utama, serta perilakunya yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*. UTAUT menjelaskan terkait harapan pengguna, harapan upaya, pengaruh sosial, serta kondisi yang memfasilitasi sebagai 4 faktor utama, secara signifikan mempengaruhi penerimaan pengguna teknologi informasi. (Risman & Budiarti, 2023)

Karena UTAUT mengacu pada delapan teori, maka keempat faktor tersebut tidak sepenuhnya baru dan diadaptasi dari faktor yang sudah ada. Lebih khusus lagi, *performance expectancy* serupa pada manfaat yang dirasakan dari TAM (*Technology Acceptance Model*), dan keuntungan relatif dari IDT (*Innovation Diffusion Theory*).

Kemudahan penggunaan yang dirasakan mirip dengan kemudahan penggunaan TAM (*Technology Acceptance Model*), dan kompleksitas IDT (*Innovation Diffusion Theory*). Pengaruh sosial mirip dengan norma subjektif TRA (*Theory Of Reasoned Action*) dan TPB (*Theory Of Planned Behavior*). Kondisi fasilitasi mirip dengan persepsi kontrol

perilaku TPB (*Theory Of Planned Behavior*).

1. *Performance Expectancy*

Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai manfaat yang diharapkan dan dapat memberikan teknologi kepada pengguna saat mereka memakainya untuk melaksanakan aktivitas

2. *Effort Expectancy*

Tingkat kemudahan penggunaan teknologi, skala, atau fitur yang dipakai dikenal sebagai ekspektasi bisnis atau usaha.

3. *Social Influence*

Pengaruh sosial dapat disebut sejauh mana lingkungan individu serta segolongan individu di sekitarnya memakai teknologi untuk mendukung aktivitas mereka.

4. *Facilitating Condition*

Adanya sistem dan teknis yang mendukung untuk proses transaksi.

1.3 Minat Pemanfaatan (*Behavioral Intention*)

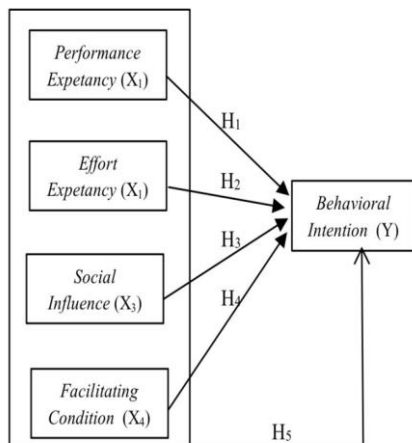
Seberapa besar keinginan seseorang untuk berperilaku tertentu. Tingkat keinginan masyarakat untuk memakai Shopeepay sebagai media pembayaran seluler adalah fokus penelitian ini. (Prety et al., n.d.). Minat pemanfaatan positif memberikan manfaat bisnis termasuk membangun loyalitas konsumen terhadap produk atau layanan yang mereka gunakan.

Minat pemanfaatan mempunyai kaitan pada tujuan individu untuk menggapai sesuatu. Dengan kata lain, niat mencerminkan seseorang bersedia untuk melaksanakannya, serta upaya dan usaha yang dilaksanakan seseorang untuk mengadopsi perilaku tersebut. Secara teknis, minat pemanfaatan diartikan sebagai kecenderungan untuk bersikap positif atau negatif terhadap suatu hal, orang, kejadian, atau institusi. (Puasa et al., n.d.)

Dapat disimpulkan bahwa niat berperilaku adalah niat pengguna dan dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, penggunaan, dan pemikirannya. Seputar

teknologi informasi baru akan mempengaruhi perilaku masa depan. Namun, jika orang percaya bahwa teknologi informasi dapat membantu mereka pada kehidupan tiap hari, mereka akan lebih tertarik untuk memakainya.

Gambar 2 Kerangka Pemikiran



Sumber : Model UTAUT 2024

Berdasarkan paparan diatas, maka penulis akan melanjutkan penelitian untuk mengetahui penggunaan dalam metode UTAUT. Di antaranya, ada 4 faktor yang mempengaruhi *Behavioral Intention* yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*.

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis 1 :

Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* mengungkapkan pada penelitian terdahulu oleh Fadhillah dan setiawardani (2022), Prety dan Mahendra (2021). Maka sebabnya, ekspektasi kinerja menyumbang pengaruh positif yang signifikan pada keinginan untuk memakai ShopeePay. Mengacu hal tersebut peneliti mengajukan hipotesis yakni :

H₁ : *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention*.

Hipotesis 2 :

Pada penelitian terdahulu Fadhillah dan

Setiawardani (2022), prety dan mahendra (2021), Kurnianingsih (2022). Terdapat pengaruh positif serta signifikan antara *effort expectancy* dan *behavioral intention* terhadap penggunaan shopeepay. Maka diajukan hipotesis penelitian yakni :

H₂ : *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention*.

Hipotesis 3 :

Fadhillah dan Setiawardani (2022), Kenny dan Firdausy (2021), Risman dan Budiarti (2023), serta Le- Hoang (2020) mengatakan bahwa *social influence* mempengaruhi *behavioral intention* untuk memakai ShopeePay. Dengan itu peneliti dapat mengajukan hipotesis:

H₃ : *Social influence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention*.

Hipotesis 4 :

Pada penelitian Prety dan Mahendra (2021), Hafifah dan Putri (2022), Kenny dan Firdausy (2021), serta Jialea dan Ayub (2021) memaparkan bahwasannya *facilitating condition* berpengaruh positif yang signifikan pada *behavioral intention* penggunaan shopeepay. Jadi, hipotesis yang dapat diajukan yakni :

H₄ : *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention*.

Hipotesis 5 :

Penelitian Kenny dan Firdausy (2022) mengatakan bahwasannya *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* menyumbang pengaruh yang positif serta signifikan pada *behavioral intention* pengguna ShopeePay. Maka diajukan dugaan sementara yakni :

H₅ : *Performance expectancy*, *effort expectancy*, *social Influence*, dan *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *Behavioral intention*.

3. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah Jenis pendekatan penelitian yang akan dilaksanakan ialah deskriptif kuantitatif karena data-data yang dipakai bersifat objektif, konkrit, terukur, rasional dan sistematis.

Sumber data primer penelitian ini diraih dari hasil jawaban responden pada kuisisioner yang disebar. Selain itu, peneliti juga mendapatkan data pendukung untuk penelitian ini yaitu data pengguna ShopeePay sebagai transaksi non tunai dari Data Books pada tahun 2022-2023. Selain itu juga memperoleh dari DataIndonesia pada tahun 2021 tentang survei penggunaan e-wallet sebagai *platform* pembayaran digital.

Penelitian ini berfokus pada objek *behavioral intention* yang memakai shopeepay sebagai *mobile payment*, serta berdomisili di Kota Batam. Populasi pada penelitian ini yakni individu yang memakai *mobile payment* shopeepay di Kota Batam yang tidak diketahui secara pasti total jumlahnya. Metode penentuan jumlah sampel yang dipakai pada penelitian adalah memakai rumus *lameshow*. Dimana pada rumus ini dipakai untuk mendapatkan sampel yang tidak diketahui populasinya. Sehingga mendapatkan 100 sampel dari perhitungan rumus *lameshow* tersebut.

Teknik penarikan sampel ini *purposive sampling* yaitu metode sampling *non-probabilitas* yang dipilih untuk penelitian ini. Karena, pada penelitian ini terdapat kriteria yang dibutuhkan secara spesifik dalam penggunaan *mobile payment* shopeepay. Adapun kriteria yang diambil didalam sampel ini yaitu, individu yang memakai shopeepay melampaui satu kali transaksi *mobile payment* pada tahun 2023, minimal usia 17 tahun, serta berdomisili di Kota Batam. Peneliti memakai metode survei, yaitu kuesioner online, untuk mengumpulkan data, dan mengolah data dengan menginputnya ke *IBM SPSS Statistic 26* sesudah dikumpulkan.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menyajikan gambaran umum responden untuk memperlihatkan keadaan atau kondisi responden yang dapat membantu memahami hasil penelitian. Tujuan dari penyajian data responden ini adalah untuk memberikan profil, jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan dari responden yang sudah didapatkan melalui penyebaran kuisisioner sebanyak 100 responden yang mengisi item pertanyaan dari kuisisioner yang sudah disebar oleh peneliti.

Responden pada penelitian ini lebih banyak didominasi oleh Perempuan (86,7%).

Berdasarkan usia 20-25 tahun (69,5%), selain itu kebanyakan pendidikan terakhir responden yang memakai ShopeePay sebagai *mobile payment* adalah SMA/Sederajat (58,1%). Selain itu responden yang mendominasi pada pekerjaan jatuh kepada pelajar/mahasiswa (48,5%)

Tabel 2 Demografi Responden

No	Kategori	Frekuensi	Presetan se
1	Jenis Kelamin		
	Laki- laki	14	13,3%
	Perempuan	86	86,7%
	Total	100	100%
	Usia		
2	17 tahun	2	1,9%
	20-25 tahun	70	69,5%
	25-30 tahun	23	23,8%
	30-35 tahun	4	3,8%
	> 40 tahun	1	1%
	Total	100	100%
3	Pendidikan Terakhir		
	Dibawah SMA/ Sederajat	0	0%
	SMA/Sederajat	59	58,1%
	D3	8	7,6%
	D4/S1	30	31,4%

	S2	3	2,9%
	Total	100	100%
4	Pekerjaan		
	Pelajar/Mahasiswa	48	48,5%
	PNS	3	2,9%
	Karyawan BUMN	9	8,6%
	Wiraswasta	10	9,5%
	Ibu Rumah Tangga	6	5,7%
	Lainnya	24	24,8%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Uji Validitas

Pada penelitian ini memakai uji validitas guna untuk mengetahui apakah tiap item pertanyaan yang dipaparkan kepada responden valid atau tidak.

Pada penelitian ini bahwa tiap item pernyataan sesuai dengan variabel *performance expectancy* (X_1), *effort expectancy* (X_2), *social influence* (X_3), *facilitating condition* (X_4), dan *behavioral intention* (Y) yang terdapat dipenelitian ini, mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966). Maka dapat diartikan tiap variabel pada penelitian ini dapat disebut valid.

Uji Reliabilitas

Uji ini juga dipakai apakah di tiap item pertanyaan dapat disebut reliabel atau tidak. Berikut adalah rincian tabel hasil uji reliabilitas untuk tiap variabel yang dipakai pada penelitian ini :

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
X ₁	,837	0,60	Reliabel
X ₂	,922	0,60	Reliabel
X ₃	,796	0,60	Reliabel
X ₄	,942	0,60	Reliabel
Y	,917	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Output SPSS, 2024

Hasil penelitian pada tabel 2.2 ini memperlihatkan bahwasannya *cronbach's alpha value* pada kelima variabel tersebut sudah melampaui

nilai standar yang sudah ditentukan yakni 0,60. Itu artinya pertanyaan yang dipakai pada penelitian ini bersifat reliabel, dan proses penelitian bisa dilanjutkan.

Uji Validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel dan masing-masing terdapat 5 pertanyaan. Pada uji normalitas data tersebut dapat disebut normal dan uji asumsi klasik dengan 100 responden juga dapat dianalisis lebih lanjut.

Uji Normalitas

Pada penelitian ini dapat diketahui dari *Kolmogorov-Smirnov significance value* 0,200 > 0,05. Artinya data terdistribusi normal.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov	Sig.	Keterangan
Asymp.Sig. (2-tailed)	,200	Normal

Sumber : Hasil Olah Data Output SPSS, 2024

Uji Multikolinieritas

Pada uji ini dapat diketahui terkait *tolerance value* pada variabel bebas (independen) > 0,1 serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10. Artinya, semua variabel bebas (independen) tidak terkena multikolinieritas. Serta keempat variabel bebas tersebut mempunyai korelasi yang sangat kuat.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
X ₁	,194	5,152
X ₂	,202	4,953
X ₃	,544	1,839
X ₄	,332	3,009

Sumber : Hasil Olah Data Output SPSS, 2024

Uji Heteroskedastisitas

Pada uji ini dapat dilihat bahwa keempat variabel bebas (independen), tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena, *significance value* tiap variabel bebas > 0,05.

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
X ₁	,385	Bebas

X ₂	,505	Heterokedastisitas
X ₃	,222	
X ₄	,469	

Sumber : Hasil Olah Data Output SPSS, 2024

Analisis Regresi Berganda

Hasil perhitungan analisis regresi berganda ditunjukkan pada variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, pada *behavioral intention*.

Tabel 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Variabel Independen	B	T hitung	T tabel	Hipotesis
X ₁	,245	3,154	1,9852	H1 diterima
X ₂	,187	2,707	1,9852	H2 diterima
X ₃	,344	8,540	1,9852	H3 diterima
X ₄	,696	13,295	1,9852	H4 diterima
Y	Behavioral Intention			
Constanta	,210			
Std. Error	,644			

Sumber : Hasil Olah Data Output SPSS, 2024

Sehingga dari rumus regresi linier berganda dapat diperoleh hasil yakni :

$$Y = 0,210 + 0,245X_1 + 0,187X_2 + 0,344X_3 + 0,696X_4 + e$$

- Nilai yang terdapat dikostanta sebesar 0,210 mempunyai nilai yang positif. Kondisi itu dapat diartikan bahwasannya terdapat pengaruh yang searah untuk variabel dependen dan variabel independennya. Untuk variabel independennya yaitu *performance expectancy* (X₁), *effort expectancy* (X₂), *social influence* (X₃), *facilitation condition* (X₄) tidak terdapat perubahan. Maka dengan ini *behavioral intention* (Y) adalah 0,210
- Pada nilai koefisien regresi variabel *performance expectancy* (X₁) mempunyai

nilai yakni 0,245 dalam artian meningkat dan variabel *behavioral intention* juga meningkat.

- Pada nilai koefisien regresi variabel *effort expectancy* (X₂) mempunyai nilai yakni 0,187 dalam artian meningkat dan variabel *behavioral intention* juga meningkat.
- Pada nilai koefisien regresi variabel *social influence* (X₃) mempunyai nilai yakni 0,344 dalam artian meningkat dan variabel *behavioral intention* juga meningkat.
- Pada nilai koefisien regresi variabel *facilitating condition* (X₄) mempunyai nilai yakni 0,606 dalam artian meningkat dan variabel *behavioral intention* juga meningkat.

f. Uji F (Simultan)

Pada hasil tabel 5 diatas memperlihatkan terkait F hitung > F tabel. Dimana pada F hitung (191,067) > F tabel (2,47) serta signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya H₀ ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama secara simultan antara variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* secara signifikan.

Tabel 8 Uji F (Simultan)

Model	F	Sig
Regression	191,067	,000

Sumber : Hasil Olah Data Output SPSS, 2024

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Pada *adjusted r square* 0,523 yang artinya pada 52,3% variabel *behavioral intention* dapat dijabarkan pada *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*. Sedangkan sisanya yakni 47,7% dijabarkan pada variabel lain diluar model penelitian ini.

Tabel 9 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adj. R Square
1	,736 ^a	,542	,523

Sumber : Hasil Olah Data Output SPSS, 2024

Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian memperlihatkan t hitung (3,154) > t tabel (1,9852), pada *significance value* $0,002 < 0,05$. Maka sebabnya dapat diartikan bahwasannya *performance expectancy* berpengaruh secara signifikan pada *behavioral intention*. Hasil positif memperlihatkan terkait *performance expectancy* berkorelasi dengan *behavioral intention*, sehingga H_1 dapat diterima. Artinya pada *performance expectancy* ini menyatakan bahwasannya sangat terbukti dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap niat memakai ShopeePay. Semakin sering seseorang memakai ShopeePay, maka semakin bisa memakai teknologi untuk bertransaksi dengan *platform* non tunai. Serta mendapatkan kemudahan yang dirasakan dari fitur ShopeePay.

Kondisi itu sesuai teori yang dikemukakan oleh Kurnianingsih (2022), selain untuk memperkirakan kinerja sistem atau sejauh mana individu yakin terhadap penggunaan sistem dan mereka mendapatkan manfaat dari kinerja mereka, untuk mempromosikan *fintech* ShopeePay kepada tiap individu. Karena mereka percaya bahwa sistem tersebut dapat meningkatkan kinerja tiap orang.

Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian memperlihatkan t hitung (2,707) > t tabel (1,9852), pada *significance value* $0,008 < 0,05$. Maka sebabnya dapat diartikan bahwasannya *effort expectancy* berpengaruh secara signifikan pada *behavioral intention*. Hasil positif memperlihatkan terkait *effort expectancy* berkorelasi dengan *behavioral intention*, sehingga H_2 dapat diterima.

Maka sebabnya bisa terlihat jelas bahwa terdapat kemudahan dalam penggunaan sebuah teknologi yang didasarkan oleh niat perilaku seseorang dalam

melaksanakan transaksi melalui *platform* tersebut. PHAN et al., (2020) ; Venansius Keny, Carunia Mulya Firdausy – (2021), n.d.) mengatakan bahwa ekspektasi bisnis dan usaha juga dapat menentukan seberapa mudah konsumen memakai sistem teknologi. Kemudahan penggunaan teknologi informasi memperlihatkan penggunaan teknologi tersebut. Ketika seseorang merasa nyaman dan berguna saat memakai teknologi ini, mereka percaya bahwa teknologi sudah membuat hidup mereka lebih mudah.

Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian memperlihatkan t hitung (8,540) > t tabel (1,9852), pada *significance value* $0,000 < 0,05$. Maka sebabnya dapat diartikan bahwasannya *social influence* berpengaruh secara signifikan pada *behavioral intention*. Hasil positif memperlihatkan terkait *social influence* berkorelasi dengan *behavioral intention*, sehingga H_3 dapat diterima. Pada *social influence* ini juga menyatakan bahwa selain adanya niat perilaku dalam memakai ShopeePay sebagai media pembayaran seluler, juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Ketika seseorang ingin berbelanja online dan memakai ShopeePay sebagai *mobile payment*, maka pengguna ingin segera merekomendasikannya kepada orang-orang disekitarnya untuk memakai ShopeePay.

Pengaruh sosial dapat disebut oleh Fadhilah & Setiawardani, (2022) sejauh mana lingkungan seseorang dan orang-orang di sekitarnya memakai teknologi untuk mendukung aktivitas mereka. Pengaruh sosial juga penting pada awal penggunaan teknologi, tetapi menjadi lebih penting seiring waktu.

Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian memperlihatkan t hitung (13,295) > t tabel (1,9852), pada *significance value* $0,000 < 0,05$. Maka sebabnya dapat diartikan bahwasannya *facilitating condition* menyumbang pengaruh secara signifikan pada *behavioral intention*. Hasil positif memperlihatkan terkait *facilitating condition* berkorelasi dengan *behavioral intention*,

sehingga H₄, dapat diterima. *Facilitating condition* menaruh arti adanya sistem yang mendukung ketika seseorang ingin melaksanakan transaksi. Apabila seseorang membeli suatu barang, maka dapat memakai internet sebagai jejaring guna untuk melaksanakan sebuah transaksi. Serta mempunyai perangkat yang mendukung ketika ingin memakai ShopeePay.

Selain itu juga sesuai dengan teori Lim et al., (2019) pada kondisi memfasilitasi yang dipunyai pengguna mungkin dapat menarik bagi seseorang ketika memakai teknologi keuangan shopeepay. Fasilitas yang tersedia juga mendukung bagi mereka yang menginginkan sistem ini. Serta menarik seseorang yang tertarik memakai teknologi keuangan shopeepay.

Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition*, pada *Behavioral Intention*

Hasil pengujian f hitung mempunyai nilai 191,067 serta nilai f tabel 2,47 dari 100 responden. Mempunyai *significance level* yakni $0,000 < 0,05$. Mengacu hal diatas dapat disebut bahwasannya (H₀) ditolak, sedangkan (H_a) diterima yang menandakan adanya pengaruh secara signifikan. Maka sebabnya hipotesis kelima (H₅), yang memperlihatkan hasil dari uji f (simultan) pada variabel independen terhadap variabel dependennya dapat diterima dan terbukti.

Pada *Performance Expectancy* dapat memberikan sebuah kegunaan dari teknologi yang dipakai oleh pengguna, sedangkan *Effort Expectancy* memberikan kemudahan dalam memakai sebuah teknologi, *Social Influence* dapat pengaruh dari lingkungan sekitar untuk memakai ShopeePay sebagai media pembayaran, dan *Facilitating Condition* sendiri harus mempunyai sistem yang mendukung ketika ingin melaksanakan sebuah transaksi pembayaran. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi *behavioral intention* (niat perilaku) seseorang dalam memberikan penggunaan ShopeePay yang efisien, efektif dan sebagai opsi layanan yang fungsional ketika seseorang ingin menjadikan ShopeePay sebagai platform transaksi non tunai. Serta dapat dipakai di kehidupan

tiap hari.

5. Kesimpulan dan saran

Mengacu hasil analisis dan pembahasan terkait penerapan UTAUT terhadap niat memakai ShopeePay, maka dapat ditarik kesimpulan yakni :

- a. *Performance Expectancy* menyumbang pengaruh yang positif serta signifikan pada *Behavioral Intention* pengguna ShopeePay di Kota Batam. Karena adanya teknologi yang mendukung pada saat memakainya, serta dapat membantu seseorang dengan mudahnya menjadikan ShopeePay sebagai wadah terbaru untuk memberikan efektivitas transaksi mobile payment.
- b. *Effort Expectancy* menyumbang pengaruh yang positif serta signifikan pada *Behavioral Intention* pengguna ShopeePay di Kota Batam. Kondisi itu, juga sangat berpengaruh terhadap seseorang untuk melaksanakan transaksi di tiap pembayaran ketika memakai ShopeePay sebagai platform transaksi non tunai. Pengalaman berbelanja online dan menawarkan cara bertransaksi dengan memperoleh kemudahan dapat dirasakan oleh para pengguna ShopeePay.
- c. *Social Influence* menyumbang pengaruh positif serta signifikan pada *Behavioral Intention* pengguna ShopeePay di Kota Batam. Dengan adanya pengaruh dari lingkungan sekitar dan didukung oleh penggunaan teknologi serta kemudahan dalam memakai ShopeePay, maka akan semakin banyak masyarakat yang dapat mempengaruhi niat dalam memakai ShopeePay.
- d. *Facilitating Condition* menyumbang pengaruh yang positif serta signifikan pada *Behavioral Intention* pengguna ShopeePay di Kota Batam. Kondisi itu dapat dilihat dari teknis yang mendukung untuk pengembangan dari fitur- fitur yang ada di ShopeePay itu sendiri. Selain itu pada ShopeePay juga dapat melaksanakan inovasi

terbaru terhadap fitur-fitur yang ada diShopeePay yang nantinya dapat meningkatkan produktivitas para penggunanya.

- e. *Performance Expetancy, Effort Expetancy, Social Influence, Facilitating Condition* berpengaruh positif serta signifikan pada *Behavioral Intention* pengguna ShopeePay di Kota Batam. Kondisi itu dapat dilihat dari niat perilaku masyarakat Kota Batam yang mempunyai tingkat keingintahuan yang tinggi terhadap sebuah teknologi. Serta menyukai kemudahan dalam memakainya. Selain itu juga dapat pengaruh dari lingkungan sekitar untuk menerapkan aplikasi ShopeePay sebagai *mobile payment*, dan tentunya terdapat sistem dan teknis yang mendukung dan adanya fitur-fitur yang menarik perhatian penggunanya.
- f. Pada nilai *adjusted r square* yang diraih pada penelitian ini yakni 52,3%. Berarti sisanya adalah 47,7% yang tidak termasuk pada penelitian ini dan dipengaruhi oleh faktor dan variabel lainnya.

Saran

a. Saran Praktis

Disarankan kepada PT. Airpay Internasional Indonesia pencipta produk ShopeePay untuk memperluas jaringan pembayaran non tunai diluar aplikasi *e-commerce* Shopee, supaya semakin banyak peminatnya dan menjadikan ShopeePay sebagai salah satu platform pembayaran non tunai yang favorit ditiap tahunnya. Serta menambahkan fitur terbaru diShopeePay.

b. Saran Teoritis

Pada penelitian ini masih dapat banyak kekurangan didalamnya. Maka disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan metode analisis lainnya supaya dapat melihat hasil yang tidak sama dari penelitian ini. Serta dapat disarankan kepada peneliti berikutnya untuk memakai objek penelitian lainnya, selain objek

yang dipakai oleh penelitian saat ini. Serta dapat menambahkan beberapa teori atau bahkan variabel lainnya yang dapat menyempurnakan penelitian ini.

Pada *adjusted r square* pada nilai 47,7% dapat memperhatikan apa saja pengaruh dan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi variabel *behavioral intention*.

DAFTAR PUSTAKA

- Desvira, N. S., & Aransyah, M. F. (2023). Analysis Of Factors Influencing Interest And Behavior In Using ShopeePay Features Using The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT2) Model. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi DanKomputer)*, 12(2), 178–191. <https://doi.org/10.32736/Sisfokom.V12i2.1594>
- Fadhilah, A. N., & Setiawardani, M. (2022). Prosiding The 13th Industrial Research Workshop And National Seminar Bandung.
- Hafifah, L. L., Utami, N. W., & Dwi Putri, I. G. A. P. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech ShopeePay Memakai Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut).*JurnalAkuntansi Bisnis*, 15(2). <https://doi.org/10.30813/Jab.V15i2.3574>
- Kurnianingsih, W. (2022). ShopeePay Mobile Payment Adoption Analysis Using The Utaut Model Approach (Case Study At Amikom University Yogyakarta). *Indonesian Journal Of Business Intelligence (Ijubi)*, 5(1), 61. <https://doi.org/10.21927/Ijubi.V5i1.2323>
- Lim, F.-W., Ahmad, F., Nizam, A., & Talib, B. A. (2019). Use Of Technology (UTAUT) Article In. *Imperial Journal Of Interdisciplinary Research (IJIR) Peer Reviewed-International Journal*, 5.
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Memakai Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *jurnal*

- akuntansi dan bisnis : jurnal program studi akuntansi, 7(2), 140–154.
<https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>
- Phan, T. N., Ho, T. V., & Le-Hoang, P. V. (2020). Factors Affecting The Behavioral Intention And Behavior Of Using E-Wallets Of Youth In Vietnam. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7(10), 295–302.
<https://doi.org/10.13106/Jafeb.2020.Vol7.N10.295>
- Prety, S., Ndruma, W., & Mahendra, I. (N.D.). Analisa Penggunaan E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19 Memakai Model Utaut. <https://magedstic.unej.ac.id/>
- Puasa, S., Jiale, T., Muchlis Gazali, H., & Ayub, N. (N.D.). Labuan Bulletin Of International Business & Finance Consumers' Behavioural Intention To Use E-Wallet During The Pandemic Of Covid-19: Applying The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (Utaut) (Vol. 19).
- Risman, U., & Budiarti, A. P. (2023). The Influence Of Performance Expectancy, Effort Expectancy, And Social Influence On Behavioral Intention To Use ShopeePay. <https://doi.org/10.24036/Omiss.V3i2.110>
- Kenny, V. (2021). Pengaruh Performance Expectation, Effort Expectation, Social Influence, dan Facilitating Condition Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna ShopeePay di Jakarta, 272-277.