

ANALISIS ADOPTSI PENGGUNA KELOMPOK USIA MUDA PADA INTEGRASI LAYANAN PEMBAYARAN GOPAY DI APLIKASI TOKOPEDIA MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2 & TTF

Hanifa Putri Rahima¹, Buce Trias Hanggara^{*2}, Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra³

^{1,2,3}Universitas Brawijaya, Malang

Email: ¹hanifaputri@student.ub.ac.id, ²buce_trias@ub.ac.id, ³widhy@ub.ac.id

^{*}Penulis Korespondensi

(Naskah masuk: 15 November 2023 diterima untuk diterbitkan: 11 Desember 2023)

Abstrak

Dewasa ini, perubahan pola hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan bertransaksi menyebabkan layanan *e-commerce* dan teknologi finansial (*fintech*) tumbuh secara signifikan. Gojek dan Tokopedia sebagai penyedia layanan *fintech* dan *e-commerce* melihat hal tersebut sebagai peluang sehingga upaya untuk memperkuat bisnis melalui proses *merger* dilakukan (PT GoTo Gojek Tokopedia). Hal ini diikuti dengan pengintegrasian GoPay sebagai layanan pembayaran utama di Tokopedia. Di sisi lain, Indonesia memasuki era bonus demografi dimana kelompok usia muda (17-24 tahun) mendominasi jumlah penduduk dengan proporsi terbesar, menjadikannya sebagai pasar yang potensial untuk melakukan penetrasi layanan. Namun, beragamnya kondisi sosiokultural memberikan tantangan dalam proses penetrasi. Oleh sebab itu, analisis mengenai faktor yang mempengaruhi adopsi perlu dilakukan agar perusahaan dapat memformulasikan strategi penetrasi yang tepat. Integrasi UTAUT2 dan TTF digunakan sebagai model untuk menjabarkan faktor perilaku adopsi. Sebanyak 100 responden berusia 17-24 tahun dijadikan sampel dan metode SEM-PLS digunakan untuk melakukan analisis. Hasil penelitian menunjukkan variabel *task technology fit*, ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terbukti secara signifikan mempengaruhi intensi pengguna.

Kata kunci: GoPay, Tokopedia, penerimaan teknologi integrasi, UTAUT2, TTF

ANALYZING FACTORS INFLUENCING YOUTH ADOPTION OF GOPAY PAYMENT SERVICE IN TOKOPEDIA USING UTAUT2 & TTF

Abstract

The changing lifestyles of society have significantly influenced the growth of *e-commerce* and financial technology (*fintech*) services. Gojek and Tokopedia as providers of *fintech* and *e-commerce* services perceive this as an opportunity to strengthen their business through a merger process (PT GoTo Gojek Tokopedia). This initiative accompanied by the integration of GoPay as the primary payment service in Tokopedia. Furthermore, Indonesia is experiencing a demographic bonus er, where the young age group (17-24 years) dominates the population, making it a potential market for service penetration. However, the diverse socio-cultural conditions present challenges in the penetration process. Therefore, an analysis of the factors influencing adoption is necessary for companies to formulate appropriate penetration strategies. The integration of UTAUT2 and TTF models is used to examine the factors influencing behavioral adoption. A sample of 100 respondents aged 17-24 years was selected, and the SEM-PLS method was employed for empirical data analysis. The research findings indicate that *task technology fit*, hedonic motivation, price value, performance expectancy, and habit significantly influence user intention.

Keywords: GoPay, Tokopedia, integrated technology acceptance, UTAUT2, TTF

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan teknologi telah merubah pola hidup masyarakat dalam melakukan pemenuhan kebutuhan. Hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai platform digital seperti *e-commerce* yang membuat konsumen mulai

meninggalkan cara konvensional dan beralih ke platform digital untuk melakukan pemenuhan kebutuhan. Data We Are Social (2021) menunjukkan bahwa tingkat adopsi layanan *e-commerce* di Indonesia mencapai 88,1%, tertinggi pertama di dunia. Data Kementerian Koordinator

Bidang Perkonomian Republik Indonesia (2022) mencatat bahwa pada tahun 2021, ekonomi digital Indonesia tumbuh sebesar 49%, dengan *e-commerce* berkontribusi sebagai penyumbang terbesar dengan nilai transaksi mencapai USD 53 miliar atau Rp 754 triliun.

Meningkatnya akseptasi konsumen dalam menggunakan *e-commerce* diperkuat dengan berkembangnya layanan teknologi finansial (*fintech*) seperti *e-wallet* yang memberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas transaksi. Merujuk pada laporan Xendit (2022), penggunaan *e-wallet* pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 42% dan tercatat sebagai metode pembayaran dengan persentase penggunaan terbesar.

Gojek dan Tokopedia sebagai penyedia layanan *fintech* dan *e-commerce* melihat hal tersebut sebagai peluang sehingga upaya merger (PT GoTo Gojek Tokopedia) dilakukan untuk memperkuat lini bisnis di sektor konsumen. Hal ini diikuti dengan pengintegrasian layanan finansial milik Gojek, yakni GoPay, sebagai metode pembayaran utama di Tokopedia menggantikan *e-wallet* sebelumnya, yakni OVO. Inisiatif tersebut memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan GoPay sebagai layanan finansial. Sejak hadir di Tokopedia, GoPay tercatat sebagai opsi pembayaran dengan frekuensi penggunaan terbesar, dengan nilai transaksi terhadap keseluruhan mencapai 93% pada kuartal pertama tahun 2022 (Tokopedia, 2023).

Di sisi lain, Indonesia memasuki era bonus demografi dimana kelompok usia muda (17-24 tahun) mendominasi keseluruhan jumlah penduduk dengan proporsi terbesar, yakni 31%. Besarnya proporsi kelompok usia muda tersebut menghadirkan peluang besar bagi GoTo untuk melakukan penetrasi layanan. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa kelompok usia muda merupakan kelompok dengan pengguna internet terbesar di Indonesia, dengan persentase 83,59% (Badan Pusat Statistik, 2019).

Namun demikian, besarnya potensi kelompok usia muda sebagai pangsa pasar menghadirkan tantangan tersendiri dalam hal bagaimana penetrasi dapat dilakukan. Pasalnya, Indonesia memiliki kondisi sosiokultural yang beragam sehingga tingkat penerimaannya dipengaruhi oleh beberapa aspek yang memerlukan kajian dan observasi secara ilmiah.

Maka dari itu, diperlukan suatu kajian untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat adopsi kelompok usia muda terhadap layanan pembayaran GoPay di aplikasi Tokopedia. Dengan demikian, perusahaan dapat memformulasikan strategi yang tepat sehingga produk dapat diterima dengan baik di pasar.

Berbagai model penerimaan teknologi telah dikemukakan oleh beberapa peneliti untuk mengkaji tingkat adopsi teknologi pada sebuah kelompok masyarakat. Model tersebut diantaranya *Theory of*

Reasoned Action (TRA) yang dikemukakan oleh Heilbroner et al. (1980), *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1985), TAM2 oleh Venkatesh dan Davis (2000), TAM3 yang oleh Venkatesh dan Bala (2008), UTAUT oleh Venkatesh et al. (2003), dan UTAUT2 oleh Venkatesh, Thong dan Xu (2012).

Selain itu, beberapa penelitian juga telah dilakukan untuk mengkaji tingkat penerimaan GoPay di Indonesia. Nuriska, Asakdiyah dan Setyawan (2018) melakukan kajian tingkat penerimaan GoPay di wilayah Yogyakarta. Indrawati dan Putri (2018) juga melakukan penelitian serupa, namun dengan cakupan yang lebih luas, yakni masyarakat di seluruh wilayah Indonesia. Namun demikian, penelitian yang telah dilakukan hanya berfokus terhadap penggunaan GoPay secara umum pada kelompok usia yang luas. Sedangkan, penelitian yang membahas secara spesifik mengenai tingkat adopsi GoPay ketika diintegrasikan pada suatu layanan dengan subjek kelompok usia muda masih belum pernah dilakukan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan sudut pandang baru mengenai bagaimana tingkat adopsi GoPay ketika diintegrasikan dengan Tokopedia.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi model *Unified Theory of Acceptance dan Use Technology 2* (UTAUT2) dan *Task Technology Fit* (TTF) untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi pengguna dari sisi perilaku dan teknologi. Model UTAUT2 digunakan atas dasar kemampuannya dalam memberikan kekuatan eksplanatori yang lebih tinggi, yakni sebesar 70%, dibandingkan metode sebelumnya (Wu, Lee dan Tian, 2021). Model TTF diintegrasikan untuk melengkapi kekurangan UTAUT dalam merefleksikan perilaku individu atas adopsi teknikal (Oliveira et al., 2014). Gabungan kedua model tersebut menghasilkan 8 variabel laten, yakni *task technology fit*, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan dengan variabel dependen. Adapun definisinya dijabarkan pada Tabel 2.1 dan Tabel 2.2.

Tabel 2.1 Definisi operasional berdasarkan model TTF

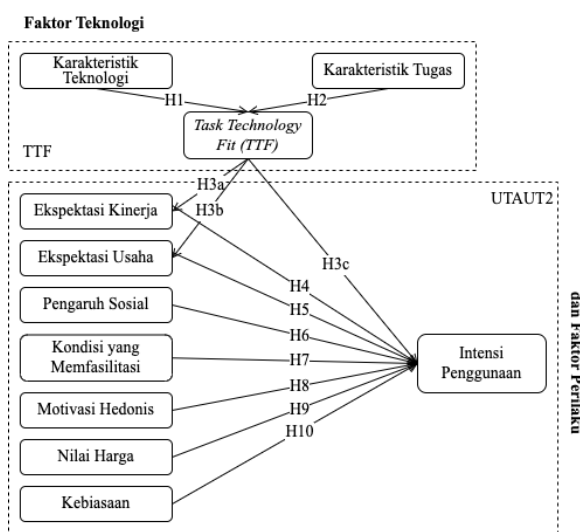
Variabel	Notasi	Definisi
Karakteristik Teknologi	TC	Kemampuan teknologi dalam menyelesaikan aktivitas atau pekerjaan.
Karakteristik Tugas	TAC	Tugas atau aktivitas yang diselesaikan dengan teknologi.
<i>Task Technology Fit</i>	TTF	Derajat dimana teknologi mampu membantu individu dalam melakukan aktivitas.

Tabel 2.2 Definisi operasional berdasarkan model UTAUT2

Variabel	Notasi	Definisi
Ekspektasi	PE	Tolak ukur dimana teknologi mampu

Variabel	Notasi	Definisi
Kinerja		membantu pengguna meningkatkan kinerjanya.
Ekspektasi Usaha	EE	Tolak ukur yang mendefinisikan seberapa mudah teknologi dapat digunakan.
Pengaruh Sosial	SI	Tolak ukur yang mendefinisikan sejauh mana individu merasa bahwa penting bagi orang lain untuk percaya bahwa ia menggunakan teknologi terkini yang sesuai dengan harapan orang lain.
Kondisi yang Memfasilitasi	FC	Tolak ukur yang mendefinisikan sejauh mana infrastruktur dan teknis dan organisasi dapat mendukung individu dalam menggunakan teknologi.
Motivasi Hedonis	HM	Kesenangan atau kepuasan yang diperoleh ketika menggunakan teknologi.
Nilai Harga	PV	Pertukaran kognitif antara manfaat yang dirasakan dari teknologi dengan biaya penggunaannya.
Kebiasaan	HT	Derajat dimana pengguna melakukan aktivitas secara spontan karena proses pembelajaran.
Intensi Penggunaan	IU	Kecenderungan untuk menggunakan teknologi.

Gabungan kedua model menghasilkan 12 hipotesis sebagaimana pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Model konseptual penelitian

Adapun penjabaran masing-masing hipotesis diuraikan pada Tabel 2.3.

Tabel 2.3 Hipotesis penelitian

Hipotesis
H1 Karakteristik teknologi secara positif mempengaruhi <i>task technology fit</i> .
H2 Karakteristik tugas secara positif mempengaruhi <i>task technology fit</i> .
H3a <i>Task technology fit</i> secara positif mempengaruhi ekspektasi kinerja.
H3b <i>Task technology fit</i> secara positif mempengaruhi ekspektasi usaha.
H3c <i>Task technology fit</i> secara positif mempengaruhi intensi penggunaan.
H4 Ekspektasi kinerja secara positif mempengaruhi intensi penggunaan.
H5 Ekspektasi usaha secara positif mempengaruhi intensi

Hipotesis
H6 penggunaan.
H6 Pengaruh sosial secara positif mempengaruhi intensi penggunaan.
H7 Kondisi yang memfasilitasi secara positif mempengaruhi intensi penggunaan.
H8 Motivasi hedonis secara positif mempengaruhi intensi penggunaan.
H9 Nilai harga secara positif mempengaruhi intensi penggunaan.
H10 Kebiasaan secara positif mempengaruhi intensi penggunaan.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Instrumen diadaptasi dari penelitian Zhou, Lu dan Wang (2010), Oliveira et al. (2014), dan Wu, Lee dan Tian (2021). Beberapa item pertanyaan untuk nilai harga dan kebiasaan disesuaikan mengacu pada konteks penggunaan e-wallet GoPay sebagaimana yang dilakukan Indrawati dan Putri (2018).

Sebanyak 50 item pertanyaan diuji oleh 3 ahli melalui proses *expert judgement*. Indeks Aiken digunakan untuk mengevaluasi validitas isi instrumen. Menurut Retnawati (2016), item dikatakan memiliki validitas tinggi apabila nilai indeks Aiken (V) melebihi 0,8, dan validitas sedang apabila nilai indeks berada dalam rentang antara 0,4 hingga 0,8. Hasil pengujian menunjukkan keseluruhan item dinyatakan valid, dengan 41 item memiliki validitas tinggi dan 10 item validitas sedang. Adapun nilai indeks Aiken untuk keseluruhan item yakni 0,9, menunjukkan bahwa 90% item memenuhi validitas isi dan dinyatakan layak untuk dijadikan instrumen penelitian.

Tabel 2.4 Hasil pengujian *expert judgement*

Kriteria	Kategori	Indeks Aiken
Tidak valid	-	
Validitas sedang	TC1, TC3, TC4, PE4, HM4, HT3, IU3	
Validitas tinggi	TC2, TC6, TC7, TTF1, TTF2, TTF3, TTF4, TTF5, PE1, PE2, PE3, EE1, EE2, EE3, EE4, EE5, SI1, SI2, SI3, SI4, SI5, FC1, FC2, FC3, FC4, FC5, HM1, HM2, HM3, PV1, PV2, PV3, HT1, HT2, HT4, HT5, IU1, IU2	0,90

Selanjutnya, *pilot study* terhadap 30 responden dilakukan untuk menguji reliabilitas instrumen dalam skala kecil. Umumnya, kriteria *cronbach* digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas (Adamson dan Prion, 2013). Model dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,7 (Torkian et al., 2020; Barbera et al., 2021). Perangkat lunak SPSS 26 digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas dengan hasil keseluruhan variabel memiliki *cronbach alpha* di atas 0,7. Hal ini menunjukkan instrumen memiliki konsistensi internal yang baik sehingga dinyatakan reliabel untuk melakukan pengukuran.

Penyebaran instrumen kemudian dilakukan terhadap 100 sampel dengan kriteria usia 17-24 tahun dan pernah menggunakan GoPay untuk bertransaksi di Tokopedia. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan media Google Form. Adapun karakteristik demografis sampel yang dijabarkan pada Tabel 2.5 berikut.

Tabel 2.5 Karakteristik demografis responden

Kriteria	Kategori	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	37	37%
	Perempuan	63	63%
Usia	17-19 tahun	17	17%
	20-22 tahun	60	60%
	23-24 tahun	23	23%
Pendidikan	SMA/Sederajat	19	19%
	Diploma	7	7%
	Sarjana	74	74%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	70	70%
	PNS	3	3%
	Karyawan Swasta	20	20%
Domisili	Wirasaha	7	7%
	DKI Jakarta	30	30%
	Jawa Barat	22	22%
	Jawa Tengah	22	22%
	Jawa Timur	12	12%
	Banten	9	9%
	Lainnya	5	5%

Berdasarkan Tabel 2.5, responden penelitian didominasi oleh perempuan (63%) dengan rentang usia 20-22 tahun (60%). Adapun 74% diantaranya berlatar pendidikan Sarjana dan 70% merupakan mahasiswa. Secara domisili, responden dari DKI Jakarta menjadi mayoritas terbesar dengan presentase sebesar 30%. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan metode PLS-SEM pada perangkat lunak SmartPLS 3.0.

3. HASIL PENELITIAN

3.1 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *outer model* merupakan elemen yang menjelaskan hubungan antara variabel laten independen dengan variabel laten dependen (Sarstedt, Ringle dan Hair, 2021). Terdapat 2 tahap dalam pengujian model pengukuran, yakni pengujian reliabilitas dan validitas.

Pada pengujian reliabilitas, *composite reliability* digunakan untuk mengevaluasi konsistensi internal model. Model memiliki konsistensi internal yang baik apabila nilai *Composite Reliability* (CR) $\geq 0,70$ (Hair et al., 2019). Hasil pengujian pada Tabel 3.1 menunjukkan keseluruhan indikator pada model memenuhi aspek reliabilitas sehingga dapat diandalkan sebagai alat pengukuran.

Pada pengujian validitas, terdapat dua aspek yang diukur, yakni validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen terpenuhi jika nilai *outer loadings* lebih dari 0,7 dan *Average Variance Extracted* (AVE) lebih dari 0,5 (Hair et al., 2019). Beberapa variabel yang memiliki *outer loadings* di

bawah 0,7 dihilangkan sehingga menghasilkan 45 item yang memenuhi kriteria sebagaimana pada Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Hasil analisis model pengukuran

Faktor	Item	<i>Outer Loadings</i>	CR	AVE
Karakteristik Teknologi (TC)	TC1	0,711	0,798	0,548
	TC2	0,708		
	TC3	0,763		
	TC4	Dihapus		
	TC5	0,749		
	TC6	0,769		
	TC7	Dihapus		
Karakteristik Tugas (TAC)	TAC1	0,737	0,793	0,601
	TAC2	0,757		
	TAC3	0,839		
	TAC4	0,763		
<i>Task Technology Fit</i> (TTF)	TTF1	0,742	0,806	0,559
	TTF2	0,732		
	TTF3	0,732		
	TTF4	0,745		
	TTF5	0,785		
Ekspektasi Kinerja (PE)	PE1	0,749	0,840	0,643
	PE2	0,782		
	PE3	0,847		
	PE4	0,827		
Ekspektasi Usaha (EE)	EE1	0,820	0,824	0,645
	EE2	0,765		
	EE3	0,834		
	EE4	0,792		
	EE5	Dihapus		
Pengaruh Sosial (SI)	SI1	0,756	0,883	0,639
	SI2	0,782		
	SI3	0,831		
	SI4	0,841		
	SI5	0,785		
Kondisi yang Memfasilitasi (FC)	FC1	0,728	0,772	0,567
	FC2	Dihapus		
	FC3	0,776		
	FC4	0,759		
	FC5	0,748		
Motivasi Hedonis (HM)	HM1	0,796	0,827	0,649
	HM2	0,821		
	HM3	0,788		
	HM4	0,817		
Nilai Harga (PV)	PV1	0,796	0,720	0,640
	PV2	0,814		
	PV3	0,790		
Kebiasaan (HT)	HT1	Dihapus	0,844	0,656
	HT2	0,749		
	HT3	0,784		
	HT4	0,830		
	HT5	0,871		
Intensi Penggunaan (IU)	IU1	0,879	0,851	0,767
	IU2	0,894		
	IU3	0,855		

Pada aspek validitas diskriminan, pengujian dilakukan dengan mengevaluasi *cross-loading*, kriteria Fornell-Larcker, dan Rasio Heteroit-Monotrait (HTMT) (Hair et al., 2019). Pada *cross-loading*, nilai *outer loadings* indikator pada konstruk terkait harus lebih besar daripada korelasinya terhadap konstruk lain. Pada kriteria Fornell-Larcker, nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk harus lebih besar dari korelasi antar konstruk lain. Kemudian, nilai HTMT harus kurang dari 0,9 untuk memastikan model memenuhi kriteria validitas diskriminan.

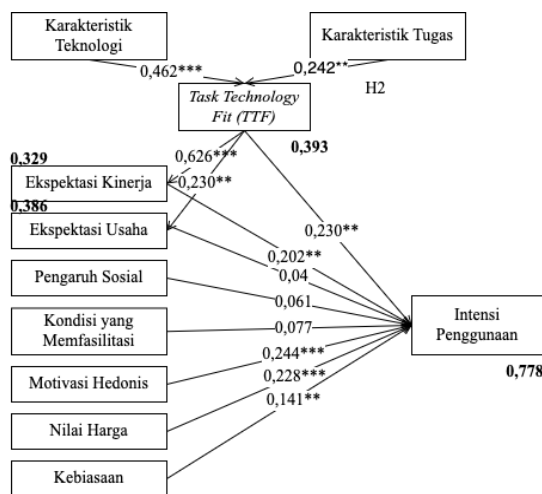
Hasil evaluasi validitas diskriminan

menunjukkan nilai *outer loadings* pada keseluruhan indikator lebih besar dari korelasinya terhadap variabel lain. Evaluasi kriteria Fornell-Larcker menunjukkan bahwa nilai akar AVE dari seluruh variabel lebih besar dibandingkan korelasinya terhadap variabel lain. Kemudian nilai HTMT keseluruhan variabel lebih rendah dari 0,8. Dengan demikian, aspek validitas diskriminan pada model terpenuhi.

3.2 Analisis Model Struktural (Inner Model)

Dalam evaluasi model struktural, pengujian kolineritas perlu dilakukan untuk memastikan tidak adanya bias dalam taksiran parameter yang dihasilkan (Hair et al., 2019). Pada pengukuran konstruk reflektif, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) harus kurang dari 3 untuk memastikan tidak adanya efek kolineritas. Hasil pengujian menunjukkan keseluruhan variabel memiliki nilai $VIF < 3$ sehingga potensi terjadinya multikolinier rendah.

Kemudian, pengujian hipotesis dilakukan untuk menganalisis pengaruh atau signifikansi pada setiap hipotesis. Jumlah prosedur *bootstrapping* yang dilakukan sebanyak 5.000 dengan level signifikansi 5%. Adapun hasil pengujian diuraikan pada Gambar 2.1 dan Tabel 3.2 berikut.



Gambar 3.1 Hasil pengujian *outer model*

Tabel 3.2 Hasil analisis model struktural

Hipotesis	β	t-value	f ²	Hasil
TC → TTF	0,462	4,749***	0,231	Diterima
TAC → TTF	0,242	2,311**	0,063	Diterima
TTF → PE	0,579	7,645***	0,505	Diterima
TTF → EE	0,626	8,917***	0,644	Diterima
TTF → IU	0,230	2,759**	0,098	Diterima
PE → IU	0,202	2,686**	0,098	Diterima
EE → IU	0,040	0,655	0,004	Ditolak
SI → IU	0,061	1,154	0,014	Ditolak
FC → IU	0,077	1,187	0,016	Ditolak
HM → IU	0,244	3,921***	0,176	Diterima
PV → IU	0,228	3,234***	0,135	Diterima
HT → IU	0,141	2,026**	0,064	Diterima

*p < 0,1, **p < 0,05, *** p < 0,00

Hasil pengujian menunjukkan terdapat 5 variabel yang terbukti signifikan mempengaruhi intensi pengguna, yakni diantaranya *task technology fit*, ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Adapun 3 variabel lain yakni ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan.

Selanjutnya, evaluasi kualitas model dilakukan dengan mengukur kriteria R-Square dan *Predictive Relevance* (Q-Square). R-Square digunakan untuk menguji kapasitas prediktif model dengan menghitung besaran varians yang mampu dijelaskan oleh setiap konstruk endogen (Hair et al., 2019). Nilai R-Square 0,75, 0,50, dan 0,25 dikategorikan sebagai substansial, moderat, dan lemah. Q-Square digunakan untuk mengetahui *predictive relevance*, yakni kemampuan variabel eksogen dalam memprediksi variabel endogen melalui prosedur *blindfolding*. Model dinyatakan memiliki *predictive relevance* apabila bernilai positif ($Q^2 > 0$), dengan nilai sebesar 0, 0,25, 0,50 menunjukkan tingkat *predictive relevance* yang rendah, moderat dan tinggi.

Tabel 3.3 Evaluasi kualitas model

Variabel	Q-Square	R-Square
Intensi Penggunaan (IU)	0,580	0,778

Berdasarkan pengujian, didapatkan hasil nilai Q-Square pada variabel intensi penggunaan sebesar 0,58 dan R-Square sebesar 0,778. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance* tinggi ($Q^2 > 0,50$) dengan kapasitas prediktif substansial ($R^2 > 0,75$).

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 5 variabel yang terbukti signifikan mempengaruhi intensi pengguna, yakni *task technology fit*, ekspektasi kinerja, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan dengan *task technology fit* menjadi faktor yang paling berpengaruh. Adapun 3 variabel lain yakni ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi tidak menunjukkan adanya signifikansi terhadap intensi penggunaan.

Model penelitian memiliki nilai R Square sebesar 77,8%, menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang sangat baik dalam memprediksi intensi penggunaan. Sedangkan, perhitungan nilai R-Square tanpa penggunaan model TTF yakni sebesar 75,8%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa integrasi model UTAUT2 & TTF memiliki kemampuan eksplanatori yang lebih baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pengguna, dibandingkan dengan penggunaan model UTAUT2 secara tunggal.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, manajemen GoPay dan Tokopedia

sebagai penyedia layanan perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan sebagai dasar untuk menentukan strategi yang tepat dalam melakukan penetrasi layanan.

5. SARAN

5.1 Implikasi Praktikal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor motivasi hedonis menjadi prediktor terkuat yang mempengaruhi intensi pengguna. Oleh karena itu, GoPay sebagai penyedia layanan dapat mengembangkan berbagai skema gamifikasi yang lebih menarik untuk meningkatkan minat pengguna. Pradhana et al. (2022) menyatakan bahwa gamifikasi berbasis level dapat mempengaruhi nilai hedonis secara signifikan, dimana hal tersebut akan meningkatkan loyalitas pengguna sebagai konsumen. Selain itu, kerja sama dengan berbagai *merchant* perlu diperluas agar pengguna memiliki lebih banyak opsi untuk menukarkan GoPay coins.

Faktor kedua yang menunjukkan pengaruh kuat dalam menentukan intensi adalah *task technology fit*. Hal ini sejalan dengan temuan Zhou, Lu dan Wang (2010) dan Wu, Lee dan Tian (2021). Melihat hal ini, optimalisasi kualitas sistem serta pengembangan produk secara berkelanjutan perlu dilakukan untuk memastikan layanan dapat mengakomodasi dan memenuhi kebutuhan pengguna.

Nilai harga menjadi faktor dengan pengaruh terbesar ketiga yang menentukan intensi penggunaan. Oleh karena itu, manajemen GoPay dan Tokopedia dapat mengembangkan lebih banyak skema promo baik itu dalam bentuk *cashback*, potongan ongkir, maupun diskon sehingga memberikan keuntungan ekonomis bagi pengguna.

Kemudian adanya pengaruh ekspektasi kinerja terhadap intensi penggunaan menekankan akan pentingnya GoPay sebagai penyedia layanan untuk terus melakukan pemeliharaan dan peningkatan kualitas performa sistem sehingga dapat mendukung proses transaksi pengguna di Tokopedia secara berkelanjutan.

Pada faktor terakhir, yakni kebiasaan, pihak manajemen dapat memformulasikan strategi yang tepat untuk meningkatkan retensi pengguna terhadap layanan pembayaran GoPay di Tokopedia. Menurut Alkitbi et al. (2021), retensi pengguna dapat diperoleh melalui peningkatan faktor kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan, dan komitmen. Selain itu, Dexter dan Yazdanifard (2014) mengemukakan bahwa strategi gamifikasi memiliki hubungan yang positif terhadap peningkatan akuisisi dan retensi pengguna.

5.2 Implikasi Teoritis

Sebagai tindak lanjut dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang terbukti secara empiris dapat

mempengaruhi tingkat adopsi suatu layanan atau teknologi, seperti keamanan, kepercayaan, atau risiko. Selain itu, integrasi dengan model lain seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), Delone McLean, dsb. dapat dilakukan untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih luas mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku adopsi pengguna. Selain itu, pengembangan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif juga dapat dilakukan untuk mendapatkan hasil analisa serta gambaran realitas yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku adopsi.

DAFTAR PUSTAKA

- ADAMSON, K. DAN PRION, S., 2013. Reliability: Measuring Internal Consistency Using Cronbach's α . *Clinical Simulation in Nursing*, 9, pp.e179–e180. <https://doi.org/10.1016/j.ecns.2012.12.001>.
- ALKITBI, S.S., ALSHURIDEH, M., AL KURDI, B. DAN SALLOUM, S.A., 2021. Factors Affect Customer Retention: A Systematic Review. pp.656–667. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58669-0_59.
- BADAN PUSAT STATISTIK, 2019. *Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur (Persen), 2017-2019*. [online] Available at: <<https://www.bps.go.id/indicator/27/1228/1/p/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-kelompok-umur.html>>.
- BARBERA, J., NAIBERT, N., KOMPERDA, R. DAN PENTECOST, T.C., 2021. Clarity on Cronbach's Alpha Use. *Journal of Chemical Education*, 98(2), pp.257–258. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.0c00183>.
- DAVIS, F., 1985. A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems.
- DEXTER, J. DAN YAZDANIFARD, ASSOC.PROF.DR.R., 2014. APPLYING GAMIFICATION TO THE SERVICE INDUSTRY AS AN EFFECTIVE WAY OF GAINING DAN RETAINING CUSTOMERS. *APPLYING GAMIFICATION TO THE SERVICE INDUSTRY AS AN EFFECTIVE WAY OF GAINING DAN RETAINING CUSTOMERS*.
- HAIR, J.F., RISHER, J.J., SARSTEDT, M. DAN RINGLE, C.M., 2019. *When to use dan how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review*, <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>.
- HEILBRONER, R.L., AJZEN, I., FISHBEIN, M. DAN THUROW, L.C., 1980. *Understanding Attitudes dan Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall.

- INDRAWATI DAN PUTRI, D.A., 2018. Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Payment Adoption Using Modified UTAUT 2 Model. In: *2018 6th International Conference on Information dan Communication Technology (ICoICT)*. IEEE. pp.167–173.
<https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>.
- KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA, 2022. *Tingkatkan Ekonomi Digital, Simak Potensi dan Bahasan Menko Airlangga dengan IBM*. [online] Available at: <<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4263/tingkatkan-ekonomi-digital-simak-potensi-dan-bahasan-menko-airlangga-dengan-ibm>>.
- NURISKA, A., ASAKDIYAH, S. DAN SETYAWAN, R.R., 2018. FACTORS AFFECTING BEHAVIORAL INTENTION IN USING GO-PAY WITH THE MODIFIED UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE DAN USE OF TECHNOLOGY 2 MODEL (UTAUT2). *Muhammadiyah International Journal of Economics dan Business*, 1(2), pp.107–114.
<https://doi.org/10.23917/mijeb.v1i2.9366>.
- OLIVEIRA, T., FARIA, M., THOMAS, M.A. DAN POPOVIČ, A., 2014. Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF dan ITM. *International Journal of Information Management*, 34(5), pp.689–703.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>.
- PRADHANA, B.S., ANANDITO, M.F., AL KWARIZMI DWI ANGGARA, M. DAN HANDAYANI, P.W., 2022. The Influence of Gamification Implementation on Customer Loyalty in Mobile Commerce Applications. In: *2022 International Conference on Information Management dan Technology (ICIMTech)*. IEEE. pp.402–407.
<https://doi.org/10.1109/ICIMTech55957.2022.9915126>.
- RETNAWATI, H., 2016. *Analisis kuantitatif instrumen penelitian (panduan peneliti, mahasiswa, dan psikometrian)*. Parama publishing.
- SARSTEDT, M., RINGLE, C.M. DAN HAIR, J.F., 2021. Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In: *Handbook of Market Research*. Springer International Publishing. pp.1–47. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2.
- TOKOPEDIA, 2023. *Tokopedia Perluas Pilihan Metode Pembayaran dengan Layanan GoPayLater Cicil*. [online] Available at: <<https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-perluas-pilihan-metode-pembayaran-dengan-layanan-gopaylater-cicil>>.
- TORKIAN, S., SHAHESMAEILI, A., MALEKMOHAMMADI, N. DAN KHOSRAVI, V., 2020. Content Validity dan Test-Retest Reliability of a Questionnaire to Measure Virtual Social Network Addiction Among Students. *International Journal of High Risk Behaviors dan Addiction*, 9(1).
<https://doi.org/10.5812/ijhrba.92353>.
- VENKATESH, V. DAN BALA, H., 2008. Technology Acceptance Model 3 dan a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences - DECISION SCI*, 39, pp.273–315.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>.
- VENKATESH, V. DAN DAVIS, F., 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46, pp.186–204.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>.
- VENKATESH, V., MORRIS, M., DAVIS, G. DAN DAVIS, F., 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27, pp.425–478.
<https://doi.org/10.2307/30036540>.
- VENKATESH, V., THONG, J.Y.L. DAN XU, X., 2012. Consumer Acceptance dan Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance dan Use of Technology. *MIS Quarterly*, [online] 36(1), pp.157–178.
<https://doi.org/10.2307/41410412>.
- WE ARE SOCIAL, 2021. *Digital 2021 Global Overview Report*. [online] Available at: <<https://wearesocial.com/us/blog/2021/04/60-percent-of-the-worlds-population-is-now-online/>> [Accessed 22 September 2022].
- WU, R.Z. DAN LEE, J.H., 2017. The comparative study on third party mobile payment between UTAUT2 dan TTF. *Journal of Distribution Science*, 15(11), pp.5–19.
<https://doi.org/10.15722/jds.15.11.201711.5>.
- WU, R.-Z., LEE, J.-H. DAN TIAN, X.-F., 2021. Determinants of the Intention to Use Cross-Border Mobile Payments in Korea among Chinese Tourists: An Integrated Perspective of UTAUT2 with TTF dan ITM. *Journal of Theoretical dan Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), pp.1537–1556.
<https://doi.org/10.3390/jtaer16050086>.
- XENDIT, 2022. *e-Wallet Payments usage dan trends in Indonesia*. [online] Available at: <<https://www.xendit.co/en-id/blog/e-wallet-payments-usage-dan-trends-in-indonesia/>>.
- ZHOU, T., LU, Y. DAN WANG, B., 2010. Integrating TTF dan UTAUT to explain

mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26(4), pp.760–767.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.01.013>.