

PENGGUNAAN MODEL *UNIFIED THEORY ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2)* PADA APLIKASI GOJEK DI KALANGAN PELAJAR SMA KOTA BANDUNG

USING UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) ON GOJEK APPLICATION'S ADOPTION AT BANDUNG CITY HIGH SCHOOL STUDENT

Muhamad Akbar Mulyana¹, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, S.E., M.M²

^{1,2}Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹mulyanaakbar@gmail.com, ²arlin.fmt@gmail.com,

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi dan informasi di era globalisasi seperti saat ini, salah satu perkembangan teknologi yang beberapa tahun ini sedang populer di Indonesia adalah aplikasi transportasi *online*. Perkembangan bisnis jasa transportasi berbasis teknologi saat ini dapat memberikan kemudahan kepada para pengguna yang memiliki mobilitas tinggi dalam hal pemesanan jasa transportasi dapat dilakukan menggunakan *smartphone*. Akan tetapi, hal tersebut juga dapat menjadi kendala bagi perusahaan karena bergantung terhadap penerimaan konsumen akan teknologi. Salah satu *platform* aplikasi transportasi *online* yang banyak digunakan saat ini adalah aplikasi Gojek. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh tingkat penerimaan teknologi aplikasi Gojek terhadap keputusan penggunaan oleh konsumen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari enam variabel independen (X) yaitu variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *price value*. Sedangkan untuk variabel dependen (Y) yaitu variabel *behavioral intention*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Populasi yang digunakan adalah pelajar SMA di Kota Bandung yang pernah menggunakan aplikasi Gojek dengan jumlah sampel 400 responden dan teknik sampling yaitu *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *price value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi Gojek secara simultan dengan nilai pengaruh sebesar 45,5% yang berarti sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini. Variabel *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi Gojek secara parsial, sedangkan variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi Gojek secara parsial.

Kata Kunci: UTAUT 2, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Behavioral Intention*, Gojek.

Abstract

This research is motivated by the development of technology and information in the current era of globalization, one of the technological developments that has been popular in Indonesia for several years is online transportation applications. The development of technology-based transportation services business today can provide convenience for users who have high mobility in terms of ordering transportation services can be done using a smartphone. However, this can also be an obstacle for the company because it depends on consumer acceptance of technology. One online transportation application platform that is widely used today is the Gojek application. This study aims to see the effect of the level of technology acceptance of Gojek applications on consumer use decisions. The variables used in this study consisted of six independent variables (X), namely *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, and *price value*. Whereas the dependent variable (Y) is *behavioral intention*. The research method used is a quantitative method with descriptive and causal research types. The population used is high school students in Bandung who have used the Gojek application with a sample of 400 respondents and the sampling technique is *non-probability sampling* with the type of *purposive sampling*. The results of this study indicate that all *performance expectancy* variables, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, and *price value* have a positive and significant effect on *behavioral intention* in the use of Gojek application simultaneously with an effect value of 45.5%, which means the rest is equal to 54.5% is influenced by other factors not examined in this study. The *social influence* variable, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, and *price value* have a significant influence on *behavioral intention* in the use of Gojek partially, while the *performance expectancy* and *effort expectancy* variables have no effect on *behavioral intention* in the use of the Gojek application partially.

Keyword: UTAUT 2, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Behavioral Intention, Gojek.

1. Pendahuluan

GOJEK berdiri pada tahun 2011, berawal dari ide sang *founding father* Nadiem Makarim yang mengaku adalah seorang pengguna ojek. GOJEK berdiri sebagai sebuah perusahaan transportasi informal yang memiliki sebuah tujuan sosial yaitu meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar. Melalui teknologi, GOJEK berusaha menyebarkan dampak sosial untuk para penggunanya, baik untuk para karyawannya maupun para konsumennya [1].

Jasa dapat diartikan sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu [2].

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 diperkenalkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003. Venkatesh menggabungkan 8 teori dan model sistem informasi yang terdiri dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Pada dasarnya, UTAUT1 memiliki 4 variabel utama yaitu *Performance Expectancy* (PE), *Social Influence* (SI), *Effort Expectancy* (EE) dan *Facilitating Conditions* (FC) yang mempengaruhi perilaku untuk menggunakan teknologi dan perilaku penggunaan. 4 (empat) variabel utama ini dimoderasi oleh jenis kelamin, umur, pengalaman dan *Voluntariness of Use* [3].

Behavioral intention merupakan suatu perilaku penggunaan sebuah teknologi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, *behavioral intention* dapat digambarkan sebagai kemampuan sebuah aplikasi dalam memberikan manfaat kepada penggunanya dan menumbuhkan kepuasan bagi penggunanya sehingga mereka ingin menyampaikan hal-hal positif kepada orang lain serta merekomendasikan aplikasi tersebut kepada pengguna lainnya dan tetap menggunakan aplikasi tersebut [4].

Dengan perkembangan bisnis jasa transportasi berbasis teknologi saat ini, dapat memberikan kemudahan kepada para pengguna yang memiliki mobilitas tinggi dalam hal pemesanan jasa transportasi dapat dilakukan menggunakan *smartphone*. Akan tetapi, hal tersebut juga dapat menjadi kendala bagi perusahaan karena bergantung terhadap penerimaan konsumen akan teknologi. [5].

Banyak model telah diajukan untuk menjelaskan dan memprediksi penggunaan sistem, salah satunya adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Merupakan model yang disusun berdasarkan model – model penerimaan teknologi sebelumnya seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behaviour*, *Task Technology Fit Theory*, dan terutama *Technology Acceptance Model* (TAM). UTAUT pertama kali diperkenalkan oleh Venkatesh et al. (2003) dengan tujuan membuat sebuah model yang komprehensif untuk penelitian mengenai penerimaan teknologi (Venkatesh et. al, 2012). Pada tahun 2012 Venkatesh pun kembali memperkenalkan model UTAUT yang sudah dikembangkan lagi menjadi UTAUT 2. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) merupakan model yang menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi [6]. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh tingkat penerimaan teknologi aplikasi Gojek terhadap *behavioral intention* oleh konsumen. Penulis ingin mengetahui apakah tingkat penerimaan teknologi konsumen dapat memengaruhi keputusan untuk menggunakan aplikasi Gojek. Sehingga penelitian ini berjudul, “**Penggunaan Model *Unified Theory Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) pada Aplikasi Gojek di Kalangan Pelajar SMA Kota Bandung**”.

2. Dasar Teori

2.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan atau aksi pokok yang penting bagi perusahaan, baik perusahaan jasa maupun produk. Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia, salah satu definisi pemasaran adalah “*Marketing is meeting needs and profitability*” atau yang dapat diartikan pemasaran merupakan hal yang mempertemukan kebutuhan dan keuntungan. [2].

2.2 Jasa

Jasa dapat diartikan sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. [2].

2.3 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Berdasarkan definisi – definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen merupakan pengamatan terhadap pengambilan keputusan, pola pembelian dan kebiasaan yang terjadi di masyarakat secara umum, di mana pola dan kebiasaan tersebut dapat berubah secara dinamis yang dipengaruhi oleh pengetahuan, perilaku dan lingkungan dimana masyarakat tersebut berada. [2]

2.4. Behavioral Intention

Niat atau *intention* merupakan prediktor baik, dimana *intention* adalah representasi kognitif dari kesiapan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. *Behavioral intention* merupakan suatu perilaku penggunaan sebuah teknologi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, *behavioral intention* dapat digambarkan sebagai kemampuan sebuah aplikasi dalam memberikan manfaat kepada penggunanya dan menumbuhkan kepuasan bagi penggunanya sehingga mereka ingin menyampaikan hal-hal positif kepada orang lain serta merekomendasikan aplikasi tersebut kepada pengguna lainnya dan tetap menggunakan aplikasi tersebut [4]

2.5. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 diperkenalkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003. Venkatesh menggabungkan 8 teori dan model sistem informasi yang terdiri dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Pada dasarnya, UTAUT1 memiliki 4 variabel utama yaitu *Performance Expectancy* (PE), *Social Influence* (SI), *Effort Expetancy* (EE) dan *Facilitating Conditions* (FC) yang mempengaruhi perilaku untuk menggunakan teknologi dan perilaku penggunaan. 4 (empat) variabel utama ini dimoderasi oleh jenis kelamin, umur, pengalaman dan *Voluntariness of Use*. Venkatesh et. al membuat sebuah modifikasi pada UTAUT1 berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Hong Kong dan menambahkan 3 variabel tambahan pada UTAUT1 yaitu *Hedonic Motivation* (HM), *Price* (PR), dan *Habit* (HA). [3].

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan kausalitas. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bermaksud untuk menggambarkan keadaan atau nilai satu atau lebih variabel secara mandiri. Dalam penelitian ini, tidak dilakukan perbandingan variabel itu pada sampel yang lain dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Dalam metode penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif. metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. [7]

4. Hasil dan Pembahasan

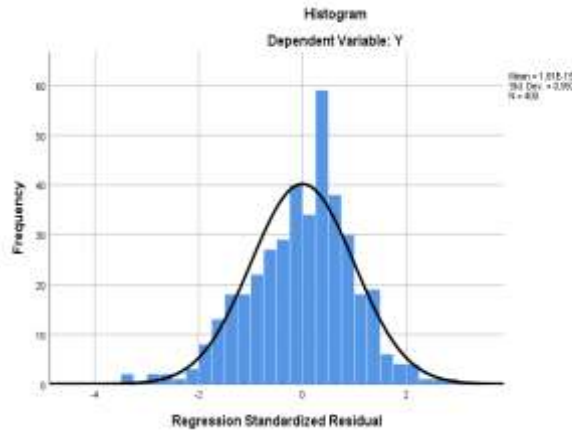
Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan pada sub bab sebelumnya dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat penerimaan teknologi aplikasi Gojek terhadap keputusan penggunaan oleh konsumen secara simultan maupun parsial. Berikut adalah hasil pengujian data yang telah dilakukan:

4.1 Uji Validitas dan Realibilitas

Pengujian validitas untuk kuesioner dilakukan dengan menggunakan *Pearson Product Moment* sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Kedua pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS versi 25.0*. berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, instrumen pernyataan dalam penelitian ini telah valid dan reliabel.

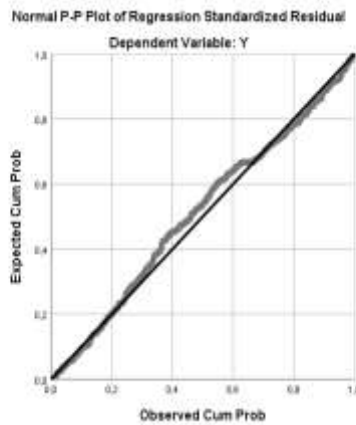
4.2 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh hasil sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan histogram pada gambar 1 diatas, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data yang digunakan untuk mengukur variabel *Behavioral Intention* (Y) telah lulus uji normalitas. Hal tersebut dapat dilihat dari garis pada histogram yang membentuk lonceng atau simetris.



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas pada P-P Plot

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan gambar 2 tersebut, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat pada P-P Plot dimana seluruh data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut.

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas pada One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,58140269
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,029
	Negative	-,058
Test-Statistic		,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,112 ^c

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel 1 tersebut, hasil dari uji normalitas menggunakan metode kolmogorov-smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar $0,112 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

4.3 Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

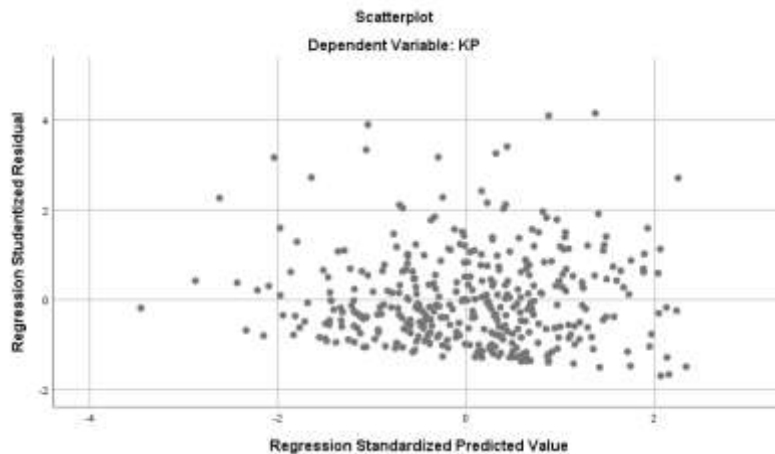
		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4,924	,690		7,138	,000		
	PE	,026	,060	,021	,427	,670	,573	1,744
	EE	-,014	,044	-,019	-,316	,752	,399	2,509
	SI	,187	,045	,177	4,129	,000	,759	1,317
	FC	,272	,052	,297	5,178	,000	,423	2,365
	HM	,147	,058	,134	2,523	,012	,495	2,018
	PV	,261	,047	,254	5,573	,000	,670	1,492

a. Dependent Variable: BI

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel 2 diatas, hasil dari pengujian multikolinearitas pada masing-masing variabel menunjukkan nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF pada masing-masing variabel < 10,0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat adanya masalah multikolinearitas.

4.4 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan gambar 3 diatas, dapat dilihat bahwa pola titik – titik pada *scatterplot* menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu seperti bergelombang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.5 Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,924	,690		7,138	,000
	PE	,026	,060	,021	,427	,670
	EE	-,014	,044	-,019	-,316	,752
	SI	,187	,045	,177	4,129	,000
	FC	,272	,052	,297	5,178	,000
	HM	,147	,058	,134	2,523	,012
	PV	,261	,047	,254	5,573	,000

a. Dependent Variable: BI

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linear berganda pada tabel 4.10 diatas, maka didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,924 + 0,026X_1 - 0,014X_2 + 0,187X_3 + 0,272X_4 + 0,147X_5 + 0,261X_6$$

Maka berdasarkan persamaan tersebut, dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 4,924, yang berarti apabila variabel – variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), *facilitating condition* (X4), *hedonic motivation* (X5), *price value* (X6) bernilai nol atau tidak terjadi adanya perubahan, maka *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek tetap sebesar 4,924.
- Koefisien regresi pada variabel *performance expectancy* (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,026 yang artinya jika setiap faktor pada variabel *performance expectancy* (X1) meningkat sebesar 1%, maka *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek akan bertambah sebesar 0,026.
- Koefisien regresi pada variabel *effort expectancy* (X2) memiliki nilai negatif sebesar -0,014 yang berarti bahwa jika setiap faktor pada variabel *effort expectancy* (X2) meningkat sebesar 1%, *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek akan menurun sebesar 0,014
- Koefisien regresi variabel *social influence* (X3) memiliki nilai positif sebesar 0,187 yang berarti jika setiap faktor pada variabel *social influence* (X3) meningkat sebesar 1%, *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek akan bertambah sebesar 0,187.
- Koefisien regresi variabel *facilitating condition* (X4) memiliki nilai positif sebesar 0,272 yang berarti jika setiap faktor pada variabel *facilitating condition* (X4) meningkat sebesar 1%, maka *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek akan bertambah sebesar 0,272.
- Koefisien regresi variabel *hedonic motivation* (X5) memiliki nilai positif sebesar 0,147 yang berarti jika setiap faktor pada variabel *hedonic motivation* (X5) meningkat sebesar 1%, maka *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek akan bertambah sebesar 0,147.
- Koefisien regresi variabel *price value* (X6) memiliki nilai positif sebesar 0,261 yang berarti jika setiap faktor pada variabel *price value* (X6) meningkat sebesar 1%, maka *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek akan bertambah sebesar 0,261.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hipotesis yang akan diajukan dan dibuktikan kebenarannya adalah sebagai berikut:

H_0 = artinya UTAUT 2 [*Performance expectancy* (X1), *Effort expectancy* (X2), *Social influence* (X3), *Facilitating condition* (X4), *Hedonic motivation* (X5) dan *Price value* (X6)] tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi GOJEK secara simultan.

H_1 = artinya UTAUT 2 [*Performance expectancy* (X1), *Effort expectancy* (X2), *Social influence* (X3), *Facilitating condition* (X4), *Hedonic motivation* (X5) dan *Price value* (X6)] berpengaruh terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi GOJEK secara simultan.

Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai f hitung dengan f tabel. Pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Kriteria: H_0 ditolak jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$. Uji f diperoleh melalui tabel anova yang diolah menggunakan *software* SPSS 25.0, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	853,566	6	142,261	54,482	,000 ^b
	Residual	1026,184	393	2,611		
	Total	1879,750	399			

a. Dependent Variable: BI

b. Predictors: (Constant), PV, SI, PE, HM, FC, EE

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.11 diatas, menunjukkan bahwa nilai F hitung yang didapatkan sebesar 54,482 > dari nilai F tabel yaitu 2,03 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor-faktor dalam UTAUT 2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek.

4.5.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05) dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden. Sehingga didapatkan t tabel sebesar 1,971. Berikut ini merupakan hasil uji t berdasarkan pengolahan SPSS versi 25.0:

Tabel 5 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,924	,690		7,138	,000		
	PE	,026	,060	,021	,427	,670	,573	1,744
	EE	-,014	,044	-,019	-,316	,752	,399	2,509
	SI	,187	,045	,177	4,129	,000	,759	1,317
	FC	,272	,052	,297	5,178	,000	,423	2,365
	HM	,147	,058	,134	2,523	,012	,495	2,018
	PV	,261	,047	,254	5,573	,000	,670	1,492

a. Dependent Variable: BI

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5 diatas, menunjukkan bahwa:

1. Variabel *performance expectancy* (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 0,427 < t tabel sebesar 1,971. Maka H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek.
2. Variabel *effort expectancy* (X2) memiliki nilai t hitung sebesar -0,316 < t tabel sebesar 1,971. Maka H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek.
3. Variabel *social influence* (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 4,129 > t tabel sebesar 1,971. Maka H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek.
4. Variabel *facilitating condition* (X4) memiliki nilai t hitung sebesar 5,178 > t tabel sebesar 1,971. Maka H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *facilitating condition* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek.
5. Variabel *hedonic motivation* (X5) memiliki nilai t hitung sebesar 2,523 > t tabel sebesar 1,971. Maka H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *hedonic motivation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek.

6. Variabel *price value* (X6) memiliki nilai t hitung sebesar 5,573 > t tabel sebesar 1,971. Maka H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek.

4.6 Koefisien Determinasi

Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,674 ^a	,454	,446	1,61591

a. Predictors: (Constant), PV (X6), SI (X3), PE (X1), HM (X5), FC (X4), EE (X2)

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa nilai yang memberikan pengaruh terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek sebesar 0,454. Sehingga didapatkan nilai dari koefisien determinasi yaitu:

$$KD = 0,454 \times 100\% = 45,5\%$$

Hasil uji koefisien determinasi yang didapatkan adalah sebesar 45,5%, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), *facilitating condition* (X4), *hedonic motivation* (X5), *price value* (X6) memberikan pengaruh sebesar 45,5% terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek. Sedangkan sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1.
 - a) Hasil variabel *performance expectancy* (X1) terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek didapatkan nilai persentase skor total sebesar 84,5%, yang berarti nilai tersebut termasuk ke dalam kategori sangat baik.
 - b) Hasil variabel *effort expectancy* (X2) *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek didapatkan nilai persentase skor total sebesar 81,69%, yang berarti nilai tersebut termasuk ke dalam kategori baik.
 - c) Hasil variabel *social influence* (X3) terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek didapatkan nilai persentase skor total sebesar 76%, yang berarti nilai tersebut termasuk ke dalam kategori baik.
 - d) Hasil variabel *facilitating condition* (X4) terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek didapatkan nilai persentase skor total sebesar 81,61%, yang berarti nilai tersebut termasuk ke dalam kategori baik.
 - e) Hasil variabel *hedonic motivation* (X5) terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek didapatkan nilai persentase skor total sebesar 79,1%, yang berarti nilai tersebut termasuk ke dalam kategori baik.
 - f) Hasil variabel *price value* (X6) terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek didapatkan nilai persentase skor total sebesar 76,88%, yang berarti nilai tersebut termasuk ke dalam kategori baik.
2. *Behavioral Intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek memiliki nilai persentase skor total sebesar 81,51% yang berarti nilai tersebut termasuk pada kategori baik.
3. Variabel *social influence* (X3), *facilitating condition* (X4), *hedonic motivation* (X5), dan *price value* (X6) secara parsial memberikan pengaruh terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek. Sementara variabel *performance expectancy* (X1) dan variabel *effort expectancy* (X2) secara parsial menunjukkan hasil tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek.
4. Variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), *facilitating condition* (X4), *hedonic motivation* (X5) dan variabel *price value* (X6) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek. Sedangkan hasil koefisien determinasinya menunjukkan hasil sebesar 45,5% yang menunjukkan bahwa dari keenam variabel

independen dianggap cukup penting dan dapat mempengaruhi terhadap *behavioral intention* (Y) dalam penggunaan aplikasi Gojek.

Daftar Pustaka

- [1] <https://www.go-jek.com/>
- [2] Kotler, Philip., and Keller, K.L. (2016). *Marketing Management, Global Edition, 15th edition*. England: Pearson Education.
- [3] Ahmed, Mazharuddin Syed., Everett, John., Turnbull, Wendy Fox. (2017). *Extracting Best Set of Factors that Affect Students Adoption of Smartphone for University Education: Empirical Evidence from UTAUT-2 Model*. Journal of Management. Economics, and Industrial Organization JOMEINO.
- [4] Oladepo, O. I., & Abimbola, O. S. 2015. The Influence of Brand Image and and Promotional Mix on Consumer Buying Decision (a study of beverage consumers in Lagos States, Nigeria). *British Journal of Marketing Studies* Vol. 3. No. 4. pp. 97-109.
- [5] www.ecommerceiq.asia
- [6] Bendi, K. J., Andayani, Sri. (2013). Penerapan Model UTAUT untuk Memahami Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akademik. *SEMANTIK* Vol. 3 No.1.
- [7] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Edisi ke-3. Bandung: Alfabeta.