

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1.E-Government

Instruksi Presiden No. 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *e-government* menjelaskan bahwa *e-government* merupakan upaya untuk mengembangkan penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis (menggunakan) elektronik dalam rangka meningkatkan kualitas layanan publik secara efektif dan efisien[11]. Melalui pengembangan *e-government* dilakukan penataan sistem manajemen dan proses kerja di lingkungan pemerintah dengan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi[12].

E-Government berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan *public* serta membantu proses penyampaian informasi secara lebih efektif kepada masyarakat. Seiring dengan berjalannya waktu, penerapan *E-Government* ternyata memberikan hasil yang beragam. Di negara maju, penerapan sistem *E-Government* di lingkup pemerintahan telah menghasilkan berbagai terobosan mulai dari efisiensi proses administrasi birokrasi dan munculnya inovasi di bidang layanan publik[11].

E-Government lahir dalam tujuan untuk dapat menghubungkan pemerintah dengan warga negara dalam rangka otomatisasi pekerjaan administrasi negara dan kependudukan dengan mengintegrasikan proses-proses dan pengolahan informasi yang menggunakan aplikasi berbasis nirkabel dengan basisdata terpusat. *E-Government* memiliki model-model sebagai berikut[13]:

a. *Government-to-Citizen* atau *Government-to-Customer* (G2C).

Model ini memungkinkan penyampaian layanan publik dan informasi satu arah oleh pemerintah ke masyarakat.

b. *Government-to-Business* (G2B).

Model ini memungkinkan layanan transaksi-transaksi elektronik antara pemerintah dan pebisnis. Dalam G2B tersedia berbagai informasi yang dibutuhkan bagi kalangan bisnis untuk bertransaksi dengan pemerintah. Penjualan produk dan jasa ke pemerintah untuk mendukung kegiatan pemerintahan dilaksanakan melalui aplikasi *e-Procurement*.

c. *Government-to-Government* (G2G).

Model ini memungkinkan komunikasi dan pertukaran informasi *online* antar departemen atau lembaga pemerintahan suatu negara dengan negara lain melalui basisdata terintegrasi.

2.2. E-Padi

Aplikasi E-Padi adalah aplikasi pajak asli daerah terintegrasi. Aplikasi ini dapat dibuka dari beberapa *browser* dan perangkat. Aplikasi E-Padi telah memiliki dua faktor pengaman disetiap *login*, dua faktor pengaman ini akan dikirim melalui aplikasi Telegram dan SMS kepemilik akun. Aplikasi E-Padi ini memiliki berbagai macam fitur yang dapat berguna bagi setiap UPT[14]. Aplikasi E-Padi menyediakan berbagai informasi terkait[14] :

1. Penerimaan PAD (pendapatan asli daerah).

Di menu penerimaan terdapat data mengenai penerimaan untuk semua mata pajak yaitu PBB (pajak bumi dan bangunan), BPHTB (biaya perolehan hak atas tanah) dan pajak daerah lainnya sehingga dapat mempermudah user membuat laporan harian tentang pendapatan asli daerah.

2. Laporan penerimaan PBB

Di menu laporan PBB terdapat data penerimaan dari pungutan pajak yang diterima khusus mata pajak PBB (pajak bumi dan bangunan).

3. Laporan Piutang PBB

Laporan Piutang PBB berisikan laporan tunggakan pajak yang belum dibayarkan oleh wajib pajak atau di sebut piutang pajak bumi dan bangunan.

4. Laporan Pajak

Laporan Pajak berisikan laporan penerimaan dan piutang

5. Laporan Pajak PAD (Pajak Daerah)

Laporan Pajak PAD (Pajak Daerah) adalah pajak air bawah tanah (ABT), pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan dan galian yang dapat dipilah berdasarkan jenis pajak.

6. Laporan Penerimaan PAD

Laporan Penerimaan PAD berisikan laporan penerimaan pajak daerah.

7. Laporan piutang PAD

Laporan piutang PAD berisikan laporan tunggakan pajak daerah yang belum dibayarkan oleh wajib pajak atau disebut piutang pajak daerah.

8. Laporan target dan realisasi PAD

Laporan target dan realisasi PAD berisikan laporan tentang target pajak yang di targetkan untuk di capai pertahun dan laporan penerimaan pajak yang sudah dicapai

9. Laporan penerimaan BPHTB

Laporan penerimaan BPHTB berisikan laporan penerimaan pajak biaya perolehan hak atas tanah

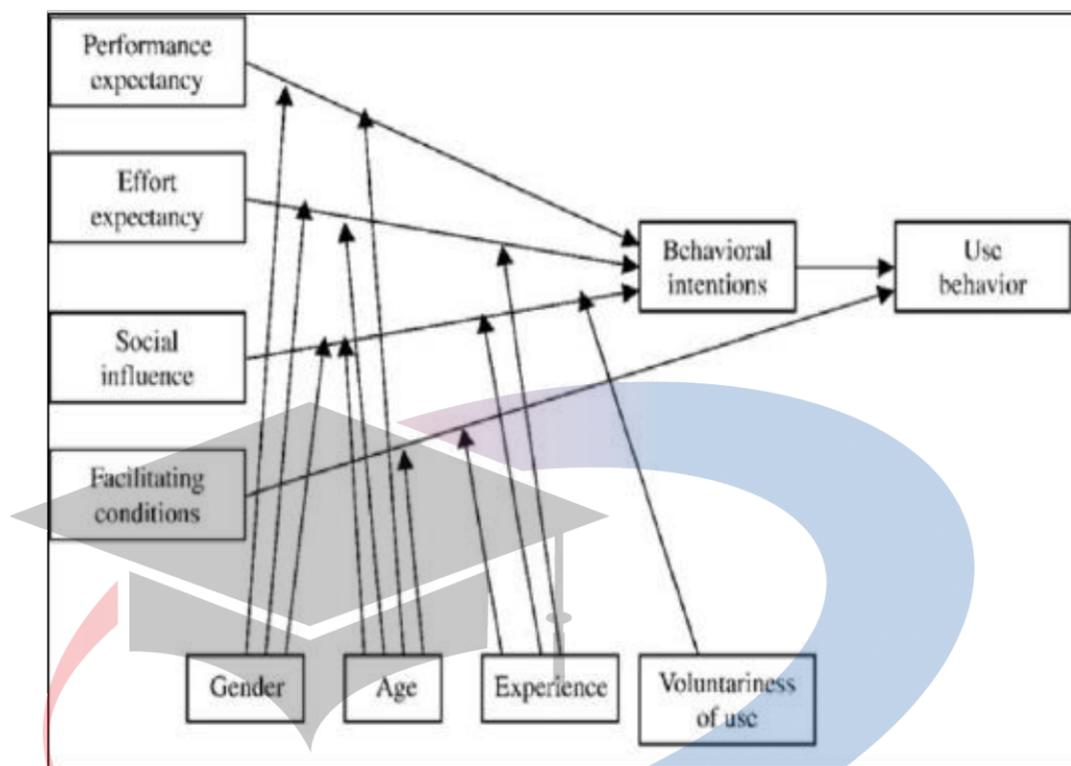
10. Laporan Realisasi BPHTB

Laporan Realisasi BPHTB berisikan laporan penerimaan pajak yang sudah terealisasi

2.3.Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT 2)

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) dikembangkan oleh Venkatesh bersama dengan Thong dan Xu pada 2012. Model ini merupakan suatu model yang berasal dari pengembangan model UTAUT yang pada mulanya digunakan untuk menilai perilaku pekerja dalam beradaptasi dengan teknologi yang baru digunakannya[15].

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

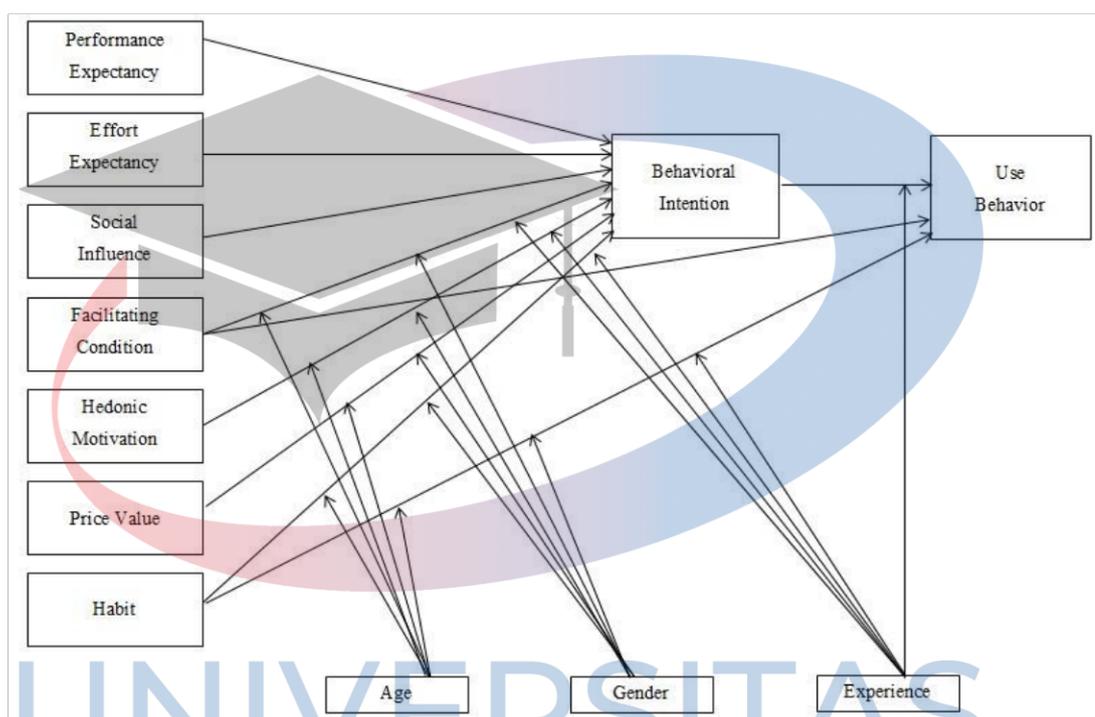


Gambar 2. 1 Model UTAUT

Model UTAUT terdiri dari empat variabel independen (*performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*) dan 2 variabel dependen (*behavioral intention* dan *use behavior*), serta empat variabel moderator (*gender*, *age*, *experience*, *voluntariness of use*). Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan teori yang berpengaruh dan banyak diadopsi untuk melakukan penelitian penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap suatu teknologi informasi. UTAUT yang dikembangkan oleh menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori[16].

UTAUT2 menggabungkan tiga konstruksi ke UTAUT: motivasi hedonis (*Hedonic Motivation*), nilai harga (*Price Value*), dan kebiasaan (*Habit*) dapat dilihat pada gambar 2.2. *Unified theory of acceptance and use of technology 2* (UTAUT 2) merupakan sebuah pengembangan atau perluasan dari model UTAUT yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.*, bersama Thong dan Xu pada, model UATUT 2 ini merupakan sebuah model yang mempelajari tentang niat perilaku penerimaan dan penggunaan terhadap teknologi yang ditawarkan[15]. Venkatesh *et al.*, telah

menambahkan tiga variabel baru pada model ini yaitu: motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*) serta kebiasaan (*habit*), dimana pada model UTAUT 2 ini memiliki tiga variabel moderator yaitu *experience*, *age* dan *gender*[17]. Sama halnya dengan model UTAUT sebelumnya juga memiliki empat variabel moderator yang mempengaruhi konstruk yang telah dikembangkan oleh Venkatesh *et al.*, meliputi *age*, *gender*, *experience* dan *voluntariness of use*[18].



Gambar 2. 2 Model UTAUT 2

Berikut penjelasan dari konstruk yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.*, [19][16]:

1. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Venkatesh, et al. Mendefinisikan *Performance Expectancy* sebagai tingkatan seseorang yang mempercayai dengan menggunakan sistem tersebut akan membantu orang tersebut untuk memperoleh keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan. Adapun variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1) Persepsi Terhadap Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

2) Motivasi Ekstrinsik (*Extrinsic Motivation*)

Motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*) didefinisikan sebagai persepsi yang diinginkan pemakai untuk melakukan suatu aktivitas karena dianggap sebagai alat dalam mencapai hasil-hasil bernilai yang berbeda dari aktivitas itu sendiri, semacam kinerja pekerjaan, pembayaran, dan promosi-promosi.

3) Kesesuaian Pekerjaan (*Job Fit*)

Kesesuaian pekerjaan (*job fit*) didefinisikan bagaimana kemampuan-kemampuan dari suatu sistem meningkatkan kinerja pekerjaan individual.

4) Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Keuntungan relatif (*relative advantage*) didefinisikan sebagai seberapa jauh menggunakan sesuatu inovasi yang dipersepsikan akan lebih baik dibandingkan menggunakan pendahulunya.

5) Ekspektasi-ekspektasi Hasil (*Outcome Expectations*)

Ekspektasi-ekspektasi hasil (*outcome expectations*) berhubungan dengan konsekuensi-konsekuensi dari perilaku. Berdasarkan pada bukti empiris, mereka dipisahkan ke dalam ekspektasi-ekspektasi kinerja (*performance expectations*) dan ekspektasi-ekspektasi personal (*personal expectations*).

2. Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Effort Expectancy adalah tingkat kemudahan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya.

3. Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Social Influence dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna teknologi informasi untuk menggunakan suatu teknologi informasi yang baru maka semakin besar juga minat yang timbul dari personal calon pengguna tersebut dalam menggunakan teknologi informasi tersebut.

Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. Adapun variabel tersebut adalah:

- 1) Norma subyektif (*subjective norms*).
- 2) Faktor-faktor sosial (*social factors*).
- 3) Gambaran (*image*).

Pengaruh sosial merupakan faktor penentu terhadap tujuan perilaku dalam menggunakan teknologi informasi yang direpresentasikan sebagai norma subyektif dalam TRA, TAM, TPB, faktor sosial dalam MPCU, serta citra dalam teori difusi inovasi (IDT) menyatakan bahwa pada lingkungan tertentu, penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan status (*image*) seseorang di dalam sistem sosial.

4. Kondisi Fasilitas (*Facilitating Condition*)

Facilitating Condition adalah kondisi yang memfasilitas penggunaan teknologi informasi dimana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknik ada untuk mendukung penggunaan sistem.

Dalam konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. Adapun variabel tersebut adalah:

- 1) Kontrol Perilaku Persepsian (*Perceived Behavioral Control*)
- 2) Kondisi-kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)
- 3) Kompatibilitas (*Compatibility*).

5. Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

Merupakan sebuah perasaan nyaman dan senangnya seorang ketika menggunakan sebuah sistem teknologi. Ketika seseorang merasa senang dalam menggunakan sebuah sistem teknologi maka akan menimbulkan niat dalam menggunakannya kembali.

6. Nilai harga (*Price Value*)

Merupakan pengorbanan yang dilakukan oleh pengguna atau konsumen terhadap biaya *financial* yang dikeluarkan untuk hasil yang diperoleh setelah menggunakan teknologi.

7. Kebiasaan (*Habit*)

Merupakan perilaku kemampuan seorang pengguna dalam menggunakan aplikasi secara otomatis berdasarkan pembelajaran.

8. Niat Perilaku (*Behavioral Intention*)

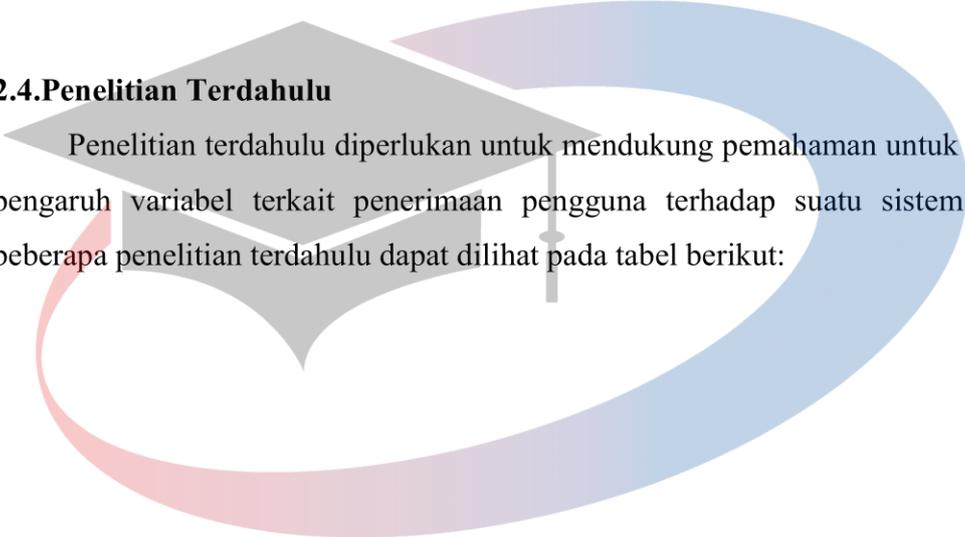
Behavioral Intention merupakan sesuatu perilaku maupun sikap seseorang yang memiliki keinginan untuk menggunakan sebuah teknologi secara terus menerus. Dimana teknologi tersebut bisa membantu aktivitas dan memberikan manfaat lebih untuk si pengguna sistem[20].

9. Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*)

Use Behaviour atau perilaku pengguna merupakan seberapa sering intensitas waktu yang digunakan dan dihabiskan serta bagaimana tanggapan pengguna terhadap teknologi yang digunakan. Seseorang akan menggunakan teknologi karena adanya keyakinan bahwasannya jika menggunakan teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya yang didukung dengan penggunaan yang mudah dan pengaruh positif dari lingkungan sekitarnya[20].

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan untuk mendukung pemahaman untuk mengenai pengaruh variabel terkait penerimaan pengguna terhadap suatu sistem. Adapun beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut:



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil yang Diperoleh
1.	Anggita Setyorini, Wahyu Meiranto[21]	2021	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) dengan menggunakan model UTAUT 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor <i>Effort Expectancy</i>, <i>Performance Expectancy</i> tidak berpengaruh pada niat perilaku pengguna untuk menggunakan SIMDA. 2. Faktor <i>Hedonic Motivation</i>, <i>Habit</i>, sangat berpengaruh pada niat perilaku pengguna untuk menggunakan SIMDA dimana pengguna memiliki banyak manfaat atas pekerjaannya.
2.	Dwi Rizki Sabarkhah[10]	2018	Pengukuran Tingkat Penerimaan Dan Penggunaan Teknologi Uang Elektronik Di Tangerang Selatan Dengan Menggunakan Model UTAUT 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>facilitating condition</i> berpengaruh terhadap perilaku pengguna, namun tidak berpengaruh dengan penerimaan pengguna. 2. <i>hedonic motivation</i> berpengaruh terhadap penerimaan pengguna. 3. <i>price value</i> dan <i>habit</i> berpengaruh terhadap penerimaan pengguna.

3.	Al Bachri Ramdhani, Indira Rachmawati, Fajar Sidiq Adi Prabowo[22]	2017	Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan UTAUT2 <i>The Effect Of Technology Adoption Electronic Money Services Telkomsel Cash Using UTAUT2</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. variabel <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, Price Value</i>, dan <i>Habit</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> pada adopsi layanan uang elektronik Telkomsel Cash di Indonesia. 2. <i>Facilitating condition</i> tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> pada adopsi layanan uang elektronik Telkomsel Cash di Indonesia. 3. variabel <i>Habit</i>, dan <i>Behavioral Intention</i> memiliki pengaruh positif, dan signifikan terhadap <i>Use Behaviour</i> pada adopsi layanan uang elektronik Telkomsel Cash di Indonesia.
4.	Shinta Aprilisa, Samsuryadi, Sukemi[23]	2020	Pengaruh Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2</i> (UTAUT 2) Terhadap Penerapan Aplikasi Shopee	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel <i>Facilitating Condition, Price Value</i>, dan <i>Habit</i> memiliki pengaruh pada aplikasi Shopee. 2. Variabel <i>Perfomance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic</i>

				<p><i>Motivation, Facilitating Condition</i> dimoderasi <i>Age, Hedonic Motivation</i> dimoderasi <i>Age, Habit</i> dimoderasi <i>Age, Facilitating Condition</i> dimoderasi <i>Gender, Hedonic Motivation</i> dimoderasi <i>Gender</i>, dan <i>Habit</i> dimoderasi <i>Gender</i>.</p>
5.	Celine Aloyshima Haris, Bambang Soedijono WA, Asro Nasiri [6]	2019	Penerapan model UTAUT2 untuk mengevaluasi aplikasi Ruang Guru	<p>1. Tingkat <i>Perfomance Expectancy, Facilitating Conditions, Price Value</i> memberikan kepuasan kepada pengguna aplikasi Ruang Guru dikarenakan pengguna memiliki banyak manfaat dalam bidang pembelajaran dengan harga yang terjangkau. Namun belum sepenuhnya pengguna merasa puas pada penggunaan aplikasi Ruang Guru dimana</p> <p>2. <i>Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation</i>, dan <i>Habit</i> perlu untuk ditingkatkan kembali.</p>

6.	Ni Wayan Dewi Mas Yogi, Pertiwi Dodik Ariyanto[24]	2017	Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Di Kota Denpasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan <i>mobile banking</i>, kemudian kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan <i>mobile banking</i>. 2. Ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak berpengaruh pada minat penggunaan <i>mobile banking</i>, serta kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada perilaku penggunaan <i>mobile banking</i>
7.	Anggreiny A. Onibala, Yaulie Rindengan, Arie S. Lumen [25]	2021	Analisis Penerapan Model UTAUT 2 (<i>UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY</i> 2) Terhadap E-Kinerja Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekspetasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan dan minat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. 2. Ekspetasi usaha, faktor social, kondisi pemfalitasi, motivasi hedonis dan kebiasaan

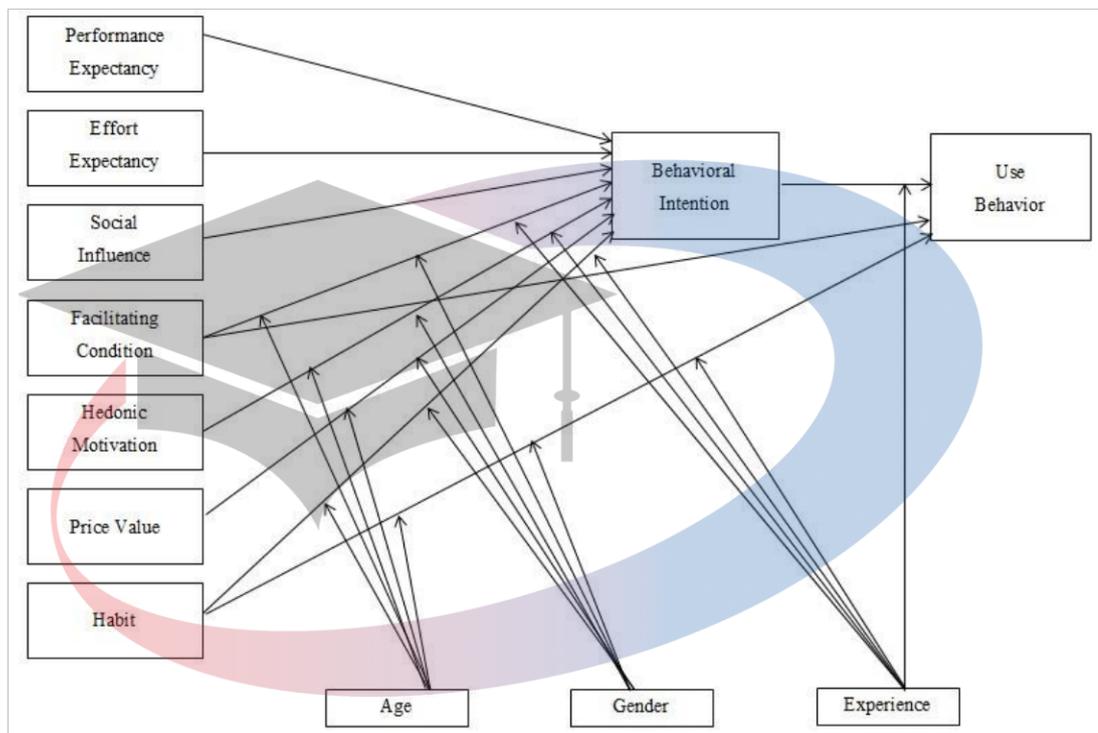
				terhadap minat penggunaan tidak ditemukan adanya pengaruh yang signifikan.
8.	Ismrmiaty, Etmy[26]	Desventri	2018	Model Pendekatan Utaut2 Modifikasi Pada Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Teknologi E-Government Di Nusa Tenggara Barat
9.	Kurnianto Tri Nugroho, Kusrini, Sudarmawan[27]		2018	Pengujian Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah Berbasis Web Kabupaten Majalengka Dengan Menggunakan Utaut 2
				<p>1. <i>Behavioural Intention</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>Usage Behaviour</i> terbukti berpengaruh secara langsung (<i>direct</i>) terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi e-Government di Nusa Tenggara Barat.</p> <p>2. variabel (1) <i>Effort Expectance</i>, (2) <i>Social Influence</i>, (3) <i>Hedonic Motivation</i>, (4) <i>Price Value</i> dan (5) <i>Trust of Internet</i> tidak berpengaruh secara langsung (<i>indirect</i>) dan tidak terbukti bahwa variabel tersebut mempengaruhi secara positif.</p> <p>1. kepercayaan pada teknologi, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan memiliki penerimaan yang baik terhadap penerimaan teknologi SIPKD.</p>

				2. semakin besar manfaat yang dihasilkan dari produk teknologi, makin besar pula tingkat penerimaannya
10.	Eko Setiawan, Wing Wahyu Winarno, Dhomas Hatta Fudholi[28]	2018	Analisis Faktor Penerimaan Layanan E-Government Dengan Menggunakan Model UTAUT2 Dan GAM Di Kabupaten Gunungkidul	<p>1. Faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut yakni harapan usaha (<i>effort expectation</i>), kondisi fasilitas (<i>facilitating condition</i>) terbukti signifikan mempengaruhi niat perilaku seseorang menggunakan layanan <i>e-government</i>.</p> <p>2. <i>computer self efficacy</i> terbukti signifikan mempengaruhi perilaku penggunaan (<i>use behaviour</i>).</p>

UNIVERSITAS MIKROSKIL

2.5. Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pada penelitian ini mengenai analisis penerimaan pengguna E-Padi dengan menggunakan model UTAUT 2 yang terdiri dari beberapa faktor yang mempengaruhi minat penggunaan E-Padi [10].



Gambar 2. 3 Kerangka Pemecahan Masalah

2.6. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan variabel – variabel yang mempengaruhi penerimaan penggunaan aplikasi E-Padi. Adapun hipotesis – hipotesis yang akan dikembangkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja) adalah salah satu bagian penting dari penerimaan teknologi. Ekspektasi kinerja dilihat dari sejauh mana pengguna mempercayai sebuah sistem dimana dengan adanya sistem tersebut akan memberikan manfaat dalam kinerja pekerjaan pengguna. Beberapa penelitian yang menggunakan model UTAUT 2, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Anggreiny A. Onibala, Yaulie Rindengan dan Arie S. Lumen mengatakan bahwa Ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, kebiasaan berpengaruh signifikan

terhadap perilaku penggunaan dan minat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan[25]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis pertama adalah :

H₁ : *Performance Expectancy* (PE) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Behavioral Intention* (BI).

b. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Effort Expectancy adalah tingkat kemudahan penggunaan teknologi yang digunakan oleh pengguna, dimana pengguna merasakan dengan menggunakan teknologi tersebut mempunyai manfaat sehingga menimbulkan rasa nyaman dalam penggunaan teknologi. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan model UTAUT 2 oleh Aries Andrianto terdapat adanya pengaruh positif pada *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*[29]. Selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Thofik Nugroho dimana *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*[30]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke dua adalah :

H₂ : *Effort Expectancy* (EE) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Behavioral Intention* (BI).

c. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Social Influence merupakan suatu hal dimana pengguna teknologi menganggap kepercayaan seseorang yang telah menggunakan teknologi terlebih dahulu menjadi pertimbangan bagi pengguna teknologi baru untuk menggunakan teknologi tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh Al Bachri Ramdhani, dkk menyimpulkan bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada adopsi layanan uang elektronik Telkomsel *Cash* di Indonesia[22]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke tiga adalah :

H₃ : *Social Influence* (SI) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Behavioral Intention*(BI).

d. Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*

Facilitating condition merupakan persepsi pengguna terhadap sumber daya, fasilitas atau dukungan yang disediakan guna mendorong keinginan seseorang untuk lebih sering menggunakan sebuah sistem teknologi. Beberapa peneliti sebelumnya

yang menggunakan model UTAUT 2, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Shinta Aprilisa, Samsuryadi dan Sukemi yaitu *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap niat (*Behavioral Intention*) pengguna aplikasi Shopee[23]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke empat adalah :

H_{4a} : *Facilitating Condition* (FC) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI)

H_{4b}: *Facilitating Condition* (FC) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Use Behaviour* (UB)

e. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*

Hedonic motivation merupakan sebuah perasaan senang dan nyaman yang di dirasakan oleh pengguna saat menggunakan teknologi dengan kenyamanan yang di berikan oleh sistem teknologi maka si pengguna akan memiliki keinginan untuk menggunakannya kembali. Berikut merupakan beberapa peneliti terdahulu yang menggunakan model UTAUT 2 dalam pengembangan hipotesis. Pada penelitian dilakukan oleh Al Bachri Ramdhani dkk menunjukkan bahwa *Hedonic motivation* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention*[22]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke lima adalah:

H₅ : *Hedonic motivation* (HM) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI)

f. Pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*

Price value merupakan nilai atau harga yang di keluarkan oleh pengguna untuk hasil akan yang diperoleh sebelum atau sesudah menggunakan teknologi, apabila biaya yang dikeluarkan sesuai dengan apa yang diinginkan maka pengguna akan memiliki keinginan untuk menggunakan teknologi tersebut begitu pula sebaliknya. Berikut merupakan beberapa peneliti terdahulu yang menggunakan model UTAUT 2 dalam pengembangan hipotesis. Kemudian pada penelitian Al Bachri Ramdhani dkk menunjukkan bahwa *Price value* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention*[22]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke enam adalah :

H₆ : *Price value* (PV) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI)

g. Pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*

Habit merupakan perilaku kemampuan seorang pengguna dalam menggunakan teknologi secara otomatis berdasarkan pembelajaran sebelumnya atau kebiasaan seseorang dalam menggunakan teknologi yang memiliki sistem yang sama sebelumnya. Berikut merupakan beberapa peneliti terdahulu yang menggunakan model UTAUT 2 dalam pengembangan hipotesis. Pada penelitian yang dilakukan oleh Al Bachri Ramdhani dkk menunjukkan bahwa *Habit* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* dan *Habit* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Use Behavior*[22]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke tujuh adalah:

H_{7a} : *Habit* (H) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI)

H_{7b} : *Habit* (H) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Use Behavior* (UB)

h. Age, Gender dan Experience memoderasi pengaruh antara *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention*

Berikut merupakan beberapa peneliti terdahulu yang menggunakan model UTAUT 2 dalam pengembangan hipotesis. Pada penelitian Shinta Aprilisa, Samsuryadi dan Sukemi yang menunjukkan bahwa *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap niat (*Behavioral Intention*) pengguna pada aplikasi Shopee yang dimoderasi oleh *Age* serta *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap niat (*Behavioral Intention*) pengguna pada aplikasi Shopee yang dimoderasi oleh *Gender*[23]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke delapan adalah :

H₈ : *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* yang dimoderasi oleh *Age, Gender, Experience*

i. Age, Gender, dan Experience memoderasi pengaruh antara *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*

Peneliti terdahulu yang menggunakan model UTAUT 2 dalam pengembangan hipotesis yaitu penelitian Shinta Aprilisa, Samsuryadi dan Sukemi yang menunjukkan bahwa *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap niat (*Behavioral Intention*) pengguna pada aplikasi Shopee yang dimoderasi oleh *Age* serta *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap niat (*Behavioral Intention*) pengguna pada aplikasi Shopee yang dimoderasi oleh *Gender*[23]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke sembilan adalah:

H₉ : *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* yang dimoderasi oleh *Age*, *Gender*, dan *Experience*.

j. *Age*, *Gender*, dan *Experience* memoderasi pengaruh antara *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*

Pada penelitian yang dilakukan oleh Siska Anggraini, dkk menunjukkan bahwa *Price Value* terhadap *Behavioral Intention* dimoderasi oleh *Age* dan *Gender*[31]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke sepuluh adalah:

H₁₀ : *Age*, *Gender*, dan *Experience* memoderasi pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*.

k. *Age*, *Gender*, dan *Experience* der memoderasi pengaruh antara *Habit* terhadap *Behavioral Intention*

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Erlita Octaviani menunjukkan bahwa *Habit* terhadap *Behavioral Intention* tidak dimoderasi oleh *Age* dan *Gender*[16]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke sebelas adalah:

H₁₁ : *Age*, *Gender*, dan *Experience* tidak memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*.

l. *Age*, *Gender*, dan *Experience* memoderasi pengaruh antara *Habit* terhadap *Use Behavior*

Pada penelitian Sutanto, dkk menunjukkan bahwa *Age*, *Gender*, dan *Experience* tidak dapat memoderasi hubungan antara *Habit* terhadap *Use Behavior*[16]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis ke duabelas adalah:

H₁₂ : *Age*, *Gender*, dan *Experience* tidak memoderasi pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior*

m. *Experience* memoderasi pengaruh antara *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Sutanto, dkk menunjukkan bahwa variabel *Experience* dengan *Behavioral Intention* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior*[16]. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis tigabelas adalah :

H₁₃ : *Experience* tidak memoderasi pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*.