

Potensi Shopeepay Sebagai Teknologi Pembayaran Untuk Mendukung Inklusi Keuangan: Pendekatan Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*)

Diva Nur Andiani¹, Shinta Permata Sari^{2*}

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

e-mail: ¹b200210505@student.ums.ac.id, ^{2*}sps274@ums.ac.id

Article Info

Article history:

Received 15 September 2024

Received in revised form 2 Oktober 2024

Accepted 13 November 2024

Available online 14 Desember 2024

ABSTRACT

Technological advancements have had a significant impact on facilitating financial transactions, one of which is through the use of digital payment systems. ShopeePay, as one of the e-wallets that has rapidly grown in Indonesia, offers convenience in making cashless transactions. Although ShopeePay is becoming increasingly popular, several factors still influence the behavior of its use, particularly among Generation Z. This study aims to analyze the factors that affect ShopeePay usage behavior among Generation Z students at the Universitas Muhammadiyah Surakarta using the UTAUT model. The sampling method used is convenience sampling. This quantitative research uses primary data collected through an online questionnaire via a Google Form link. A total of 275 respondents are involved in the study. Data analysis is conducted using the Smart PLS application. The results of the study indicate that performance expectancy, social influence, and facilitating conditions have affect use behavior, while effort expectancy does not have use behavior. This study emphasizes the importance of performance, social, and infrastructure support aspects in enhancing the acceptance of ShopeePay as a digital payment technology.

Keywords: digital payment, UTAUT, use behavior

1. PENDAHULUAN

Revolusi industri 5.0 memberikan dampak signifikan terhadap kemajuan teknologi, terutama dalam industri keuangan yang kini dikenal dengan istilah *financial technology* (*fintech*) (Mulauddin, 2022). Kehadiran *fintech* merupakan terobosan baru yang menjadi alternatif pembayaran nontunai yang lebih efektif, mengingat tidak lagi memerlukan uang kertas dalam penggunaannya (Gunawan dan Winarti, 2022). Fenomena ini seiring dengan adopsi *fintech* yang semakin meluas, terutama dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang didominasi oleh pengguna teknologi informasi dengan kehidupan yang serba cepat (Basalamah *et al.*, 2022). Di Indonesia, berbagai sistem pembayaran nontunai berkembang pesat, meski tetap dalam pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia. OJK fokus pada regulasi dan pengawasan *fintech* di bidang *peer-to-peer* (P2P) *lending*, *equity crowdfunding*, dan inovasi keuangan digital lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2016),

sedangkan Bank Indonesia mengatur dan mengawasi *fintech* dalam sektor sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2017).

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi yang sangat akrab dengan dunia digital (Purnomo *et al.*, 2019), dan oleh karena itu, mereka sudah terbiasa dengan pemanfaatan teknologi keuangan. Salah satu teknologi keuangan yang semakin populer adalah sistem pembayaran digital. ShopeePay, sebagai salah satu *fintech* yang terintegrasi dalam sistem pembayaran digital, meskipun baru diluncurkan pada 2018, telah menjadi *e-wallet* yang paling banyak digunakan di Indonesia (Kurniawan, 2022). ShopeePay tidak hanya digunakan untuk transaksi pembelian di platform Shopee, tetapi juga dapat digunakan untuk berbagai transaksi pembayaran lainnya. Penggunaan ShopeePay telah menjadi gaya hidup baru bagi komunitas pengguna Shopee, karena menawarkan kemudahan dan berbagai keuntungan, seperti penawaran menarik yang hanya tersedia untuk pengguna ShopeePay (Faddila *et al.*, 2022). Pertumbuhan pesat ShopeePay menunjukkan tingginya minat masyarakat dalam memanfaatkan aplikasi ini sebagai sarana transaksi digital.

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003), menjadi kerangka teori yang relevan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi. Model ini menggabungkan elemen-elemen dari berbagai teori penerimaan teknologi lainnya, seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), dan *Theory of Planned Behavior* (TPB), untuk menjelaskan hingga 70% variasi dalam niat penggunaan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2003). Faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi dalam model UTAUT meliputi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Dalam konteks penggunaan ShopeePay, berbagai faktor ini dapat mempengaruhi perilaku pengguna.

Performance expectancy mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Dalam hal ini, pengguna ShopeePay percaya bahwa aplikasi ini dapat memudahkan dan mempercepat transaksi mereka. *Effort expectancy* mengacu pada sejauh mana pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut. ShopeePay mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi tanpa harus keluar rumah atau membawa uang tunai. *Social influence* menunjukkan seberapa besar pengaruh orang lain dalam keputusan penggunaan teknologi. Pengguna ShopeePay cenderung dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya, yang sudah lebih dahulu menggunakan aplikasi ini. Terakhir, *facilitating conditions* berhubungan dengan kenyamanan yang diberikan oleh infrastruktur pendukung, seperti akses internet dan dukungan dari penyedia layanan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan ShopeePay di kalangan mahasiswa aktif Generasi Z di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini juga berupaya mengembangkan studi sebelumnya yang menunjukkan pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* terhadap perilaku pengguna ShopeePay.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan perluasan dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dirumuskan oleh Davis pada tahun 1989. TAM menjelaskan bahwa variabel bebas yang mendasari penerimaan teknologi adalah *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Teori tindakan beralasan (*Theory of*

Reasoned Action) yang diusulkan oleh Ajzen dan Fishbein dikemukakan pada 1980, dan diperbarui dengan teori perilaku direncanakan atau *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1985).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology adalah model yang menunjukkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat untuk menggunakan teknologi tertentu (*e-commerce*). Bagaimana individu berperilaku dan mengambil keputusan dapat dijelaskan oleh *unified theory of acceptance and use of technology*. Menurut Ningtyas dan Wafiroh (2019), didalam penelitiannya mengatakan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan hasil dari serangkaian proses yang melibatkan sikap, norma dan pengendalian perilaku. Berdasarkan teori ini, perilaku seseorang akan dipengaruhi oleh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating condition*.

Use Behavior

Perilaku penggunaan teknologi informasi (*use behavior*) didefinisikan sebagai intensitas dan atau frekuensi pemakai dalam menggunakan teknologi informasi (Venkatesh *et al.*, 2003). *Use behavior* dalam banyak penelitian empiris selalu digunakan sebagai variabel dependen. Perilaku penggunaan teknologi informasi sangat bergantung pada evaluasi pengguna dari sistem tersebut.

Bharata dan Widyaningrum (2017) menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan suatu refleksi dari perilaku seseorang. Perilaku seseorang dapat dilihat dari niat mereka untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi. Seseorang akan menggunakan sistem jika mereka percaya bahwa sistem tersebut berguna dalam membantu penyelesaian pekerjaannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa menggunakan sistem tidak membawa dampak yang baik bagi pekerjaannya, mereka tidak akan menggunakan sistem tersebut. Penggunaan nyata dalam penelitian ini adalah seberapa lama pemakai berinteraksi dengan sistem informasi atau menggunakan sistem tersebut untuk menyelesaikan pekerjaannya.

Use behavior adalah evaluasi pengguna terhadap sistem yang mereka gunakan. Jika pengguna merasa sistem tersebut efektif, penerimaan teknologi informasi dianggap sukses (Utami dan Irwansyah, 2022). Akibatnya, jika pengguna merasa bahwa menggunakan layanan ShopeePay dapat meningkatkan produktivitas mereka, mereka akan terus menggunakan layanan tersebut. Indikator pengukurannya, yaitu *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku), *affect toward use* (sikap terhadap penggunaan), dan *affect* (pengaruh).

Performance Expectancy

Venkatesh *et al.* (2003) menjelaskan bahwa *performance expectancy* memiliki arti berupa sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem akan membantunya mencapai peningkatan dalam kinerja pekerjaan. Dalam model tersebut, terdapat beberapa konsep terkait ekspektasi kinerja, seperti persepsi kegunaan (TAM/TAM2 dan C-TAM TPB), motivasi ekstrinsik (MM), kesesuaian pekerjaan (MPCU), keuntungan relatif (IDT), dan ekspektasi hasil (SCT). Menurut (Venkatesh *et al.*, 2003) terdapat beberapa indikator yang kuat dan konsisten dari variabel *performance expectancy* dalam beberapa penelitian sebelumnya. Indikator dari *performance expectancy*, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *relative advantage* (keuntungan relatif), dan *outcome expectations* (harapan hasil).

Effort Expectancy

Venkatesh *et al.* (2003) menjelaskan bahwa *effort expectancy* adalah seberapa mudahnya seseorang menggunakan sistem. Ini sejalan dengan konsep yang diuraikan oleh

Plouffe *et al.* (2001) yang disebutkan dalam penelitian Owusu *et al.* (2019), bahwa *effort expectancy* adalah sejauh mana sebuah usaha dipermudah oleh penggunaan teknologi baru. *Effort expectancy* memiliki konstruk dari beberapa model sebelumnya, yaitu *perceived ease of use* (TAM/TAM2), *complexity* (MPCU), dan *ease of use* (IDT) yang selanjutnya juga menjadi indikator pengukuran variabel, yaitu *perceived ease of use* (persepsi terhadap kemudahan pengguna) dan *ease of use* (kemudahan penggunaan).

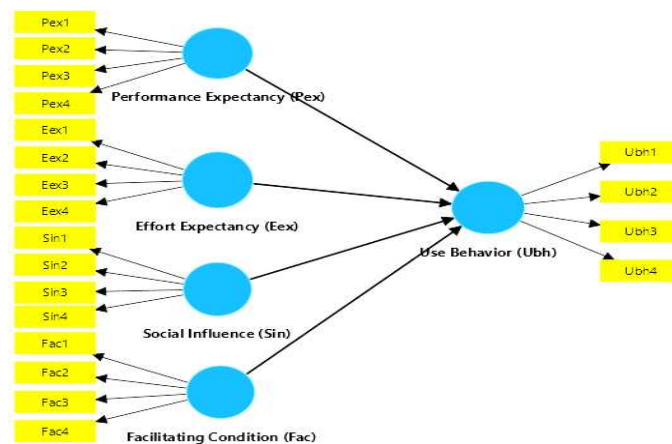
Social Influence

Venkatesh *et al.* (2003) menjelaskan bahwa *social influence* adalah seberapa besar seseorang menganggap pentingnya keyakinan orang lain saat mereka menggunakan suatu sistem baru. *Social influence* ini dilihat sebagai faktor yang langsung mempengaruhi niat perilaku, yang tercermin dalam norma subjektif dalam berbagai teori seperti TRA, TAM2, TPB/DTPB, dan C-TAM-TPB, serta faktor sosial dalam MPCU dan citra dalam IDT. Terdapat tiga indikator yang dapat memprediksi variabel *social influence*, yaitu *subjective norm* (norma subjektif) dan *social factors* (faktor sosial).

Facilitating Conditions

Venkatesh *et al.* (2003) menjelaskan bahwa *facilitating conditions* adalah cara untuk menilai sejauh mana seseorang yakin bahwa struktur organisasi dan teknis yang tersedia mendukung penggunaan suatu sistem. Konsep ini dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu *perceived behavioral control* (persepsi terhadap kontrol perilaku) dan *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi).

Kerangka Konseptual dan Hipotesis



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Use Behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z

Performance expectancy adalah seberapa yakin seseorang bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya dalam pekerjaan (Venkatesh *et al.*, 2003). Dalam konteks ShopeePay, generasi Z yang memiliki *performance expectancy* akan lebih tertarik menggunakan layanan ini karena mereka mengharapkan ShopeePay dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan efisien dan efektif. Harapan kinerja yang tinggi ini mencakup ekspektasi terhadap kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan keamanan layanan yang ditawarkan oleh ShopeePay.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusuf *et al.* (2022) dan Maharlika (2023) membuktikan bukti empiris bahwa *performance expectancy* berpengaruh terhadap *use behavior* dalam

menggunakan ShopeePay pada Generasi Z. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Use Behavior* dalam menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z

Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Use Behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z

Effort expectancy merupakan variabel independen kedua dalam penelitian ini yang menjelaskan tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem atau tingkat kemudahan dari sebuah usaha sebagai hasil dari penggunaan teknologi baru (Venkatesh *et al.*, 2003). Dalam konteks ShopeePay, generasi Z yang memiliki *effort expectancy* akan lebih tertarik menggunakan layanan ini jika mereka merasa bahwa ShopeePay mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha untuk mempelajari atau mengoperasikannya. Harapan terhadap upaya ini mencakup kemudahan navigasi aplikasi, kejelasan instruksi, dan antarmuka yang ramah pengguna.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari *et al.* (2024) membuktikan bukti empiris bahwa *effort expectancy* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan ShopeePay pada Generasi Z. Fenomena berbeda ditemukan oleh Kusumaningrum dan Mahardhika (2024) yang menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan ShopeePay. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Use Behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z

Pengaruh *Social Influence* terhadap *Use Behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z

Social influence didefinisikan oleh Venkatesh *et al.* (2003) sebagai sejauh mana seorang individu menganggap kepercayaan orang lain merupakan hal penting untuk individu tersebut menggunakan suatu sistem baru. Dalam konteks ShopeePay, generasi Z yang memiliki *social influence* akan lebih cenderung menggunakan layanan ini jika mereka melihat bahwa orang-orang di sekitar mereka, seperti teman, keluarga, atau tokoh-tokoh berpengaruh, juga menggunakan dan merekomendasikan ShopeePay. Pengaruh sosial ini dapat meningkatkan minat dan kepercayaan generasi Z terhadap ShopeePay, sehingga mereka lebih mungkin untuk mulai menggunakan layanan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Fathonah *et al.* (2023) dan Sabila *et al.* (2024) membuktikan bukti empiris bahwa *social influence* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan ShopeePay pada Generasi Z. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : *Social Influence* berpengaruh terhadap *Use Behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z

Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z

Venkatesh *et al.* (2003) mendefinisikan *facilitating conditions* sebagai sebuah tingkat untuk mengukur sejauh mana individu mempercayai bahwa infrastruktur organisasi dan infrastruktur teknis yang ada mendukung niat untuk menggunakan suatu sistem. Dalam konteks ShopeePay, generasi Z yang memiliki *facilitating condition* akan lebih cenderung menggunakan layanan ini jika mereka merasa bahwa ada cukup banyak fasilitas dan dukungan yang memungkinkan mereka untuk menggunakan ShopeePay dengan lancar.

Semakin baik kondisi yang memfasilitasi ini, semakin besar kemungkinan generasi Z untuk mengadopsi ShopeePay.

Penelitian yang dilakukan oleh Angelina dan Yasin (2024) serta Syahnel *et al.* (2024) membuktikan bukti empiris bahwa *facilitating condition* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan ShopeePay pada Generasi Z. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 :*Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Use Behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Penelitian kuantitatif dipilih karena fokusnya pada pengujian teori melalui pengukuran variabel dengan angka dan analisis statistik untuk menguji hubungan antara variabel yang ada (Sugiyono, 2017). Pendekatan deskriptif digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*, dengan variabel dependen *use behavior* pengguna ShopeePay. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta yang termasuk dalam Generasi Z dan telah menggunakan ShopeePay. Sampel ditentukan menggunakan metode *convenience sampling*, yang memilih individu yang mudah dijangkau (Sugiyono, 2017). Sampel penelitian berjumlah 275 responden, dihitung menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan 6%, untuk memastikan hasil yang representatif (Parulian, 2018). Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* menggunakan Google Form dengan *skala likert* untuk mengukur sikap dan persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti. Kuesioner ini berisi pernyataan terkait dengan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *use behavior* ShopeePay dengan menyesuaikan pernyataan dari penelitian Venkatesh *et al.* (2003). Analisis data dilakukan menggunakan prosedur statistik untuk menguji hubungan antar variabel yang mempengaruhi penggunaan ShopeePay, yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan mahasiswa.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Proses pengumpulan data berlangsung selama satu bulan. Jumlah total responden yang mengisi kuesioner adalah 315, dan hanya 275 responden yang valid digunakan untuk sampel akhir data. Data sampel akhir ini diproses dan dianalisis menggunakan aplikasi *Smart PLS 3.0*. Pertama, dilakukan analisis data profil responden. Kedua, dilakukan analisis data menggunakan metode SEM-PLS dengan menguji model luar (*outer model*) dan model dalam (*inner model*).

Berdasarkan data profil responden, untuk dua belas fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) dapat diketahui bahwa semua responden yang mengisi adalah mahasiswa aktif UMS hingga semester gasal 2024/2025. Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden adalah perempuan 80,4% dan sisanya laki-laki 19,6%. Berdasarkan usia, responden terbanyak adalah usia 21 tahun 39,6%, 20 tahun 28%, 19 tahun 16%, 22 tahun 9,1%, 18 tahun 5,5%, 17 tahun 1,5%, dan 23 tahun 0,4%. Lama responden menggunakan aplikasi shopeepay, paling lama adalah 3-4 tahun 45,1%, 1-2 tahun 30,5%, dan > 4 tahun 24,4%. Data profil responden ditampilkan pada Tabel 1. berikut:

Tabel 1. Profil Responden

Deskripsi	Frekuensi	(%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	54	19,6

Perempuan	221	80,4
Total	275	100,0
Usia		
17	4	1,5
18	15	5,5
19	44	16,0
20	77	28,0
21	109	39,6
22	25	9,1
23	1	0,4
Total	275	100,0
Lama Menggunakan Aplikasi ShopeePay		
< 1 Tahun	0	0,0
1 Tahun - 2 Tahun	84	30,5
3 Tahun - 4 Tahun	124	45,1
> 4 Tahun	67	24,4
Total	275	100,0

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menghimpun, mengolah, dan menganalisis data sehingga dapat menghasilkan informasi yang dapat disajikan secara jelas (Ghozali, 2008). Teknik ini digunakan untuk memberikan deskripsi dan gambaran atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam analisis statistik deskriptif, informasi dapat diperoleh dari perhitungan rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum, serta standar deviasi untuk memahami variabel-variabel yang diteliti tersebut. Tabel 2 berikut menyajikan nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi untuk masing-masing variabel penelitian, yaitu *performance expectancy* (Pex), *effort expectancy* (Eex), *social influence* (Sin), *facilitating conditions* (Fac), dan *use behavior* (Ubh). Analisis deskriptif penting untuk memahami karakteristik data sebelum melanjutkan ke analisis berikutnya.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Mean	Minimum	Maximum	Standard Deviation
Pex1	275	4,476	2,000	5,000	0,617
Pex2	275	4,393	2,000	5,000	0,712
Pex3	275	4,087	1,000	5,000	0,949
Pex4	275	4,378	1,000	5,000	0,740
Eex1	275	4,473	2,000	5,000	0,548
Eex2	275	4,422	2,000	5,000	0,658
Eex3	275	4,531	2,000	5,000	0,574
Eex4	275	4,564	2,000	5,000	0,602
Sin1	275	3,869	1,000	5,000	0,956
Sin2	275	3,778	1,000	5,000	0,968
Sin3	275	4,124	1,000	5,000	0,886

Sin4	275	4,229	1,000	5,000	0,745
Fac1	275	4,567	2,000	5,000	0,571
Fac2	275	4,422	2,000	5,000	0,600
Fac3	275	4,305	2,000	5,000	0,628
Fac4	275	4,309	1,000	5,000	0,710
Ubh1	275	4,324	2,000	5,000	0,714
Ubh2	275	4,011	2,000	5,000	0,908
Ubh3	275	4,309	2,000	5,000	0,750
Ubh4	275	4,396	2,000	5,000	0,723

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2. diketahui bahwa hasil uji statistik deskriptif dengan jumlah sampel (N) sebanyak 245 diketahui pada variabel *performance expectancy* (Pex) menunjukkan nilai minimum 1 dan 2 hingga nilai maksimum 5 dengan nilai rata-rata tertinggi 4,476 (Pex1) dan standar deviasi tertinggi 0,949 (Pex3), sedangkan nilai rata-rata terendah 4,087 (Pex3) dan standar deviasi terendah 0,617 (Pex1). Variabel *effort expectancy* (Eex) menunjukkan nilai minimum 2 hingga nilai maksimum 5 dengan nilai rata-rata tertinggi 4,564 (Eex4) dan standar deviasi tertinggi 0,658 (Eex2), sedangkan nilai rata-rata terendah 4,422 (Eex2) dan standar deviasi terendah 0,548 (Eex1). Variabel *social influence* (Sin) menunjukkan nilai minimum 1 hingga nilai maksimum 5 dengan nilai rata-rata tertinggi 4,229 (Sin4) dan standar deviasi tertinggi 0,968 (Sin2), sedangkan nilai rata-rata terendah 3,778 (Sin2) dan standar deviasi terendah 0,745 (Sin4). Variabel *facilitating conditions* (Fac) menunjukkan nilai minimum 1 dan 2 hingga nilai maksimum 5 dengan nilai rata-rata tertinggi 4,567 (Fac1) dan standar deviasi tertinggi 0,710 (Fac4), sedangkan nilai rata-rata terendah 4,305 (Fac3) dan standar deviasi terendah 0,571 (Fac1). Variabel *use behavior* (Ubh) menunjukkan nilai minimum 2 hingga nilai maksimum 5 dengan nilai rata-rata tertinggi 4,396 (Ubh4) dan standar deviasi tertinggi 0,908 (Ubh2), sedangkan nilai rata-rata terendah 4,011 (Ubh2) dan standar deviasi terendah 0,714 (Ubh1).

Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran)

Model pengukuran menunjukkan cara setiap blok indikator berinteraksi dengan variabel latennya. Evaluasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori dilakukan dengan menggunakan pendekatan MTMM (*Multi Trait-Multi iMethod*) dengan menguji *validity convergent* dan *discriminant*, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Ghozali dan Latan, 2015).

Convergent Validity

Pada model pengukuran dengan indikator reflektif, validitas konvergen dapat dinilai melalui sejauh mana korelasi antara skor item dengan skor konstruksinya. Tingkat korelasi yang mencapai 0,70 menunjukkan tingkat validitas reflektif yang tinggi. Namun, dalam tahap pengembangan skala penelitian, *loading* antara 0,50 hingga 0,60 masih dapat diterima (Ghozali dan Latan, 2015).

Tabel 3. Hasil Uji Outer Model (*Convergent Validity*)

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i> (Pex)	Pex1	0,755	Valid
	Pex2	0,785	Valid
	Pex3	0,709	Valid
	Pex4	0,802	Valid
<i>Effort Expectancy</i> (Eex)	Eex1	0,793	Valid
	Eex2	0,794	Valid

	Eex3	0,730	Valid
	Eex4	0,830	Valid
	Sin1	0,838	Valid
<i>Social Influence (Sin)</i>	Sin2	0,865	Valid
	Sin3	0,764	Valid
	Sin4	0,755	Valid
	Fac1	0,705	Valid
<i>Facilitating Condition (Fac)</i>	Fac2	0,761	Valid
	Fac3	0,714	Valid
	Fac4	0,722	Valid
	Ubh1	0,774	Valid
<i>Use Behavior (Ubh)</i>	Ubh2	0,785	Valid
	Ubh3	0,856	Valid
	Ubh4	0,827	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan uji *convergent validity*, hasil penelitian menunjukkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini memiliki nilai faktor pemuatan $> 0,7$, artinya semua indikator memenuhi kriteria validitas konvergen.

Discriminant Validity

Discriminant validity diuji dengan melihat nilai kriteria *Fornell-Larcker*. Jika korelasi antara konstruk dan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi antara indikator dan konstruk lainnya, maka ini menunjukkan bahwa konstruk laten lebih baik dalam memprediksi indikator di blok mereka daripada di blok lainnya.

Tabel 4. Hasil Uji *Outer Model (Discriminant Validity)*

	<i>Use Behavior (Ubh)</i>	<i>Effort Expectancy (Eex)</i>	<i>Facilitating Condition (Fac)</i>	<i>Performance Expectancy (Pex)</i>	<i>Social Influence (Sin)</i>
<i>Use Behavior (Ubh)</i>	0,811				
<i>Effort Expectancy (Eex)</i>	0,409	0,788			
<i>Facilitating Condition (Fac)</i>	0,532	0,626	0,726		
<i>Performance Expectancy (Pex)</i>	0,656	0,544	0,528	0,763	
<i>Social Influence (Sin)</i>	0,684	0,274	0,420	0,573	0,807

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil estimasi *Fornell-Larcker* pada Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai kriteria *Fornell-Larcker* yang lebih tinggi untuk indikatornya daripada yang lain dan nilainya < 0.9 , yang berarti bahwa semua indikator memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Reliability

Selain menguji validitas, pengukuran model juga perlu untuk mengevaluasi reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran konstruk tersebut akurat, konsisten, dan tepat. Dalam PLS-SEM menggunakan program

SmartPLS 3.0, reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dievaluasi menggunakan dua metode, yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Suatu konstruk dianggap reliabel jika nilai dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha* melebihi 0,70 (Ghozali dan Latan, 2015).

Tabel 5. Hasil Uji *Outer Model (Reliability)*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Use Behavior (Ubh)</i>	0,826	0,885
<i>Effort Expectancy (Eex)</i>	0,796	0,867
<i>Facilitating Condition (Fac)</i>	0,704	0,817
<i>Performance Expectancy (Pex)</i>	0,761	0,848
<i>Social Influence (Sin)</i>	0,820	0,882

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* setiap variabel > 0,7, sehingga variabel *use behavior*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *performance expectancy*, dan *social influence* dinyatakan reliabel.

Hasil Uji *Inner Model (Model Struktural)*

R-Square

Dalam mengevaluasi model struktural, pertama-tama dinilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai indikator keefektifan prediksi dari model struktural tersebut. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* yang merupakan uji *goodness-fit* model. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Nilai *R-Square* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Ghozali dan Latan, 2015).

Tabel 6. Hasil Uji *Inner Model (R-Square)*

	<i>R Square</i>	<i>R Adjusted Square</i>
<i>Use Behavior (Ubh)</i>	0,597	0,591

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 6. dapat disimpulkan bahwa nilai *Adjusted R²* untuk variabel dependen *use behavior* sebesar 0,591. Hal ini berarti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* mampu menjelaskan *use behavior* sebesar 59,1%, sisanya 40,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Q-Square (Q²)

Uji *Q-Square* bertujuan untuk menilai seberapa baik model dapat diprediksi. Proses pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *blindfolding*. Terdapat dua pendekatan untuk menghitung nilai *Q²*, yaitu *cross-validated redundancy* dan *cross-validated communality*. Pendekatan pertama, *cross-validated redundancy*, umumnya lebih direkomendasikan untuk mengeksplorasi relevansi prediktif dari model jalur PLS (*Partial Least Squares*). Sebagai panduan umum, nilai *Q²* yang lebih besar dari nol untuk suatu konstruk endogen tertentu menunjukkan bahwa akurasi prediktif model jalur tersebut dapat diterima untuk konstruk tersebut (Sarstedt *et al.*, 2017).

Tabel 7. Hasil Uji *Inner Model* (Q-Square)

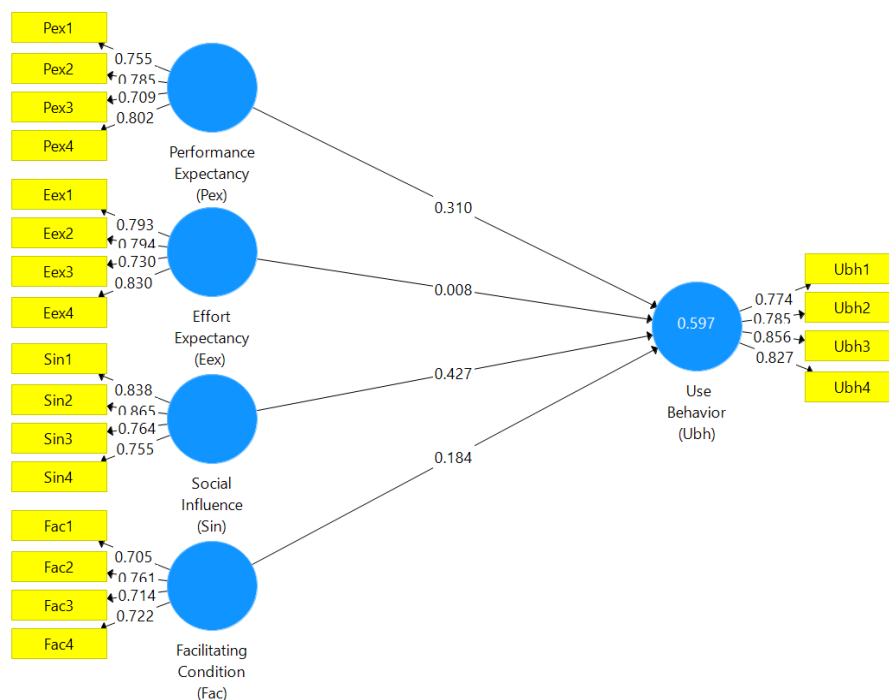
	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
<i>Use Behavior</i> (Ubh)	1100,000	678,509	0,383
<i>Effort Expectancy</i> (Eex)	1100,000	1100,000	
<i>Facilitating Condition</i> (Fac)	1100,000	1100,000	
<i>Performance Expectancy</i> (Pex)	1100,000	1100,000	
<i>Social Influence</i> (Sin)	1100,000	1100,000	

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 7. diperoleh nilai Q² sebesar 0,383 lebih besar dari nol. Oleh karena itu, model tersebut telah memenuhi relevansi prediktif, yang menunjukkan bahwa model telah direkonstruksi dengan baik.

Hasil Uji Hipotesis

Secara umum, PLS sering digunakan dalam penelitian *explanatory research* untuk menguji hipotesis dengan menganalisis nilai t-statistik dan probabilitasnya. Prosedur *bootstrapping* dilakukan untuk mengevaluasi signifikansi hubungan antar variabel, dimana seluruh sampel awal digunakan untuk resampling. Meskipun beberapa literatur merekomendasikan menggunakan 200-1000 samples *bootstrap* sebagai cukup untuk mengoreksi estimasi kesalahan standar PLS (Ghozali dan Latan, 2015), disarankan menggunakan 5.000 samples *bootstrap* jika sampel asli lebih kecil dari jumlah tersebut.

**Gambar 2.** Path Diagram Hasil *Output* Pengujian Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

		Original Sample (O)	T Statistics (O /STDEV D)	P Values	Hasil
H ₁	Performance Expectancy (Pex) → Use Behavior (Ubh)	0,310	4,204	0,000	Diterima
H ₂	Effort Expectancy (Eex) → Use Behavior (Ubh)	0,008	0,136	0,446	Ditolak
H ₃	Social Influence (Sin) → Use Behavior (Ubh)	0,427	6,444	0,000	Diterima
H ₄	Facilitating Condition (Fac) → Use Behavior (Ubh)	0,184	2,782	0,003	Diterima

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, seperti yang terlihat pada Tabel 8. diketahui bahwa dari empat hipotesis yang dibangun, ada tiga hipotesis yang diterima: H₂, H₃, dan H₄. Sementara itu, satu hipotesis ditolak: H₁.

Pembahasan

Pengujian Pengaruh Performance Expectancy Terhadap Use Behavior dalam menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z

Hipotesis 1 menunjukkan $p\text{-value } 0,000 < 0,05$ dan $t\text{-value } 4,204 > 1,96$. Hasil ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh pada *use behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z, dan H₁ diterima. Hal ini berarti semakin tinggi *performance expectancy* yang dirasakan oleh pengguna, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan sistem atau teknologi tersebut secara aktif. Hasil ini sejalan dengan penelitian Yusuf *et al.* (2022) dan Maharlika (2023), yang menunjukkan *performance expectancy* berpengaruh terhadap *use behavior*.

Pengujian Pengaruh Effort Expectancy Terhadap Use Behavior Dalam Menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z

Hipotesis 2 menunjukkan $p\text{-value } 0,446 > 0,05$ dan $t\text{-value } 0,136 < 1,96$. Hasil ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh pada *use behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z, dan H₂ ditolak. Hal ini berarti bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna tidak secara signifikan memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan sistem atau teknologi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kusumaningrum dan Mahardhika (2024), yang menunjukkan *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*.

Pengujian Pengaruh Social Influence Terhadap Use Behavior Dalam Menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z

Hipotesis 3 menunjukkan $p\text{-value } 0,000 < 0,05$ dan $t\text{-value } 6,444 > 1,96$. Hasil ini menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh pada *use behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z, dan H₃ diterima. Hal ini berarti bahwa *social influence*, seperti rekomendasi, pendapat, atau tekanan dari orang-orang di sekitar pengguna, dapat secara signifikan memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Fathonah *et al.* (2023) dan Sabila *et al.* (2024) yang menunjukkan *social influence* berpengaruh terhadap *use behavior*.

Pengujian Pengaruh *Facilitating Condition* Terhadap *Use Behavior* Dalam Menggunakan ShopeePay pada Generasi Z

Hipotesis 4 menunjukkan $p\text{-value } 0,003 < 0,05$ dan $t\text{-value } 2,782 > 1,96$. Hasil ini menunjukkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh pada *use behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z, dan H_4 diterima. Hal ini berarti bahwa *facilitating condition*, seperti infrastruktur, pelatihan, atau panduan penggunaan, secara signifikan meningkatkan kemungkinan individu untuk menggunakan sistem atau teknologi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Angelina dan Yasin (2024) dan Syahnel *et al.* (2024), yang menunjukkan *facilitating condition* berpengaruh terhadap *use behavior*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang dilakukan atas data dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa dari empat hipotesis yang dibangun, tiga hipotesis berpengaruh, yaitu: *performance expectancy* berpengaruh pada *use behavior*; *social influence* berpengaruh pada *use behavior*; dan *facilitating condition* berpengaruh pada *use behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z. Terdapat satu hipotesis tidak berpengaruh yaitu *effort expectancy* tidak berpengaruh pada *use behavior use behavior* dalam menggunakan ShopeePay pada Generasi Z.

Sesuai dengan hasil analisis penelitian ini, beberapa saran untuk penelitian selanjutnya antara lain adalah menambahkan variabel atau model pendekatan lain, memperluas sampel dengan melibatkan lintas generasi, melakukan penelitian jangka panjang untuk melihat pengaruh faktor-faktor terhadap penggunaan dalam waktu lama, serta membandingkan ShopeePay dengan aplikasi pembayaran digital lainnya. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penggunaan aplikasi pembayaran digital agar inklusi keuangan juga semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In *Action Control*. 11-39.
- Angelina, Y. P., & Yasin, A. (2024). Penerapan Model UTAUT Terhadap Minat dan Perilaku Masyarakat Kota Surabaya Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(1), 18–30.
- Bank Indonesia. (2017). Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang *Penyelenggaraan Teknologi Finansial*, diakses pada 26 Juni 2024, dari https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI_191217.aspx
- Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 57–71.
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2017). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Akademik Melalui Pengembangan Model UTAUT Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2), 1–17.
- Faddila, P. S., Fadli, U. M. D., & Fauji, R. (2022). Analisis Karakteristik Pengguna ShopeePay Sebagai Dompot Digital Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 7(2), 1-9.

- Fathonah, A., Nabhani, I., & Aulawi, H. (2023). The Role of ShopeePay Use in Improving Financial Inclusion by Using a Unified Theory of Acceptance a Use of Technology Model 2 (UTAUT 2). *BIEJ*, 5(1), 40–43.
- Ghozali, I. (2008). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Latan. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. A. L., & Winarti, A. (2022). Pengaruh Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Dimasa Kini. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(5), 352–356.
- Kurniawan, A. (2022). *Hikmah Pandemi Covid-19 Dompot Digital Naik Daun*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. KPKNL Semarang, diakses pada 27 Juni 2024, pada <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14974/Hikmah-Pandemi-Covid-19-Dompot-Digital-Naik-Daun.html>
- Kusumaningrum, D., & Samudra Mahardhika, A. (2024). Penerapan Metode UTAUT Pada Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Akuntansi Pajak dan Manajemen*, 7(1), 1–13.
- Maharlika, T. F. (2023). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Penggunaan (Use Behavior) ShopeePay*. Skripsi S1, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia.
- Mulauddin, A. (2022). Challenges and Strategies of Muslim in the Era of Society 5.0 in Indonesia. *Proceeding of International Conference Islamic Studies (ICoIS) Lamic Studies (ICoIS)*, 3(2), 361–375.
- Ningtyas, M. N., & Wafiroh, N. L. (2019). Bagaimana Literasi dan Perilaku Keuangan pada Generasi Milenial? *Telaah Bisnis*, 20(1), 1–10.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77/POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, dikases pada 26 juni 2024, pada <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL%20-%20POJK%20Fintech.pdf>
- Owusu, K., Agyei, J., & Amanor, K. (2019). Examining the Efficiency of IT Applications and Bank Performance. *Industrial Management and Data Systems*, 119(9), 2072–2090.
- Parulian, T. (2018). *Metode Sampling*. diakses pada 14 juli 2024, <http://tohapparulian.blog.uma.ac.id/2018/04/>
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., Firdaus, M., & Generasi, A. (2019). *Generasi Z Sebagai Generasi Wirausaha*. *INA-Rxvi Papers*, 4(1), 46–59.
- Sabila, F. N., Suryanto, T. L. M., & Wulansari, A. (2024). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Minat dan Perilaku Penggunaan Learning Management System Dengan Model UTAUT. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 2246–2257.
- Sari, D. H., Khairiyah, N. M., & Huda, M. (2024). Analysis of the Influence of Interest in Using E-Wallets on Generation Z In Balikpapan City. *Prosiding SNITT Poltekba*, 6(28), 141–146.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International Publishing.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Statistical Field Theory*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Syahnel, A. H., Indah, D. R., Ruskan, E. L., & Firdaus, Mgs. A. (2024). Analisis Niat dan Perilaku Penggunaan SIMRS RSUD Ahmad Ripin Menggunakan UTAUT. *TEKNOKOM*, 7(1), 205–213.
- Utami, R. A., & Irwansyah, I. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi E-Wallet Dana Di Kota Samarinda. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(2), 60-70.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). Technology Acceptance Model - Research. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478.
- Yusuf, S., Ilyas Abas, M., & Lamusu, R. (2022). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akademik Universitas Muhammadiyah Gorontalo. *Jurnal Ilmu Komputer*, 2(3), 31-36.