
EFFORT EXPECTANCY, FACILITATING CONDITION, DAN TRUST UNTUK MEMPREDIKSI BEHAVIOR INTENTION PENGGUNAAN E-WALLET

Clarissa

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
clarissa.117201024@stu.untar.ac.id (*corresponding author*)

Keni

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara

Masuk : 06-12-2021 , revisi : 21-12-2021 , diterima untuk diterbitkan : 23-12-2021

Abstract: This research was conducted to show whether effort expectancy, facilitating condition, and trust can predict behavior intention to use the e-wallet. This descriptive study involves quantitative data using a cross-sectional questionnaire as a data collection method. Researchers took as many as 212 samples in data collection. The data analysis technique uses Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the help of SmartPLS 3.3.3 software. This study concludes that effort expectancy, facilitating condition, and trust have a significant positive effect on behavioral intentions.

Keywords: Effort Expectancy, Facilitating Condition, Trust, Behavior Intention

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk menunjukkan apakah *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *trust* dapat memprediksi *behavior intention* penggunaan *e-wallet*. Penelitian deskriptif ini melibatkan data kuantitatif dengan menggunakan kuesioner secara *cross-sectional* sebagai metode pengumpulan data. Peneliti mengambil sebanyak 212 sampel dalam pengumpulan data. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.3.3. Penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavior intention*.

Kata Kunci: *Effort Expectancy, Facilitating Condition, Trust, Behavior Intention*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan perangkat seluler, aktivitas konsumen di seluruh dunia mulai meluas dari elektronik sampai ke layanan seluler. Pembayaran melalui perangkat seluler, atau dengan kata lain “pembayaran seluler”, merupakan topik yang populer di media dan literatur akademis sejak pergantian abad (Dennehy & Sammon, 2015). Dalam riset Netray, tren belanja *online* membawa dampak positif dalam meluasnya pembayaran digital. Hal ini terlihat dari sebagian besar masyarakat kini merasa lebih nyaman bila menggunakan uang elektronik karena selain lebih mudah dan cepat, juga tentunya lebih aman.

Berdasarkan data, transaksi menggunakan dompet digital terus meningkat dari tahun ke tahun. Data Bank Indonesia menunjukkan nilai transaksi uang elektronik pada Februari 2021 lalu tercatat sebesar Rp. 19,2 triliun atau tumbuh 26,4 persen dari tahun ke tahun, demikian pula dengan volume transaksi *digital banking* yang mencapai 464,8 juta transaksi dengan nilai transaksi yang menembus Rp. 2.547,5 triliun atau tumbuh 22,9 persen dari tahun ke tahun pada Februari 2021 lalu (VOI, 2021).

Setelah *brand* sudah populer di pasar, maka perusahaan perlu untuk membuat pengguna tetap memiliki niat dalam menggunakan produk tersebut. Untuk merealisasikan hal tersebut, maka penting bagi perusahaan untuk memahami *behavior intention* dari pengguna.

Behavior intention didefinisikan sebagai kemungkinan apakah seseorang akan melakukan atau melaksanakan perilaku tertentu (Yueh et al., 2015). Dalam konteks, teknologi

informasi mengacu pada niat seseorang untuk menggunakan teknologi sistem (Celik, 2016; Venkatesh et al., 2003, 2012) atau kesediaan untuk menggunakan dan merekomendasikan kepada orang lain (Pikkarainen et al., 2004). Niat pelanggan memainkan posisi penting dalam perilaku penggunaan teknologi mereka dan akan mengarah pada perilaku yang sebenarnya.

Salah satu variabel yang memengaruhi *behavior intention* adalah *effort expectancy*. *Effort expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dari upaya sebagai hasil dari penggunaan teknologi baru (Plouffe et al., 2001; Venkatesh et al., 2003). Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan minat dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan akan menimbulkan rasa yang nyaman jika bekerja dengan menggunakan sistem tersebut (Venkatesh & Davis, 2000).

Variabel kedua yang memengaruhi *behavioral intention* adalah *facilitating condition* yang mengacu pada jaminan konsumen akan ketersediaan fasilitas dan sistem pendukung untuk menggunakan inovasi (Venkatesh et al., 2003). Pengalaman yang lebih besar dapat mengarah pada keakraban yang lebih besar dengan teknologi dan struktur pengetahuan yang lebih baik untuk memfasilitasi pembelajaran pengguna. Semakin banyak fasilitas pendukung untuk sistem baru, maka semakin besar niat individu dalam menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003).

Variabel yang ketiga adalah *trust*. Menurut Eisingerich dan Bell (2008), *trust* merupakan penentu keberhasilan suatu perusahaan karena jika pelanggan tidak percaya pada perusahaan maka itu akan menimbulkan hal yang negatif bahkan untuk waktu jangka panjang. Pelanggan ingin memastikan data pribadi mereka aman agar tercipta *behavior intention* dalam menggunakan *e-wallet*. Lien et al. (2015) juga menyatakan bahwa ketika adanya kepercayaan, individu akan lebih cenderung untuk terlibat dalam perilaku kooperatif dan lebih terlibat dalam transaksi emosional atau finansial seperti menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi.

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *trust* terhadap *behavior intention*.

TELAAH KEPUSTAKAAN

Penelitian ini mengacu pada Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003). UTAUT berfungsi sebagai model komprehensif yang dapat diterapkan di berbagai aplikasi dan telah terbukti menjadi alat yang valid untuk memprediksi perilaku adopsi di berbagai sistem berbasis teknologi.

Effort Expectancy

Venkatesh et al. (2012) mendefinisikan “*effort expectancy is the degree of ease associated with consumers’ use of technology*”. Lebih lanjut, Miltgen et al. (2013) menyatakan “*effort expectancy contributes to an accurate prediction of intention to adopt a new technology*”. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *effort expectancy* dapat diartikan sebagai tingkat kemudahan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi oleh konsumen.

Facilitating Condition

Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan *facilitating condition* sebagai “*the degree to which an individual believes that an organisational and technical infrastructure exists to support the use of the information system*”. Menurut Aksoy et al. (2019), “*facilitating conditions are the degree of belief that an individual has that he or she will get help or support from an organizational and technical infrastructure when using the system*”. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *facilitating condition* adalah tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang bahwa dia akan mendapatkan dukungan dari organisasi atau lingkungan sekitar dalam melakukan suatu perilaku.

Trust

Everard dan Galletta (2005) menyatakan bahwa “*trust refers to a positive belief about the reliability and dependability of a person or an object*”. Lebih lanjut, Kim et al. (2009)

menjelaskan “*trust builds when the customer has confidence in a service provide’s reliability and integrity*”. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *trust* adalah perasaan yang timbul ketika suatu organisasi atau penyedia layanan dapat meyakinkan pelanggan serta dapat dipercaya melalui produk atau layanan yang ditawarkan.

Behavior Intention

Menurut Keong et al. (2012), “*behavior intention is defined as the willingness and intention of an individual to perform certain behavior*”. Selanjutnya, Yueh et al. (2015) mendefinisikan “*behavioral intention is the likelihood of whether an individual will conduct or execute a particular behavior*”. Berdasarkan definisi tersebut, *behavior intention* dapat diartikan sebagai kemauan dan niat seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu.

Kaitan antar Variabel

Kaitan antara Effort Expectancy dengan Behavior Intention

Menurut Gupta et al. (2019), *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavior intention*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pengguna merasa bahwa menggunakan suatu layanan membutuhkan upaya yang lebih rendah, mereka akan cenderung menggunakan layanan tersebut. Selanjutnya, kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan minat dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan akan menimbulkan rasa nyaman ketika menggunakan sistem tersebut (Venkatesh et al., 2012). Dengan demikian, hipotesis penelitian (H₁) adalah:

H₁: *Effort Expectancy* dapat memprediksi secara positif terhadap *behavior intention* penggunaan *e-wallet*.

Kaitan antara Facilitating Condition dengan Behavior Intention

Menurut Gupta et al. (2019), *facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavior intention*. Hal ini membuktikan bahwa pengguna memberikan perhatian khusus pada adanya sumber daya, keterampilan, fasilitas, dan bantuan yang penting untuk menggunakan pembayaran layanan bank secara efektif. Semakin banyak fasilitas pendukung untuk fasilitas baru, maka semakin besar niat individu dalam menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003). Dengan demikian, hipotesis penelitian (H₂) adalah:

H₂: *Facilitating condition* dapat memprediksi secara positif terhadap *behavior intention* penggunaan *e-wallet*.

Kaitan antara Trust dengan Behavior Intention

Untuk meningkatkan *behavior intention* pengguna, perusahaan harus fokus untuk membangun kepercayaan, hal ini juga sejalan dengan penelitian Kwateng et al. (2019), yaitu *trust* berpengaruh terhadap *behavior intention*. Selain itu, Lien et al. (2015) juga menyatakan bahwa dengan adanya kepercayaan, individu akan lebih cenderung untuk terlibat dalam perilaku kooperatif dan lebih terlibat dalam transaksi emosional atau finansial seperti melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Shao et al. (2019) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi niat dan keinginan pengguna untuk memanfaatkan layanan *online*. Dengan demikian, rumusan hipotesis penelitian (H₃) adalah:

H₃: *Facilitating condition* dapat memprediksi secara positif terhadap *behavior intention* penggunaan *e-wallet*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian deskriptif ini melakukan pengumpulan data secara *cross-sectional* dengan sumber data primer. Metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* secara *convenience sampling* dengan membagikan kuesioner melalui Google Form terhadap sebanyak 212 responden pengguna *e-wallet*. Berdasarkan data yang terkumpul, responden yang didapati mayoritas berada dalam golongan umur 21-30 tahun yaitu sebesar 60% dan mayoritas bekerja sebagai pegawai swasta, yakni sebesar 52%.

Tabel 1*Indikator Pengukuran Variabel*

Variabel	Item	Sumber
Effort Expectancy	4	Venkatesh et al. (2012)
Facilitating Condition	5	Venkatesh et al. (2012)
Trust	4	Lien et al. (2015)
Behavior Intention	3	Venkatesh et al. (2012)

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.3.3. Analisis data ini dilakukan dengan tiga tahap, yaitu analisis *outer model*, analisis *inner model*, dan pengujian hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam menguji validitas, dilakukan uji Average Variance Extracted (AVE) dan loading factor. Nilai AVE dari masing-masing variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat validitas dikarenakan nilai AVE yang diperoleh $> 0,5$ dan nilai loading factor $> 0,6$. Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* $> 0,6$. Selanjutnya, berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini:

Tabel 2*Hasil Pengujian Hipotesis*

	Path Coefficient	t-statistics	p-value	Keterangan
Effort Expectancy → Behavior Intention	0,103	2,097	0,037	Tidak Ditolak
Facilitating Condition → Behavior Intention	0,276	3,844	0,000	Tidak Ditolak
Trust → Behavior Intention	0,488	7,472	0,000	Tidak Ditolak

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2021

Pada hasil *path coefficient*, menunjukkan hubungan antar variabel *Effort Expectancy*, *Facilitating Condition*, dan *Trust* memiliki kontribusi terhadap *Behavior Intention* ke arah yang positif. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t dan uji signifikansi yang dapat terlihat pada Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2, hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *effort expectancy* terbukti dapat memprediksi secara positif terhadap *behavior intention* penggunaan *e-wallet*, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 tidak ditolak. Hasil pengujian hipotesis tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gupta et al. (2019), *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavior intention*. Penelitian Venkatesh et al. (2012) juga menemukan hal yang sama bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Kemudian penelitian Abrahão et al. (2016) juga menemukan hal serupa sehingga memperkuat penelitian ini. Berdasarkan hasil temuan ini, dapat disimpulkan bahwa ketika pengguna merasa bahwa menggunakan suatu layanan membutuhkan upaya yang lebih rendah, maka akan menimbulkan niat pengguna dalam menggunakan layanan tersebut, baik itu kemudahan dalam penggunaan, interaksi, dan juga faktor lainnya. Jika pengguna merasa mereka mengeluarkan *effort* lebih kecil dalam menggunakan *e-wallet*, maka mereka akan cenderung memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan *e-wallet* tersebut karena hal tersebut memberikan kenyamanan kepada pengguna.

Hipotesis kedua menunjukkan bahwa *facilitating condition* terbukti dapat memprediksi secara positif terhadap *behavior intention* penggunaan *e-wallet*. Hasil-hasil penelitian Gupta et al. (2019) dan Venkatesh et al. (2003) juga menunjukkan hasil yang serupa. Semakin banyak fasilitas pendukung untuk sebuah layanan, maka semakin besar niat pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut. Fasilitas pendukung dalam menggunakan *e-wallet* meliputi dukungan dari orang sekitar, bantuan dari teman, dan juga koneksi internet, serta teknologi lain yang kompatibel ketika akan menggunakan *e-wallet* yang akan membuat pengguna merasa nyaman ketika difasilitasi fasilitas pendukung dalam menggunakan *e-wallet* tersebut.

Hipotesis ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa *trust* terbukti dapat memprediksi secara positif terhadap *behavior intention* penggunaan *e-wallet*. Hal ini sejalan dengan

penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Kwateng et al. (2019), Lien et al. (2015), dan Shao et al. (2019) yang juga menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara *trust* dengan *behavior intention*. Dengan adanya kepercayaan, pengguna akan lebih cenderung untuk terlibat dalam perilaku kooperatif dan lebih terlibat dalam transaksi emosional atau finansial, seperti menggunakan *e-wallet*. Pengguna akan percaya kepada suatu layanan, yang dalam hal ini adalah *e-wallet* jika fitur yang ditawarkan *e-wallet* sesuai dengan harapan pengguna dan *e-wallet* tersebut tidak pernah mengecewakan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention* penggunaan *e-wallet*.

Dari hasil analisis penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada perusahaan *e-wallet* untuk terus mengembangkan aplikasinya agar semakin baik dan mempertahankan hal yang memang sudah berjalan baik. Sebaiknya, perusahaan dapat menganalisis kembali dan menambahkan fitur-fitur yang sangat dibutuhkan pengguna dengan melakukan riset. Selanjutnya, penyederhanaan dalam penggunaan *e-wallet* juga harus diperhatikan karena tidak semua pengguna mampu beradaptasi dengan cepat terhadap teknologi yang terlalu *complicated*. Selanjutnya, perusahaan dapat memaksimalkan fasilitas pendukung, seperti menjaga sistem agar tidak sering *error* dan *call center* yang sigap membantu, hal ini juga dapat menambah kepercayaan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrahão, R. de S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>
- Aksoy, Y., Basso, H. S., Smith, R. P., & Grasl, T. (2019). Demographic structure and macroeconomic trends. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 11(1), 193–222. <https://doi.org/10.1257/mac.20170114>
- Celik, H. (2016). Customer online shopping anxiety within the unified theory of acceptance and use technology (UTAUT) framework. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(2), 278–307. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2015-0077>
- Dennehy, D., & Sammon, D. (2015). Trends in mobile payments research: A literature review. *Journal of Innovation Management*, 3(1), 49–61. https://doi.org/10.24840/2183-0606_003.001_0006
- Eisingerich, A. B., & Bell, S. J. (2008). Perceived service quality and customer trust: Does enhancing customers' service knowledge matter? *Journal of Service Research*, 10(3), 256–268. <https://doi.org/10.1177/1094670507310769>
- Everard, A., & Galletta, D. F. (2005). How presentation flaws affect perceived site quality, trust, and intention to purchase from an online store. *Journal of Management Information Systems*, 22(3), 56–95. <https://doi.org/10.2753/mis0742-1222220303>
- Gupta, K. P., Manrai, R., & Goel, U. (2019). Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: extending UTAUT with perceived credibility. *Journal of Asia Business Studies*, 13(2), 173–195. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111>
- Keong, M. L., Ramayah, T., Kurnia, S., & Chiun, L. M. (2012). Explaining intention to use an enterprise resource planning (ERP) system: An extension of the UTAUT model. *Business Strategy Series*, 13(4), 173–180. <https://doi.org/10.1108/17515631211246249>
- Kim, T. (Terry), Kim, W. G., & Kim, H. B. (2009). The effects of perceived justice on recovery satisfaction, trust, word-of-mouth, and revisit intention in upscale hotels. *Tourism Management*, 30(1), 51–62. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.003>

- Kwateng, K. O., Atiemo, K. A. O., & Appiah, C. (2019). Acceptance and use of mobile banking: An application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, K. L. (2015). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. *Asia Pacific Management Review*, 20(4), 210–218. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2015.03.005>
- Miltgen, C. L., Popovič, A., & Oliveira, T. (2013). Determinants of end-user acceptance of biometrics: Integrating the “Big 3” of technology acceptance with privacy context. *Decision Support Systems*, 56(1), 103–114. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2013.05.010>
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahlila, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, 14(3), 224–235. <https://doi.org/10.1108/10662240410542652>
- Plouffe, C. R., Vandenbosch, M., & Hulland, J. (2001). Intermediating technologies and multi-group adoption: A comparison of consumer and merchant adoption intentions toward a new electronic payment system. *Journal of Product Innovation Management*, 18(2), 65–81. <https://doi.org/10.1111/1540-5885.1820065>
- Shao, Z., Zhang, L., Li, X., & Guo, Y. (2019). Antecedents of trust and continuance intention in mobile payment platforms: The moderating effect of gender. *Electronic Commerce Research and Applications*, 33, 100823. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.100823>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- VOI. (2021). *Persaingan sengit dompet digital, siapa terdepan?* VOI. <https://voi.id/en/technology/42950/persaingan-sengit-dompot-digital-siapa-terdepan>
- Yueh, H. P., Huang, J. Y., & Chang, C. (2015). Exploring factors affecting students’ continued Wiki use for individual and collaborative learning: An extended UTAUT perspective. *Australasian Journal of Educational Technology*, 31(1), 16–31. <https://doi.org/10.14742/ajet.170>