

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Pendukung dalam proses penelitian tentang penerimaan dan penggunaan teknologi dengan UTAUT 2, tinjauan pustaka dilakukan dengan menggunakan 11 referensi terdahulu yang memiliki kaitan dengan teori penelitian ini. Pada halaman berikutnya akan disajikan tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
1.	“ <i>Mobile shopping apps adoption and perceived risks: A cross-country perspective utilizing UTAUT</i> [7] “	Kesamaan dengan penelitian penulis adalah menggunakan teori UTAUT 2	Perbedaannya adalah bahwa penelitian penulis ingin menelaah implementasi UTAUT2 pada aplikasi Mindo, sedangkan penelitian ini ingin meneliti UTAUT2 pada aplikasi	Penelitian ini fokus pada adopsi konsumen atas aplikasi belanja seluler merupakan area baru dalam <i>m-commerce</i> yang menghadirkan tantangan menarik bagi pengecer dan pengembang aplikasi.	Dibandingkan dengan penelitian penulis, penelitian ini lebih <i>focus</i> pada tinjauan pustaka tanpa ke lapangan	Penelitian ini memiliki implikasi praktis untuk teori karena menimbulkan penggunaan aplikasi <i>m-shopping</i> dalam lintas budaya konteks, menunjukkan bahwa privasi dan keamanan memoderasi

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						<p>niat untuk menggunakan secara berbeda lintas budaya seperti yang diprediksi oleh CMSI. Dari perspektif itu, ini juga memiliki implikasi praktis bagi peneliti perilaku konsumen dan pengembang aplikasi yang ditantang</p>

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						dengan pelokalan aplikasi sebagai serta pengecer yang merancang aplikasi belanja seluler untuk audiens antarbudaya
2.	<i>“Acceptance of contactless technology in the hospitality industry: extending UTAUT 2 [8]”</i>	Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian penulis adalah adalah bahwa dalam riset ini, satu pandang yang digunakan	Penelitian ini fokus kepada bagaimana implementasi UTAUT2 dalam dunia industri hospitalitas, sedangkan penulis meneliti soal implementasi	Penelitian ini fokus kepada layanan <i>contactless</i> telah mendapatkan popularitas di industri perhotelan selama pandemi COVID-19 untuk memastikan	Dibandingkan dengan penelitian penulis, penelitian ini juga fokus kepada variabel x lain dari	Penelitian ini mengembangkan UTAUT 2 dan menggabungkan <i>optimisme</i> dan kepercayaan, untuk mengeksplorasi

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
		ialah sama-sama UTAUT.	UTAUT2 pada aplikasi Mindo.	keselamatan pelanggan dan karyawan.	topik, yaitu terkait sisi hedonism yang dimiliki pelanggan	penggunaan teknologi tanpa kontak dalam pertemuan layanan perhotelan. Analisis peta kepentingan-kinerja (IPMA) diterapkan untuk mengevaluasi kinerja konstruksi laten dan memperkaya temuan PLS-

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						SEM. Studi ini berkontribusi pada literatur yang ada tentang inovasi layanan perhotelan dan penerimaan teknologi, dan memiliki implikasi manajerial untuk desain layanan dalam konteks tantangan yang ditimbulkan

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						oleh COVID-19.
3	<p><i>“Understanding the Drivers of Wearable Health Monitoring Technology: An Extension of the UTAUT [9].</i></p> <p>“</p>	<p>Riset ini dengan riset yang dilakukan oleh penulis sama-sama fokus kepada konsep UTAUT dan impelementasinya dalam variabel yang diangkat</p>	<p>Penelitian ini meneliti soal implementasi teknologi pemantapan kesehatan, sedangkan penulis meneliti implementasinya pada aplikasi Mindo.</p>	<p>Penelitian ini membahas bagaimana pasar untuk teknologi pemantauan kesehatan yang dapat dikenakan menjanjikan secara global dan khususnya di Arab Saudi. Negara ini memiliki prevalensi penyakit kronis yang sangat tinggi yang dapat dikelola dengan menggunakan teknologi pemantauan kesehatan</p>	<p>Dibandingkan dengan penelitian penulis,, penelitian ini menggunakan studi <i>cross-sectional</i> dalam mengumpulkan data yang digunakan</p>	<p>Temuan mengungkapkan bahwa motivasi hedonis,kebiasaan kondisi fasilitas, harapan kinerja, dan niat pengguna dipengaruhi secara signifikan oleh pengaruh sosial</p>

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
				yang dapat dipakai. Namun, perangkat yang dapat dikenakan tidak sepenuhnya menguntungkan jika orang tidak menerimanya.		untuk mengadopsi teknologi pemantauan kesehatan yang dapat dikenakan. Hasilnya juga menunjukkan bahwa harapan upaya (EE), nilai harga (PV), kebijakan kesehatan pemerintah (GHP) dan kepercayaan

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						(TR) tidak penting. Berdasarkan temuan, penelitian ini menyajikan serangkaian rekomendasi untuk pengambil keputusan, manajer, dan pengembang sistem di sektor perawatan kesehatan untuk meningkatkan

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						penggunaan dan kualitas teknologi yang dapat dikenakan.
4	<p>“ <i>Analysis of the Acceptance and Use of Mobile Banking Services UTAUT (Case Study of Bank Jatim Pasuruan Branch)</i> [10] “</p>	<p>Riset yang digunakan sama-sama fokus kepada implementasinya di kawasan Indonesia dan menggunakan teori UTAUT</p>	<p>Penelitian ini menggunakan obyek penelitian Bank Jatim, sedangkan penelitian milik penulis menggunakan obyek aplikasi Mindo</p>	<p>Penelitian ini melakukan <i>highlight</i> kepada bagaimana isu modernisasi terlihat jelas di dunia perbankan. Bagaimana kemudian terdapat peningkatan pengguna smartphone selama 5 tahun terakhir telah menyebabkan perubahan gaya hidup,</p>	<p>Dibandingkan dengan penelitian milik penulis, penelitian ini memiliki banyak variabel yang ingin diketahui, diantaranya seperti ekspektasi kinerja,</p>	<p>Temuan ini mengungkapkan bahwa niat perilaku, dipengaruhi oleh motivasi hedonis, harapan kinerja, nilai harga, harapan usaha, dan kebiasaan secara</p>

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
				dimana nasabah menuntut layanan dan transaksi bank yang lebih terjangkau.	ekspektasi usaha, pengaruh sosial umum, fasilitas, hedonis motivasi, kebiasaan, nilai dari harga, pada bagaimana niat perilaku tersebut.	signifikan ,se- dangkan kondisi memfasilitasi serta faktor so- sial tidak ber- pengaruh kepada niat perilaku. Selain itu perilaku pengguna di- pengaruhi niat perilaku dan ke- biasaan, walau- pun kondisi fasilitas tidak memberikan

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						pengaruh terhadap perilaku penggunaan.
5	“ <i>Eta-Analysis Of UTAUT: Challenging Its Validity And Charting A Research Agenda In The Red Ocean</i> [11].“	Riset yang digunakan yaitu UTAUT	Penelitian ini membahas mengenai konsep UTAUT2 secara umum	Penelitian ini membahas mengenai bagaimana ada seruan formal dan informal bahwa UTAUT dan oleh asosiasi aliran penelitian tentang adopsi teknologi telah mencapai batasnya, dengan sedikit atau tanpa peluang untuk penciptaan pengetahuan baru.	Penelitian ini menggunakan pendekatan <i>meta-analysis</i>	Penelitian ini mengembangkan UTAUT mutakhir dan revisi terkini yang memperluas teori asli dengan mekanisme endogen baru dari teori lain yang berbeda (yaitu, kompatibilitas

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						teknologi, pendidikan pengguna, inovasi pribadi, dan biaya teknologi) dan teori baru. moderasi mekanisme untuk memeriksa generalisasi UTAUT dalam konteks yang berbeda (misalnya, jenis teknologi dan

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						budaya nasional).
6	<i>“ Does e-shopping service quality enhance customers’ e-shopping adoption? An extended perspective of UTAUT [12]. “</i>	Riset dalam penelitian ini sama-sama fokus kepada penggunaan alat analisis yang ada yaitu UTAUT	Perbedaannya adalah penelitian ini fokus kepada kebutuhan dalam <i>e-shopping</i> , sedangkan peneliti ingin meneliti bagaimana implementasinya kepada aplikasi Mindo	Penelitian ini memajukan pengetahuan dalam literatur perilaku pelanggan dengan menambahkan variabel eksogen dan moderasi baru ke kerangka kerja UTAUT.	Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara kualitas layanan <i>e-shopping</i> (variabel eksogen), <i>driver e-shopping</i> (kondisi fasilitasi harapan kinerja, ,pengaruh	Temuan ini mengungkapkan bahwa pengemudi <i>e-shopping</i> dipengaruhi oleh kualitas layanan <i>e-shopping</i> . Selain itu, niat <i>e-shopping</i> dan adopsi <i>e-shopping</i> dipimpin oleh

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
					<p>sosial, dan harapan usaha), niat <i>e-shopping</i>, dan adopsi <i>e-shopping</i> dengan peran moderator.</p>	<p>driver <i>e-shopping</i>. Selanjutnya, hubungan antara driver <i>e-shopping</i> dan niat <i>e-shopping</i> dimoderasi oleh kepercayaan merek <i>offline</i>. Diskusi implikasi teoritis dan praktis dan keterbatasan studi juga disajikan.</p>

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
7	“ Penerapan Model Utaut2 Untuk Mengevaluasi Aplikasi Ruang Guru [5]. “	Kesamaannya adalah sama-sama masih menerapkan model UTAUT	Perbedaanya adalah bahwa penelitian ini menggunakan obyek penelitian aplikasi Ruang Guru	Penelitian ini sekaligus di satu sisi memberikan kriti membangun untuk objek penelitian dalam tulisan ini, yaitu aplikasi Ruang Guru	Beberapa variabel yang tidak memenuhi pada penerapan UTAUT2 untuk menguji Aplikasi Ruang Guru adalah variabel motivasi hedonis	Temuan ini mengungkapkan bahwa variabel yang dapat berpengaruh diantaranya yaitu nilai harga,kebiasaan ekspektasi kinerja, kondisi fasilitasi, ekspektasi usaha, pengaruh umum dari

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						sosial dan he- donism moti- vasi.
8	“ Faktor yang memengaruhi <i>behavior intention</i> untuk penggunaan aplikasi dompet digital menggunakan model utaut2 [13]. “	Kesamaannya adalah sama-sama membahas soal konsep UTAUT dalam studi kasus	Perbedaan yang muncul adalah penelitian ini menggunakan obyek penelitian dompet digital	Penelitian ini menggunakan dua konsep, yaitu UTAUT dan UTAUT 2	Dari sekian banyak variabel UTAUT yang biasanya memiliki hasil akhir positif, penelitian ini hanya memiliki satu variabel yang positif hasilnya	Temuan ini mengungkapkan bahwa bahwa nilai dari harga dapat mempengaruhi secara positive terhadap bagaimana niat pengguna, selain itu faktor lainnya

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						tidak memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan.
9	“ Identifikasi Faktor Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Menggunakan Metode TAM Dan UTAUT2 [14]. “	Kesamaannya adalah sama-sama membahas soal konsep UTAUT dalam studi kasus	Perbedaan yang muncul adalah bahwa penelitian ini menggunakan obyek penelitian dompet digital	Penulisan dalam jurnal ini menggunakan dua alat analisis, yaitu UTAUT2 dan TAM	Untuk analisis menggunakan teori TAM, UTAUT dan UTAUT 2 dalam penggunaan dompet digital, dengan dirasa kurang sempurna	Temuan ini mengungkapkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian dalam bentuk keuntungan dari dompet digital, yaitu kepuasan dari para

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						pengguna , faktor sosial, dan untuk penggunaan dompet digital faktor yang dapat memberikan dampak indi- vidu menggunakan layanan terse- but.

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
10	“Analisis <i>Anteseden</i> niat pengguna dan pengaruh kepada penggun layanan musik <i>online</i> berbasis langganan di Indonesia [15]. “	Kesamaan adalah sama-sama membahas soal konsep UTAUT dalam studi kasus	Perbedaanya adalah bahwa penelitian ini fokus kepada obyek penelitian layanan <i>music online</i>	Variabel harapan kinerja, kebiasaan dan penilaian pembajakan musik memengaruhi niat pengguna secara signifikan, sedangkan kebiasaan dan niat penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>use behavior</i>	Penelitian memberikan penjelasan terkait pengaruh tidak langsung yang belum terlalu jelas	Temuan ini mengungkapkan bahwa variabel <i>performance expectancy</i> , <i>habit</i> , dan penilaian pembajakan musik berpengaruh terhadap niat pengguna secara signifikan selain itu kebiasaan dan niat

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						pengguna ber- pengaruh signifikan terhadap <i>use</i> <i>behavior</i> .
11	“ Analisis Model UTAUT terhadap perilaku penggunaan layanan pembelajaran <i>Online</i> melalui <i>behavioral</i> <i>intention</i> [16]. “	Kesamaan riset ini adalah sama-sama membahas soal konsep UTAUT dalam studi kasus	Riset dalam penelitian ini me- nyebutkan be- berapa aspek ketid- aksesuaian dan kes- esuaian dengan be- berapa penelitian ter- dahulu dalam ba- gian pembahasannya	Riset dalam penelitian ini menyebut- kan beberapa aspek ketidaksesuaian dan kes- esuaian dengan beberapa penelitian terdahulu da- lam bagian pembaha- sannya	Variabel <i>age</i> , <i>gender</i> dan <i>ex- perience</i> , bukan meru- pakan Variable yang memoderasi pengaruh variabel inde- penden ter- hadap variabel dependen	Adanya variabel yang dapat mempengaruhi yaitu motivasi hedoni s independen terhadap variab el dependen perilaku penggunaan melalui variabel <i>intervening</i>

No	Judul	<i>Comparing</i>	<i>Contrasing</i>	<i>Criticize</i>	<i>Cynthesize</i>	<i>Summerize</i>
						<i>behavioral intention.</i>

Berdasarkan hasil proses mencari *compare*, *contrast*, *criticize*, *synthesize*, dan *summarize*, didapatkan hasil bahwa kemudian dari 11 penelitian terdahulu yang sudah direview, hasil dari penelitian menunjukkan beberapa gap penelitian dengan hasil yang berbeda. Dalam beberapa penelitian, semua variabel UTAUT dan UTAUT 2 berdampak positif kepada keputusan layanan pengguna, sedangkan di sebagian lain hasilnya ialah negatif atau tidak memiliki dampak yang signifikan. Hal ini yang kemudian menjadikan topik pembahasan terkait dengan model UTAUT dan UTAUT 2 akan senantiasa relevan karena memiliki dinamika hasil penelitian yang berbeda-beda, bergantung dari jenis layanan yang dipilih dan juga responden yang ditunjuk untuk kepentingan data penelitian.

2.2 Aplikasi Seluler (*Mobile Application*)

Aplikasi berbasis seluler menjauh dari sistem perangkat lunak terintegrasi yang umumnya ditemukan di *Personal Computer* (PC). Sebagai imbalannya, setiap aplikasi menawarkan fungsi terbatas dan terisolasi seperti *game*, kalkulator, atau navigasi situs web seluler. Meskipun aplikasi mungkin menghindari *multitasking* karena sumber daya perangkat keras yang terbatas dari perangkat seluler awal, keistimewaan ini sekarang menjadi bagian dari keinginan mereka, karena konsumen dapat memilih apa yang harus dilakukan dengan perangkat mereka. Aplikasi seluler paling sederhana mengambil aplikasi berbasis PC dan memindahkannya ke perangkat seluler. Karena aplikasi seluler menjadi lebih kuat, teknik ini kurang memadai. Pendekatan yang lebih canggih pengembangan lingkungan seluler, mengambil keuntungan dari keterbatasan dan kelebihanannya. Misalnya, aplikasi yang menggunakan fitur berbasis lokasi dibangun secara alami dari awal dengan memperhatikan seluler mengingat pengguna tidak terikat pada satu tempat, seperti di PC. Aplikasi dibagi menjadi dua kategori besar: aplikasi asli dan aplikasi web. Aplikasi asli yang dikembangkan untuk sistem operasi seluler tertentu, biasanya iOS atau Android. Aplikasi asli menikmati kinerja yang lebih baik dan antarmuka pengguna (UI) yang lebih halus, dan biasanya harus melewati proses pengembangan dan jaminan kualitas yang jauh lebih ketat sebelum dirilis [17].

2.3 Jasa Transportasi *Online*

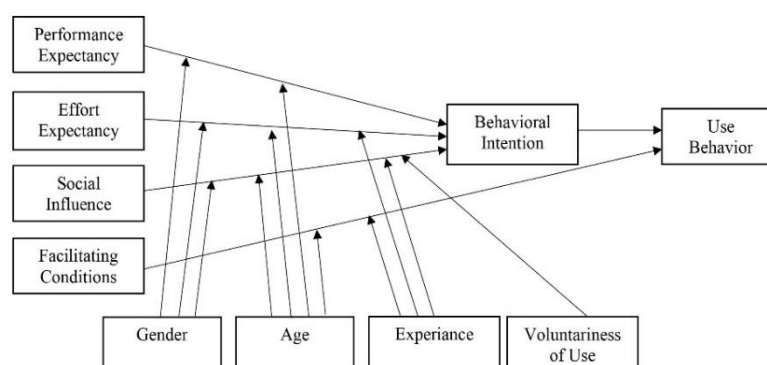
Transportasi ini adalah jasa layanan transportasi dengan menggunakan internet yang dimulai dari pemesanan, monitoring *track*, pembayaran, dan *reward*. Transportasi *online* dapat digunakan melalui aplikasi android yang dapat kita *download* dari *play store*. Selain itu, saat ini sudah banyak *platform* transportasi *online* seperti taksi *online*, grab, gojek, uber, dan lain sebagainya. Apalagi di Indonesia transportasi *online* sedang marak digunakan atau *trend* karena berbagai

alasan. Transportasi *online* memiliki banyak keunggulan seperti lebih hemat, instan, dan armada lebih banyak [17].

2.4 UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*)

2.4.1 Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT)

Didorong oleh motivasi untuk menyatukan upaya penelitian ini dalam literatur *Technology Acceptance*, UTAUT diperkenalkan dan dikembangkan oleh satu dekade lalu, berdasarkan delapan model *Technology Acceptance* yang bersaing. Model diantaranya *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *The Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), bentuk yang menggabungkan *Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior* (C-TAM-TPB), bentuk pemafaatan dari perangkat keras, *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Empat konstruksi teoretis yang mewakili determinan niat penggunaan atau perilaku penggunaan, yang berperan penting sebagai pengganti adopsi teknologi. Konstruksi-konstruksinya diantaranya *Facilitating condition*(FC), *Effort Expectancy*(EE), *Performance Expectancy*(PE), dan *Social Influence*(SI). Selain yang disebutkan di atas, teori juga mempertimbangkan faktor-faktor moderasi yang memoderasi hubungan antara berbagai variabel dan niat untuk menggunakan. Moderator adalah *Gender*, *Age*, *Experience*, dan *Voluntariness of Use* (kesukarelaan penggunaan) [9]. Model UTAUT 2 dapat dilihat pada gambar 2.1 :



Gambar 2. 1 Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology

2.4.2 *Performance Expectancy (PE)*

Harapan kinerja adalah bagaimana orang mempercayai ketika memakai sistem kinerja mereka akan meningkat. Lima variabel kunci yang diturunkan dari Model Penerimaan Teknologi yang memenuhi Ekspektasi Kinerja [9]:

1. *Perceived Usefulness*, yang diturunkan dari TAM \ TAM 2, gabungan TAM dan TPB (C-TAM-TPB), ditafsirkan bahwa peningkatan ketrampilan profesional dalam organisasi dimungkinkan dari pengguna yang menggunakan suatu system aplikasi.
2. Motivasi Ekstrinsik, yang diturunkan dari *Model Motivasi* (MM), diartikan seperti pandangan bahwa pengguna yang memiliki keinginan untuk melakukan sesuatu dengan harapan memiliki peran untuk menghasilkan sesuatu yang berharga dan aktivitas yang lain.
3. *Job-Fit*, merupakan turunan dari *Model of PC Utilization* (MPCU), diartikan bahwa seseorang mempercayai kinerja atau kapasitas kerja dapat ditingkatkan melalui penggunaan teknologi.
4. Keunggulan Relatif, yang diturunkan dari *Innovation Diffusion Theory* (IDT), ditafsirkan suatu inovasi dikatakan lebih baik daripada yang sebelumnya.
5. Ekspektasi Hasil, yang diturunkan dari Teori Kognitif Sosial (SCT), didefinisikan sebagai kemungkinan konsekuensi yang dirasakan dari penggunaan komputer
6. Ekspektasi Kinerja tetap signifikan dan merupakan konstruk terkuat sebagai prediktor niat di antara model dan teori penerimaan teknologi. Studi baru-baru ini menunjukkan bahwa dengan mempertimbangkan faktor *gender* saja menghasilkan hasil yang menyesatkan kecuali faktor usia diperhitungkan. diperhitungkan juga. Oleh karena itu diharapkan baik *gender* dan usia memoderasi dampak kinerja yang diharapkan

2.4.3 *Effort Expectancy (EE)*

Effort Expectancy tingkat kemudahan dan kenyamanan pada saat menggunakan suatu teknologi. Terdapat 3 kunci yang diturunkan dari *Technology Acceptance Models match Effort Expectancy* : [11].

1. *Perceived Ease of Use*, yang diturunkan dari (TAM \ TAM 2), dapat diartikan bahwa kesederhanaan suatu sistem selalu diharapkan oleh calon pengguna.
2. Kompleksitas, yang diturunkan dari (*IDT*) dan *Model of PC Usage* (MPCU), Pemahaman serta penggunaan yang sulit dalam tingkat inovasi.
3. Kemudahan dalam penggunaan, yang diturunkan IDT, diartikan bahwa sejauh mana suatu inovasi dapat dipertimbangkan dan tidaklah mudah untuk menggunakannya.

Seperti yang dijelaskan, harapan usaha untuk niat menggunakan dapat dimoderasi melalui jenis kelamin dan umur. Selanjutnya, Pengalaman diharapkan untuk memoderasi hubungan ini juga. Dengan demikian, efek harapan usaha pada niat akan lebih dominan bagi jenis kelamin perempuan yang lebih muda [10].

2.4.4 Social Influence (SI)

Pengaruh Sosial adalah seseorang terdorong untuk mengadopsi sistem baru setelah percaya pada orang yang penting. Beberapa variabel kunci turunan dari suatu model penerimaan teknologi yang cocok dengan pengaruh sosial:

1. Norma Subjektif, yang diturunkan dari (TPB), (TRA), (TAM \ TAM 2), (DTPB), Gabungan TAM dan TPB (C –TAM–TPB), diartikan sebagai persepsi seseorang bahwa seseorang penting baginya berpikir semestinya atau tidak semestinya bertindak sesuai harapan.
2. Faktor Sosial, yang diturunkan dari *Model of PC Utilation* (MPCU), diartikan bahwa pemusatan oleh seseorang yang memiliki budaya subjektif kelompok referensi, dan kecocokan pada pribadi tertentu.
3. Citra, merupakan penurunan dari *Innovation Diffusion Theory* (IDT), diartikan sebagai penerapan inovasi dapat meningkatkan posisi seseorang didalam lingkungan mereka.

Banyak penelitian menunjukkan peran kompleks pengaruh sosial dalam penerimaan teknologi. Mereka menunjukkan bahwa dia tunduk pada pengaruh yang berbeda, hal ini mempengaruhi perilaku orang dalam tiga mekanisme diantaranya kepatuhan, identifikasi, dan internalisasi. Sementara dua mekanisme terakhir berhubungan dengan mengubah dan memodifikasi struktur kepercayaan individu

dan/atau mengarah pada reaksi individu terhadap manfaat potensial dari situasi atau status sosial, mekanisme kepatuhan menyebabkan perubahan niat individu dalam menanggapi tekanan sosial yaitu seorang individu mematuhi dampak pengaruh sosial hanya untuk penggunaan sukarela yang memiliki efek moderasi. Wanita lebih cenderung peka terhadap tanggapan orang lain sehingga kondisi sosial lebih kuat bagi wanita, pada saat yang bersamaan wanita membentuk niat untuk menggunakan teknologi baru. Saat Pengalaman meningkat, efek ini akan menurun khususnya di usia yang lebih tua. Dengan demikian, diharapkan akan ada hubungan yang kompleks dan interaktif antara faktor-faktor moderasi ini yang mengarah pada dampak moderasi akhir bagaimana pengaruh sosial untuk niat menggunakan [12].

2.4.5 Facilitating Condition (FC)

Kondisi memfasilitasi dapat diartikan individu mempercayai pendukung dalam penggunaan sistem yaitu adanya infrastruktur dari organisasi dan teknis. Ada beberapa variabel kunci yang diturunkan dari *Technology Acceptance Models match Facilitating conditions* [8] :

1. *Perceived Behavioral Control*, yang diturunkan dari TPB, DTPB, gabungan TAM dan TPB / C-TAM-TPB, didefinisikan sebagai persepsi individu ada adanya kemampuan dan kapasitas yang dibutuhkan. Hal ini mencerminkan pemahaman kendala pada perilaku, termasuk kepercayaan kondisi fasilitas.
2. *Facilitating conditions*, merupakan turunan pada *Model of PC Utilization* (MPCU), didefinisikan sebagai faktor objektif dalam lingkup yang disetujui untuk memfasilitasi kegiatan.
3. Kompatibilitas, yang diturunkan dari *Innovation Diffusion Theory* (IDT), diartikan sebagai keterbaruan diakui sebagai kebutuhan, dan pengalaman masa lalu dari pengadopsi potensi.

Jika model tidak menyertakan *Effort Expectancy* sebagai prediktor *Intention*, *Facilitating condition* akan memiliki daya prediktif yang tinggi dari *Intention to use*. Namun, dengan adanya konstruksi ekspektasi kinerja dan ekspektasi upaya, kondisi fasilitasi diharapkan tidak signifikan dalam memprediksi niat penggunaan.

Usia serta bagaimana pengalaman pengguna memoderasi hubungan diantara kondisi fasilitas dan niat penggunaan. Peningkatan pengalaman akan berefek lebih kuat terutama untuk lanjut usia [8].

2.5 UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance And Use of Technology 2*)

2.5.1 *Hedonic Motivation (HM)*

Motivasi hedonis diartikan sebagai kepuasan yang didapatkan pengguna pada saat mengadopsi teknologi. Kenikmatan pada niat perilaku merupakan dampak motivasi hedonis [12].

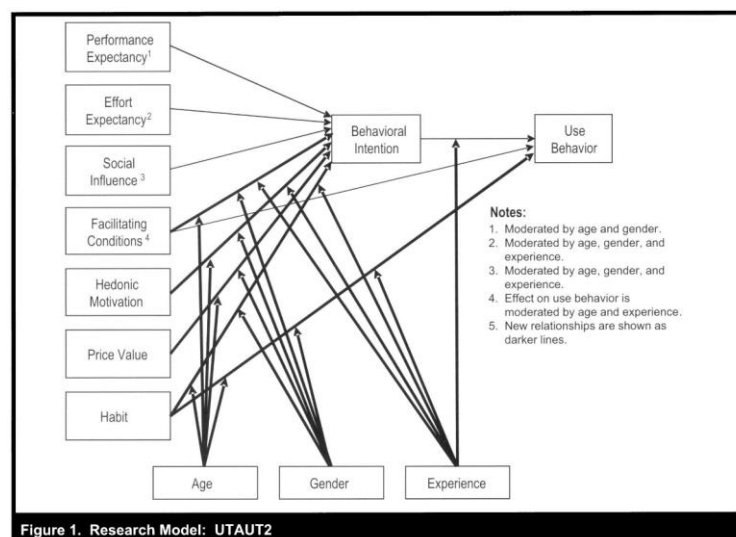
2.5.2 *Price Value (PV)*

Dalam UTAUT 2, *price value* diartikan sebagai transformasi dari konsumen secara kognitif antara manfaat yang didapatkan dan tarif atau modal yang diperlukan dalam penggunaan sistem. Konstruk nilai harga merupakan tambahan konstruk teoritis penting ke dalam model UTAUT 2 bersama dengan kebiasaan dan motivasi hedonis [7].

2.5.3 *Habit*

Habit atau kebiasaan adalah fungsi dari *behavioral intention (BI)* dan *use behavior (UB)* dalam model UTAUT2. Jalur HA → UB didasarkan pada *Habit/automaticity* perspektif (HAP), yang menyatakan perilaku penggunaan terjadi secara otomatis sebagai akibat dari kebiasaan masa lalu tanpa pembentukan evaluasi dan niat. Perbedaan inividu menjadi efek moderasi pada kebiasaan, selain itu efek terjadi secara langsung dan tidak langsung pada penggunaan teknologi [7].

Model UTAUT 2 dapat dilihat pada gambar 2.2 sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2

2.6 Teknik *Purposive Sampling*

Pengambilan data dengan teknik ini menggunakan penilaian, di mana peneliti menggunakan penilaian untuk memilih dan mendekati anggota populasi yang memenuhi persyaratan penelitian. Peneliti menggunakan sampel yang ditargetkan ketika menginginkan pengetahuan lebih banyak tentang sekelompok orang tertentu, karena semua responden survei dipilih karena cocok dengan profil tertentu [18].

2.7 PLS - SEM

Partial Least Square (PLS) adalah teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berdasarkan varian dapat menguji secara bersamaan antara *measurement model* dan *structural model*. PLS merupakan cara untuk memprediksi kausalitas dalam pengembangan konsep. SEM memiliki tujuan untuk memperkirakan model pengembangan teori. PLS adalah metode SEM dapat mendeteksi variabel laten, variabel indikator, dan penyimpangan yang jelas. PLS diantaranya dapat mensimulasikan lebih dari satu variabel dependen dan independen, dapat juga memecahkan masalah multikolinearitas diantara variabel bebas, jika ada data yang tidak berurutan dan hilang, hasilnya akan tetap. Selain itu hubungan antara variabel laten dapat dijelaskan oleh PLS [4] [19].

Terdapat 2 tahapan analisis PLS-SEM yaitu pengujian *Measurement Model* (*outer model*) dan pengujian *Structural Model* (*inner model*). Pengujian *measurement model* yaitu dilakukannya evaluasi terhadap data kuesioner sebagai alat ukur. *Software* yang digunakan adalah *SmartPLS*. Uji validitas digunakan untuk membuktikan bahwa kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur sebenarnya bisa mengukur apa saja pengukuran yang sedang berlangsung. Uji realibilitas dilakukan untuk membuktikan alat ukur tersebut dapat diandalkan dan menunjukkan sejauh mana hasil yang terjadi dapat terus menerus [20]. Berikut merupakan rincian tahapan PLS-SEM menurut *hair et al* [21]. :

1. *Measurment model* (*outer model*)

Memiliki 3 kriteria indikator reflektif yaitu ada *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Reliability*. Untuk validitas konvergen diidentifikasi dari korelasi antar *scor* item bersama *scor* konstruk *loading factor*. Nilai *loading factor* ini didapatkan dari *outer loading*. Validitas deskriminan indikator reflektifnya dapat diidentifikasi dari *cross loading* antara indikator dan setiap konstraknya, selain itu untuk menilai validitasnya dapat dengan cara memeriksa nilai $AVE > 0,50$ dan penilaian *fornel lacker*. Kriteria yang ke 3 yaitu reliabilitas komposit yang menguji reliabilitas dari konstruk dengan cara mengetahui nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* yang harus lebih dari 0,70 [19].

2. *Structural Model* (*inner model*)

Pengukuran ini bertujuan agar dapat melihat hubungan dari variabel dan memeriksa hipotesis yang ada. Ada beberapa tahapan dalam struktural model ini diantaranya yaitu :

a. *R-square* (R^2)

Nilai *R square* atau R^2 diperlukan agar dapat menunjukkan bagaimana efek variabel eksogen terhadap variabel endogen yang mempunyai efek signifikan. Pengujian *R-square* atau R^2 untuk menguji kecocokan jika sebesar 0,67 maka diidentifikasi model baik atau kuat, jika 0,33 diidentifikasi model moderat atau sedang, dan jika 0,19 diidentifikasi model lemah [22].

b. Effect Size F^2

Dalam menguji nilai R^2 dari konstruksi endogen, pergantian pada nilai R^2 pada saat beberapa konstruk eksogen untuk dikeluarkan dari model, selain itu dapat diterapkan untuk memeriksa apakah konstruk yang dikeluarkan memiliki efek substansif dalam konstruksi endogen. Maka dari itu diperlukan evaluasi *effect size* F^2 . Kriteria penilaian F^2 nilai lebih dari 0,02 masuk dalam kategori kecil, nilai lebih dari 0,15 masuk dalam kategori sedang, dan nilai lebih dari 0,35 masuk dalam kategori besar dari variabel laten eksogen. Nilai kurang dari 0,02 berarti tidak berpengaruh [21].

c. *Q Square*

Predictive relevance *Q-square* berfungsi memvalidasi model. Nilai Q^2 dalam pengujian struktur dilakukan melalui hasil Q^2 atau *predictive relevance* melalui perhitungan *blindfolding* pada *smartPLS*. Hasil relevansi prediktif Q^2 disebut baik apabila nilai > 0 memberikan petunjuk bahwa variabel laten eksogen baik (tepat) untuk variabel yang mampu menjelaskan variabel endogen [22].

d. *Goodness of Fit Indeks* (GoF)

Nilai *Gof* dipergunakan untuk memeriksa kinerja gabungan dari model pengukuran dengan model struktur, nilai dari *gof* didapat dari akar kuadrat indeks komunalitas rata-rata yang dikalikan dengan rata-rata nilai model R^2 . Kriteria skor *Gof* adalah 0,1 masuk dalam kategori rendah, 0,25 masuk dalam kategori sedang, dan 0,36 masuk dalam kategori tinggi dengan skor interpretasi berkisar antara 0-1 [22].

e. *Path coefficient* dan *T-Value*

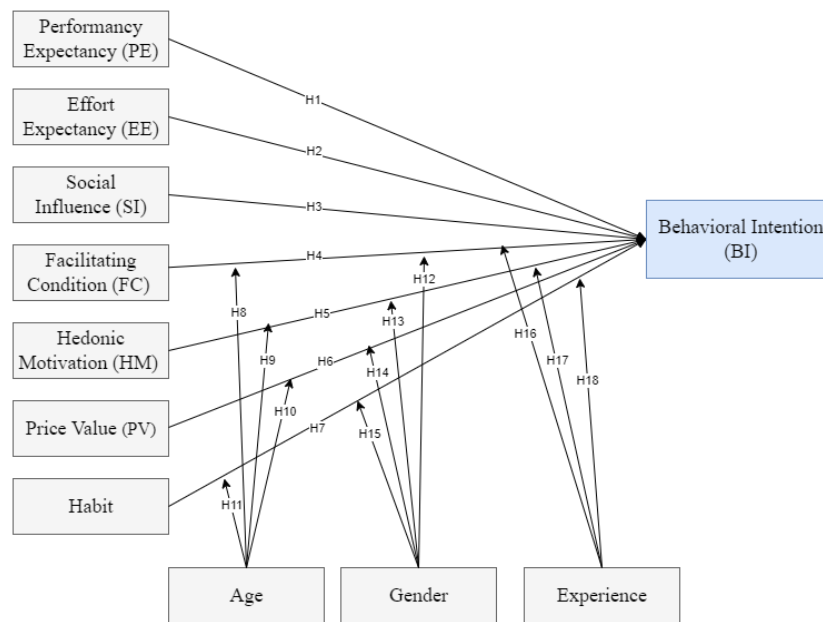
Hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat signifikansi pengaruh antara konstruk jalur atau *path coefficient* dari *t test* dengan *bootstrapping*. Nilai kritis uji dua sisi yaitu 1,65 ; 1,96 ; dan 2,57 dengan masing-masing taraf signifikansi

10%, 5% dan 1%. Penilaian signifikansi jika nilainya 1,96 maka memiliki hubungan yang signifikan dan jika semakin tinggi nilai *p-value* > 0,05 maka semakin kuat bukti untuk menolak hipotesis nol [23] [4].

2.8 Kerangka Penelitian

Berdasarkan studi literatur tentang UTAUT 2 pada penelitian terdahulu, untuk melihat faktor-faktor dari UTAUT 2 yang memiliki pengaruh terhadap *Behavior Intention* penelitian ini menggunakan variabel *Performancy Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV) dan *Habit*. Kerangka penelitian ini menggambarkan sebuah hubungan antara variabel variabel independen atau variabel bebas, variabel dependen atau terikat dan variabel moderator yaitu *age*, *gender*, *experience*. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Behavioral Intention*, yaitu niat pengguna terhadap layanan ojek *online* Mindo.

Terkait dengan pengidentifikasian faktor-faktor yang berpengaruh dalam kinerja pada layanan ojek *online* Mindo belum pernah dilakukannya penelitian. Penelitian ini hanya sampai *behavioral intention* karena dalam penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktornya saja, maka dari itu untuk mengetahui faktor tersebut penggunaan variabel dependen hanya sampai *behavioral intention*. Penelitian lain yang juga menggunakan model penelitian yang hanya menggunakan variabel dependen *behavioral intention* adalah dari Luzi [24], selain itu ada dari penelitian Aries [13] yang meneliti pengaruh variabel terhadap niat penggunaan. Berdasarkan uraian diatas susunan kerangka penelitiannya dapat dilihat pada gambar 2.3 dihalaman berikutnya :



Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian

2.9 Rumusan Hipotesis

1. Hubungan antara *Performance Expectancy* dengan *Behavioral Intention*

Performance Expectancy (PE) berhubungan dengan tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi akan membantunya menyelesaikan pekerjaan [25].

Hasil penelitian dari Mega [26] disebutkan manfaat yang diharapkan *Performance Expectancy* atau ekspektasi kinerja sangat mempengaruhi *Behavioral Intention* (BI) atau Niat pengguna untuk mengadopsi OS Windows10. Hasil observasi yang dilakukan Zatin [27] menyatakan bahwa niat pengguna dalam penerimaan dan penggunaan pembelajaran secara *Augmented Reality* (AR) pada SMP dan SMA Mutiara Bunda dipengaruhi oleh *Performance Expectancy* (PE) atau ekspektasi kinerja.

Dari uraian diatas dapat diajukan hipotesis

H1 : *Performance Expectancy* (PE) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan layanan ojek online Mindo.

2. Hubungan antara *Effort Expectancy* dengan *Behavioral Intention*

Effort Expectancy (EE) adalah variabel yang memiliki hubungan dengan usaha untuk menggunakan sistem, ketika pengguna menemukan kemudahan menggunakan aplikasi sistem maka aplikasi sistem tersebut dapat diterima [25].

Hasil penelitian Ratna *et al* [28], variabel *effort expectancy* terbukti berpengaruh signifikan untuk mengadopsi layanan *e-money*. Dalam penelitian Rehman [12] menemukan bahwa persepsi pelanggan terhadap teknologi, berguna, membantu mereka melakukan tugas dan aktivitas sehari-hari hal ini juga menghemat waktu dan tenaga dan meningkatkan produktivitas mereka. Jenis *driver e-shopping* tertentu *effort expectancy* atau ekspektasi usaha dapat menandakan minat kognitif yang dirasakan pengguna teknologi terbaru.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H2: *Effort Expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan layanan ojek online Mindo.

3. Hubungan antara *Social Influence* dengan *Behavioral Intention*

Social Influence (SI) adalah pengguna merasakan bahwa jika orang-orang penting menggunakan teknologi maka teknologi tersebut menjadi penting [25].

Menurut penelitian Rehman [12] pengaruh sosial telah mendorong pelanggan untuk bertukar pengalaman dan pengetahuan dengan orang lain (misalnya jejaring sosial). Perkiraan mereka tentang layanan dan produk ini mungkin memiliki nilai yang lebih besar daripada daya tarik produsen atau penyedia. Umpan balik seperti itu menjadi penting untuk konsumen disetiap pengambilan keputusan untuk membeli. Hasil dari penelitian Mega *et al* [26] mengemukakan bahwa dalam penelitian tersebut pengaruh sosial sangat memengaruhi niat untuk dalam adopsi OS Windows 10.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H3: *Social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan layanan ojek online Mindo.

4. Hubungan antara *Facilitating Condition* dengan *Behavioral Intention*

Facilitating Condition (FC) adalah bagaimana seorang individu mempercayai adanya infrastruktur teknis dan organisasi dapat membantu dan mendukung saat menggunakan teknologi [25].

Menurut penelitian Rehman [12] hubungan kuat antara fasilitas kondisi dan niat penggunaan. Dari hasil penelitian Amirul [29] membuktikan bahwa *facilitating conditions* (FC) secara signifikan mempunyai hubungan yang positif pada *behavioral intention* (BI) atau niat perilaku sehingga semakin tinggi kinerja *paylater* yang ada di Traveloka akan semakin baik pula pengaruh yang ada terhadap pengguna Traveloka.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H4: *Facilitating condition* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan layanan ojek online Mindo.

5. Hubungan antara *Hedonic Motivation* dengan *Behavioral Intention*

Hedonic Motivation (HM) diartikan sebagai kepuasan dari pengguna pada saat menggunakan teknologi [25].

Hasil penelitian yang dilakukan Zatin [27] menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh dalam niat menggunakan pembelajaran secara AR pada SMP dan SMA Mutiara Bunda adalah *Hedonic Motivation* (HM).

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H5: *Hedonic motivation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan layanan ojek online Mindo.

6. Hubungan antara *Price Value* dengan *Behavioral Intention*

Price Value (PV) hubungan antara elemen tarif atau harga yang memungkinkan mempunyai pengaruh yang signifikan untuk para pengguna teknologi konsumen [25]. *Price value* juga berarti ketika mendapatkan kemanfaatan dari menggunakan teknologi dipandang lebih banyak daripada biaya dan uang [3].

Hasil penelitian dari Irfan *et al* [30] dapat disimpulkan bahwa peringkat penerimaan *e-money* mahasiswa DIY berdasarkan variabel-variabel yang ada, salah satunya *price value* berada pada kategori “Baik” dan memiliki pengaruh signifikan.

Dari uraian diatas dapat diajukan hipotesis :

H6: *Price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan layanan ojek online Mindo.

7. Hubungan antara *Habit* dengan *Behavioral Intention*

Habit atau kebiasaan merupakan variabel yang berhubungan dengan sejauh mana orang cenderung mengadopsi perilaku spontan [25]. Hasil penelitian dari Amalia [31] menyatakan bahwa yang berpengaruh paling signifikan pada kelanjutan penggunaan aplikasi *mobile wallet* di Bandung adalah *habit*. Menurut hasil penelitian Mega *et al* [26] responden sudah selalu menggunakan sistem operasi Windows 10. Menurut pengguna, dalam menggunakan sistem operasi Windows 10 sudah menjadi kebiasaan.

Dari uraian diatas, hipotesis yang dapat diajukan adalah :

H7: *Habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan layanan ojek online Mindo.

8. Hubungan antara *Age* dengan *Facilitating Condition* pada *Behavioral Intention*

Penelitian dari Celine [5] menyatakan bahwa hubungan kesesuaian yang menjadi kuat adalah *facilitating conditions* dimoderasi oleh *age* terhadap *behavioral intention*. Pada penelitian lainnya juga diungkapkan dari Alfia *et al* bahwa *facilitating condition* dengan *behavioral intention* dalam menggunakan *go-pay* adalah dimoderasi oleh *age* [19].

Dari uraian diatas, hipotesis yang dapat diajukan adalah :

H8 : *Age* akan memoderasi pengaruh *Facilitating Condition* (FC) pada *Behavioral Intention*.

9. Hubungan antara *Age* dengan *Hedonic Motivation* pada *Behavioral Intention*

Menurut hasil penelitian dari Gusti Ayu [32], mengatakan bahwa pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* didukung oleh moderasi *age*.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H9 : Age akan memoderasi pengaruh *Hedonic Motivation* pada *Behavioral Intention*.

10. Hubungan antara *Age* dengan *Price Value* pada *Behavioral Intention*

Hasil penelitian dari Remita *et al* mengemukakan bahwa *experience* memoderasi kondisi fasilitas secara signifikan terhadap niat pengguna [16]. Penelitian dari Adhi Prasetyo [33] mengatakan bahwa *age* memoderasi pengaruh *price value* pada *behavioral intention*.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H10 : Age akan memoderasi pengaruh *Price Value* pada *Behavioral Intention*.

11. Hubungan antara *Age* dengan *Habit* pada *Behavioral Intention*

Hasil penelitian dari Nabil Nugraha [34] menyatakan bahwa variabel *age* mempengaruhi *habit* terhadap *behavioral intention*.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H11 : Age akan memoderasi pengaruh *Habit* pada *Behavioral Intention*.

12. Hubungan antara *Gender* dengan *Facilitating Condition* pada *Behavioral Intention*

Hasil penelitian dari Raden Budiarto [35] mengatakan bahwa gender juga memoderati hubungan kondisi yang memfasilitasi terhadap niat perilaku.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H12 : Gender akan memoderasi pengaruh *Facilitating Condition* pada *Behavioral Intention*.

13. Hubungan antara *Gender* dengan *Hedonic Motivation* pada *Behavioral Intention*

Penelitian dari Raden Budiarto memaparkan bahwa jenis kelamin pria memiliki efek yang kuat pada motivasi hedonis [35]. Penelitian dari Intan mengatakan

bahwa pengaruh *Hedonic Motivation* dengan *Behavior Intention* dimoderasi *gender* pria [36].

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H13 : *Gender* akan memoderasi pengaruh *Hedonic Motivation* pada *Behavioral Intention*.

14. Hubungan antara *Gender* dengan *Price Value* pada *Behavioral Intention*

Penelitian dari Gioliano *et al* [37] memaparkan bahwa variabel moderasi jenis kelamin atau *gender* memoderasi pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention*.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H14 : *Gender* akan memoderasi pengaruh *Price Value* pada *Behavioral Intention*.

15. Hubungan antara *Gender* dengan *Habit* pada *Behavioral Intention*

Hasil penelitian dari Yulia Wahyu [38] mengatakan bahwa variabel moderator *gender* memoderasi pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention*.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H15 : *Gender* akan memoderasi pengaruh *Habit* pada *Behavioral Intention*.

16. Hubungan antara *Experience* dengan *Facilitating Condition* pada *Behavioral Intention*

Hasil penelitian dari Remita *et al* mengemukakan bahwa *experience* memoderasi kondisi fasilitas secara signifikan terhadap niat pengguna [16].

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H16 : *Experience* akan memoderasi pengaruh *Facilitating Condition* pada *Behavioral Intention*.

17. Hubungan antara *Experience* dengan *Hedonic Motivation* pada *Behavioral Intention*

Hasil penelitian dari Raden Budiarto [35] mengatakan bahwa pengalaman terbukti memoderati hubungan motivasi hedonis terhadap niat penggunaan.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H17 : *Experience* akan memoderasi pengaruh *Hedonic Motivation* pada *Behavioral Intention*.

18. Hubungan antara *Experience* dengan *Habit* pada *Behavioral Intention*

Hasil penelitian dari Egi radiasnyah [39] menyatakan bahwa *experience* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Habit* pada *behavioral intention*.

Dari uraian diatas, dapat diajukan hipotesis :

H18 : *Experience* akan memoderasi pengaruh *Hedonic Motivation* pada *Behavioral Intention*.