



# Seminar Nasional VII Manajemen dan Rekayasa Kualitas **PROCEEDING**

*"Rekayasa dan Manajemen Kualitas dalam Era Industri 4.0"*



**15 November 2018**  
**Aston Tropicana Hotel, Bandung**



**Ikatan Sarjana Teknik Industri dan  
Manajemen Industri Indonesia**



**Jurusan Teknik Industri  
Institut Teknologi Nasional**



**Badan Kerjasama Penyelenggara  
Pendidikan Tinggi Teknik Industri Indonesia**

ISSN 1907-0470



9 771907 047085

<b>Kelompok B – Otomasi dan Sistem Informasi</b>	<b>Hal</b>
<b>Kode Makalah B1</b> ANALISIS PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PERGUDANGAN DENGAN QR CODE DI CV. KARYA NUGRAHA <i>M. Haidar Bagir Akbar, Bramantiyo Eko Putro</i> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Suryakencana	B1 – 1
<b>Kode Makalah B2</b> PEMBUATAN DAN PENGUJIAN KINERJA PEREDUP CAHAYA LED MODEL TABUNG JENIS T8 UNTUK VISION SENSOR DALAM SISTEM OTOMASI INDUSTRI <i>Andre Widura, Waluyo, Nandang Taryana, Nasrun Hariyanto</i> Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional	B2 – 1
<b>Kode Makalah B3</b> SISTEM PEMANTAUAN SUHU UNTUK PENYIMPANAN <i>REFRIGERATED</i> <i>PRODUCTS</i> <i>Cahyadi Nugraha, Yudas Nugraha, Fahmi Arif</i> Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional	B3 – 1
<b>Kode Makalah B4</b> ANALISIS PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNA, SIKAP DAN KEPUASAN TERHADAP PENERIMAAN TEKNOLOGI INFORMASI BERBASIS WEB <i>Yani Iriani</i> Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Widyatama	B4 – 1
<b>Kode Makalah B5</b> ANALISIS PENGARUH PERILAKU PENGGUNAAN TEKNOLOGI <i>FINTECH</i> PADA GENERASI <i>MILLENNIAL</i> DI KOTA BANDUNG <i>Intan Rahmatillah, Dwi Novirani, Rima Nuzla Fitri</i> Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional	B5 – 1
<b>Kode Makalah B6</b> RANCANGAN PROTOTYPE PERANGKAT LUNAK PENJADWALAN TINDAK PERAWATAN PENCEGAHAN BERBASIS KEANDALAN <i>Rispianda, Adrian</i> Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional	B6 – 1
<b>Kelompok C – Ergonomi dan Manajemen</b>	
<b>Kode Makalah C1</b> ANALISIS HUBUNGAN LINGKUNGAN, FASILITAS, INSENTIF DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PT. HDI <i>M. Zatnika, A. Ilmaniati</i> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Suryakencana	C1 – 1

## ANALISIS PENGARUH PERILAKU PENGGUNAAN TEKNOLOGI *FINTech* PADA GENERASI *MILLENNIAL* DI KOTA BANDUNG

Intan Rahmatillah<sup>1)</sup>

Dwi Novirani<sup>2)</sup>

Rima Nuzla Fitri<sup>3)</sup>

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional<sup>1,2,3)</sup>

Jl. P.H.H. Mustofa No 23 Bandung

Telepon (022) 7272215 ekst 137

E-mail : intanr@itenas.ac.id<sup>1)</sup>

### Abstrak

*Financial Technology (fintech) memiliki peran untuk mempercepat perluasan jangkauan layanan keuangan dengan menggunakan teknologi dan software. Perkembangan teknologi fintech menyebabkan masyarakat secara cepat bergerak menjadi masyarakat digital dunia. Salah satu teknologi fintech di Indonesia yang sedang berkembang di bidang pembayaran adalah GoPay untuk memudahkan pelanggan Go-Jek melakukan transaksi. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh teknologi fintech go-pay terhadap perilaku generasi millennial Kota Bandung dalam penggunaan teknologi Go-Pay, menggunakan pendekatan model Unified Theory of Acceptance and Uses of Technology (UTAUT 2). Terdapat empat variabel yang mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech Go-Pay yaitu Hedonic Motivation (0,441), Social Influence (0,418), Habit (0,307), dan Behaviour Intention (0,171). Variabel moderasi gender pria hanya memoderasi Hedonic Motivation terhadap Behavior Intention, dan variabel Habit terhadap Use Behavior. Sementara variabel moderasi gender wanita memoderasi Social Influence terhadap Behavior Intentions, Hedonic Motivation terhadap Behavior Intention, serta Behavior Intention terhadap Use Behavior.*

*Kata Kunci: millennial, go-pay, fintech, UTAUT 2*

### Pendahuluan

Saat ini teknologi informasi telah berkembang sangat pesat, bidang finansial juga mendapat pengaruh ke arah yang lebih moderen dan efisien. Akibat perkembangan teknologi informasi ini, maka muncul teknologi yang mengarah pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi moderen di bidang jasa yang bernama *Financial Technology (fintech)*. Teknologi *fintech* memberikan potensi yang dapat menguntungkan berbagai pihak yang berada dalam industri keuangan. *Fintech* bersama pelaku bisnis *e-commerce* dan juga perusahaan *start-up* merupakan pemain utama dalam perekonomian digital. Dengan *fintech*, proses transaksi keuangan menjadi lebih praktis dan aman.

Beberapa hal yang dapat dikategorikan ke dalam bidang *fintech*, antara lain proses pembayaran, transfer uang, penjualan dan pembelian saham, proses peminjaman uang secara P2P, dan lain-lain. Model bisnis *e-commerce* berkembang tidak hanya di sektor jual beli produk, tetapi juga berkembang juga pada layanan bisnis lainnya, antara lain pelayanan transportasi seperti Grab, Go-Jek, kemudian pelayanan keuangan seperti Go-Pay, Modalku, Uang Teman, dan T-Cash. Lembaga riset *International Data Corporations (IDC)* mengumumkan daftar perusahaan *startup fintech* yang diprediksi akan berkembang pesat melampaui *fintech* lainnya di Indonesia. Di kategori pembayaran, go-pay adalah salah satu layanan *fintech* yang diprediksi akan mengalami perkembangan pesat.

Go-Pay adalah salah satu produk *fintech* berupa fitur dompet virtual atau *e-wallet* yang dihadirkan Go-Jek untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pada aplikasi Go-Jek. Transaksi-transaksi yang dapat dibayar menggunakan Go-Pay antara lain membayar driver Go-Jek, membeli pulsa, membeli tiket bioskop, dan layanan lainnya yang terdapat dalam aplikasi. Dengan mengusung konsep *speed*, *simplicity*, dan *security*, Go-Pay menawarkan berbagai kemudahan bagi pelanggannya. *Speed*, dengan menyediakan sistem *top-up* yang sederhana

dan cepat melalui *driver*, ATM, *mobile banking*, dan *internet banking*. *Simplicity*, integrasi langsung untuk semua transaksi layanan di dalam aplikasi Go-Jek dengan menggunakan saldo Go-Pay.

*Security*, dengan tingkat keamanan yang tinggi dengan pembayaran non tunai, semua saldo Go-Pay pelanggan akan tersimpan dengan aman pada sistem aplikasi Go-Jek. Go-Jek menargetkan kedepannya Go-Pay dapat digunakan dalam cakupan lebih luas sebagai bagian dari cita-cita pemerintah yaitu menciptakan *casless society*. Menurut Asosiasi Financial Teknologi Indonesia (AFTECH) pada akhir tahun 2017, target terbesar pasar *fintech* di Indonesia adalah generasi *milenial* kelas menengah yaitu penduduk yang lahir antara tahun 1980an sampai 2000an [5]. Generasi ini muncul dengan ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan media dan teknologi digital. Generasi *millennial* saat ini dapat ditemukan di kamus, kantor, dan di rumah dengan profesi sebagai siswa, pekerja, karyawan, bahkan sebagai orang tua [6].

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan *fintech* pada generasi *millennial* di Bandung berdasarkan pendekatan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pelaku bisnis *fintech* yang menargetkan pasar di kalangan generasi *millennial*. Penelitian ini dibatasi hanya untuk pengguna Go-Pay dalam *range* umur 17-37 tahun.

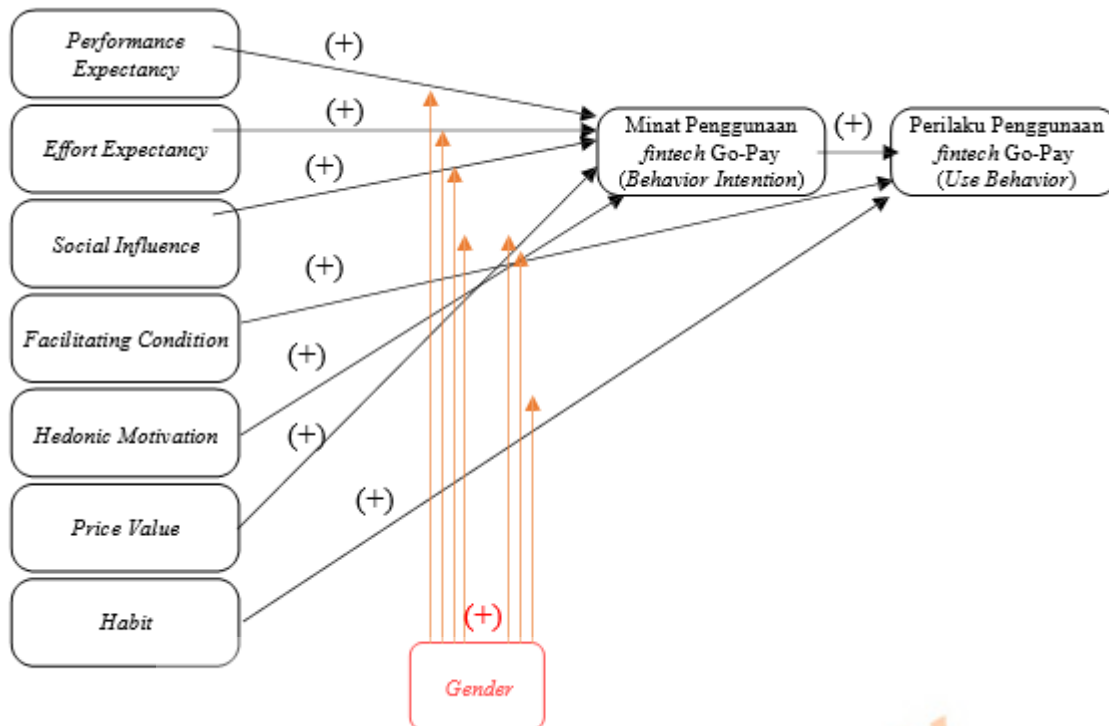
Model yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dari model UTAUT2 yang merupakan model adopsi perilaku penerimaan teknologi hasil pengembangan model UTAUT pertama [7]. Model UTAUT dihasilkan dari penggabungan delapan teori yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory Of Planned Behavior* (TPB), kombinasi model TAM dan TPB, *Theory Of Reasoned Action* (TRA), *Social Cognitive Theory* (SCT), *Motivational Model* (MM), *Model Of PC Utilization* (MPCU), dan *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Model UTAUT2 terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Adapun variabel bebas yang digunakan adalah *effort expectancy*, *social influence*, *performance expectancy*, *hedonic motivation*, *facilitating conditions*, *habit* dan *price value*. Sedangkan variabel terikatnya adalah *behavior intention* dan *use behavior*. Pada variabel bebas dipengaruhi oleh variabel moderat yang meliputi *age*, *gender*, dan *experience*.

### Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, dimana penelitian ini membantu menggeneralisasi hasil penelitian berdasarkan analisis statistik. Responden penelitian adalah orang-orang berumur 17-37 tahun, yang pernah atau menggunakan Go-Pay dalam pembayaran transaksi di aplikasi Go-Jek. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* melalui teknik *cluster sampling*. Adapun pembagian *cluster* dalam penelitian ini adalah Bandung Timur, Bandung Barat, Bandung Utara, Bandung Selatan, dan Bandung Tengah, dengan rumus proporsi berdasarkan jumlah penduduk di masing-masing wilayah. Kuesioner disebarkan secara langsung kepada responden (*offline*) dan juga disebarkan secara *online*. Kuesioner yang telah diisi responden kemudian dikumpulkan dan dilihat kelayakannya, dan akhirnya didapat 100 kuesioner yang dapat digunakan selanjutnya untuk diolah dan dianalisis. Pengolahan data penelitian ini menggunakan bantuan *software* SmartPLS 3.0.

Pada penelitian ini, variabel moderat *age* dan *experience* dari model UTAUT 2 tidak digunakan. Variabel *age* tidak digunakan karena pertimbangan penelitian ini dikhususkan pada responden yang homogen yakni generasi *millennial* umur 17-37 tahun di tahun 2018. Sedangkan variabel *experience* lebih tepat digunakan dalam penelitian dengan pendekatan *longitudinal* yang merupakan penelitian jangka panjang dan memakan waktu yang lama.

Berikut gambar model yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 1. Model Penelitian

### Hasil Penelitian

Pada outer model dilakukan pengujian model dengan melakukan uji validitas dengan analisis *convergent validity* yang mempresentasikan nilai faktor loading dan *Average Variance Extracted* (AVE). Kemudian ditahap selanjutnya dilakukan pengujian *discriminant validity* untuk mengukur sejauhmana suatu variabel berbeda dengan variabel lainnya. Hasil pengujian validitas konvergen dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan

No.	Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Akar AVE	Keterangan
1	<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0,840	0,692	0,832	Valid
		PE2	0,851			Valid
		PE3	0,803			Valid
2	<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0,955	0,888	0,942	Valid
		EE2	0,926			Valid
		EE3	0,946			Valid
3	<i>Social Influence</i>	SI1	0,870	0,766	0,875	Valid
		SI2	0,881			Valid
4	<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	0,820	0,764	0,874	Valid
		FC2	0,926			Valid
5	<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	0,928	0,874	0,935	Valid
		HM2	0,942			Valid
6	<i>Price Value</i>	PV1	0,915	0,854	0,924	Valid
		PV2	0,933			Valid
7	<i>Habit</i>	HB1	0,890	0,752	0,867	Valid
		HB2	0,845			Valid
8	<i>Behavior Intention</i>	BI1	0,868	0,736	0,858	Valid
		BI2	0,847			Valid
9	<i>Use Behavior</i>	UB1	1,000	1,000	1,000	Valid

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari hasil pengujian validitas konvergen didapatkan outer loading dan AVE dengan nilai  $\geq 0,5$ . Hasil tersebut menunjukkan seluruh variabel dan indikator dinilai valid. Nilai faktor *loading* lebih besar dari 0,5 maka dianggap sudah cukup signifikan untuk menunjukkan bahwa suatu indikator memiliki *convergent validity* [4]. Kemudian *discriminant validity* diukur dengan cara membandingkan nilai akar kuadrat AVE masing-masing variabel dengan variabel lainnya. Data dikatakan memiliki validitas *discriminant* yang baik jika nilai akar AVE untuk setiap variabel lebih besar daripada korelasi antar variabel. Setelah pengujian validitas konvergen, maka dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas yang diukur menggunakan *composite reliability* (CR) dan *cronbach alpha* (CA). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2 berikut di bawah ini.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	0,871	0,781	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	0,959	0,937	Reliabel
<i>Social Influence</i> (SI)	0,868	0,695	Reliabel
<i>Facilitating Conditions</i> (FC)	0,866	0,703	Reliabel
<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	0,933	0,856	Reliabel
<i>Price Value</i> (PV)	0,921	0,829	Reliabel
<i>Habit</i> (HB)	0,859	0,673	Reliabel
<i>Behavior Intention</i> (BI)	0,848	0,641	Reliabel
<i>Use Behavior</i> (UB)	1,000	1,000	Reliabel

Reliabilitas dapat dihitung dengan metode *internal consistency*. *Internal consistency* pada penelitian ini diuji dengan membandingkan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Nilai CR dan CA yang dapat diterima adalah  $> 0,60$  [3]. Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat semua nilai CR dan CA  $> 0,60$ , maka dapat disimpulkan semua indikator variabel penelitian ini adalah reliabel.

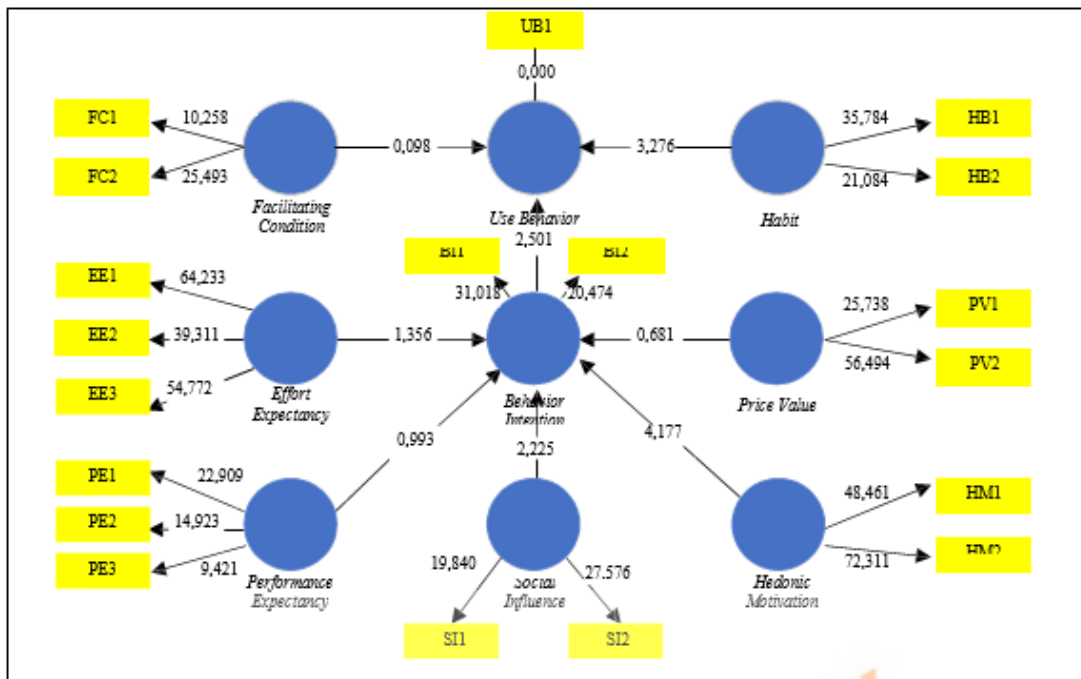
Berikut hasil pengolahan data *path coefficients* yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil *Path Coefficients*

No.	Hubungan Variabel	<i>Original Sample</i>	Keterangan	<i>T-Statistics</i>	Keterangan
1	<i>Performance Expectancy</i> >> <i>Behavior Intention</i>	0,101	Berpengaruh Positif	0,993	Tidak Signifikan
2	<i>Effort Expectancy</i> >> <i>Behavior Intention</i>	0,160	Berpengaruh Positif	1,356	Tidak Signifikan
3	<i>Social Influence</i> >> <i>Behavior Intention</i>	<b>0,173</b>	<b>Berpengaruh Positif</b>	<b>2,225</b>	<b>Signifikan</b>
4	<i>Facilitating Conditions</i> >> <i>Use Behavior</i>	0,010	Berpengaruh Positif	0,098	Tidak Signifikan
5	<i>Hedonic Motivation</i> >> <i>Behavior Intention</i>	<b>0,441</b>	<b>Berpengaruh Positif</b>	<b>4,177</b>	<b>Signifikan</b>
6	<i>Price Value</i> >> <i>Behavior Intention</i>	0,073	Berpengaruh Positif	0,681	Tidak Signifikan
7	<i>Habit</i> >> <i>Use Behavior</i>	<b>0,418</b>	<b>Berpengaruh Positif</b>	<b>3,276</b>	<b>Signifikan</b>
8	<i>Behavior Intention</i> >> <i>Use Behavior</i>	<b>0,307</b>	<b>Berpengaruh Positif</b>	<b>2,501</b>	<b>Signifikan</b>

Berdasarkan hasil *path coefficients* pada Tabel 3 dinyatakan bahwa terdapat empat hipotesis yang signifikan dengan nilai *T-Statistics*  $> 1,96$  dan empat hipotesis yang tidak signifikan karena nilai *T-Statistics*  $< 1,96$  yaitu variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *price value*. Nilai *original sample* digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti. Nilai *original sample* menunjukkan pengaruh positif jika bernilai positif, dan tidak berpengaruh positif jika bernilai negatif. Pada Tabel 3 dinyatakan bahwa nilai *original sample* semua hubungan variabel bernilai positif. Artinya seluruh

hubungan variabel memiliki pengaruh signifikan positif. Adapun hasil pengujian *inner model* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Pengujian *Inner Model*

Adapun hasil dari seluruh pengujian hipotesis penelitian berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Hipotesis Penelitian

No.	Hipotesis Nol ( $H_0$ )	Hipotesis Alternatif ( $H_1$ )	Kesimpulan
1	$H_0$ Tidak ada pengaruh signifikan positif <i>performance expectancy</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	$H_1$ Ada pengaruh signifikan positif <i>performance expectancy</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	Terima $H_0$
2	$H_0$ Tidak ada pengaruh signifikan positif <i>effort expectancy</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	$H_1$ Ada pengaruh signifikan positif <i>effort expectancy</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	Terima $H_0$
3	$H_0$ Tidak ada pengaruh signifikan positif <i>social influence</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	$H_1$ Ada pengaruh signifikan positif <i>social influence</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	Terima $H_1$
4	$H_0$ Tidak ada pengaruh signifikan positif <i>facilitating condition</i> terhadap perilaku penggunaan <i>fintech</i>	$H_1$ Ada pengaruh signifikan positif <i>facilitating condition</i> terhadap perilaku penggunaan <i>fintech</i>	Terima $H_0$
5	$H_0$ Tidak ada pengaruh signifikan positif <i>hedonic motivation</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	$H_1$ Ada pengaruh signifikan positif <i>hedonic motivation</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	Terima $H_1$
6	$H_0$ Tidak ada pengaruh signifikan positif <i>price value</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	$H_1$ Ada pengaruh signifikan positif <i>price value</i> terhadap <i>behavioral intentions</i>	Terima $H_0$
7	$H_0$ Tidak ada pengaruh signifikan positif <i>habit</i> terhadap perilaku penggunaan <i>fintech</i>	$H_1$ Ada pengaruh signifikan positif <i>habit</i> terhadap perilaku penggunaan <i>fintech</i>	Terima $H_1$

Tabel 4. Rangkuman Uji Hipotesis Penelitian (lanjutan)

No.	Hipotesis Nol (H <sub>0</sub> )	Hipotesis Alternatif (H <sub>1</sub> )	Kesimpulan
8	Tidak ada pengaruh signifikan positif <i>behavioral intentions</i> terhadap perilaku penggunaan <i>fintech</i>	Ada pengaruh signifikan positif <i>behavioral intentions</i> terhadap perilaku penggunaan <i>fintech</i>	Terima H <sub>1</sub>

Variabel *Hedonic Motivation* memiliki nilai koefisien *path* terbesar, yakni 0,441. Pengguna teknologi *fintech* Go-Pay khususnya generasi *millennial* sudah merasakan kesenangan yang dapat dinikmati setelah melakukan pembayaran non tunai melalui Go-Pay. Kesenangan yang didapat berupa *point* dalam Go-Points yang nilainya lebih besar daripada transaksi dengan pembayaran tunai. *Point* tersebut dapat dikumpulkan dan ditukarkan menjadi *voucher* pembelian produk atau makanan. Selain itu dengan pembayaran menggunakan Go-Pay konsumen bisa mendapatkan diskon pembelian tiket pesawat dan kereta api, diskon reservasi hotel, diskon ataupun *cashback* pembelian makanan dan minuman di tempat *tenant-tenant* yang bekerjasama dengan Go-Jek. Dari kesenangan yang mereka dapat biasanya disebarakan melalui *posting* di sosial media sehingga mendorong keluarga, teman, ataupun rekan kerja ingin mencoba dan merasakan kesenangan tersebut.

Nilai koefisien *path* terbesar kedua didapat oleh variabel *Habit* sebesar 0,418. Penggunaan aplikasi Go-Pay sangat membantu keseharian para pengguna, karena lengkapnya fasilitas pelayanan yang ditawarkan Go-Jek. Contohnya digunakan untuk membayar pembelian barang ataupun makanan, membayar driver Go-Ride dan Go-Car yang mengantar konsumen sampai ke tujuan, membeli tiket bioskop tanpa perlu mengantri, membayar pengiriman barang, dan membayar jasa-jasa lainnya yang terdapat dalam aplikasi Go-Jek.

Koefisien *path* terbesar selanjutnya didapat dari variabel *Social Influence*. Generasi *millennial* terdorong menggunakan teknologi *fintech* karena adanya dorongan dari orang sekitar, yakni dari keluarga, teman dan rekan kerja, dan lain-lain. Dorongan tersebut bisa karena *word of mouth* secara langsung, dan dari postingan di media sosial yang disebarakan oleh orang sekitar.

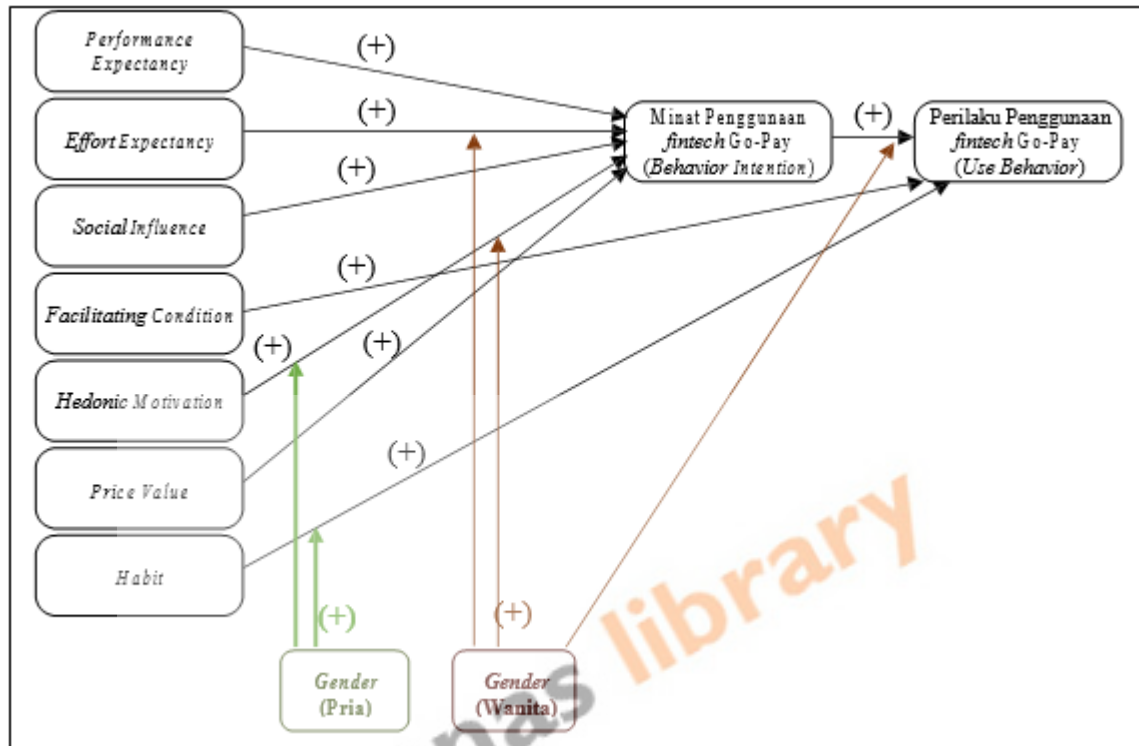
Kemudian pengujian yang melibatkan variabel moderator *Gender* dilakukan dengan melihat pengaruh *Gender* yang terdiri dari kategori Pria dan Wanita. Adapun hasil uji pengaruh moderator “*Gender*” menggunakan *bootstrapping* dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Pengaruh Moderator Variabel *Gender*

Hubungan Variabel	T-Statistics Pria	Keterangan	T-Statistics Wanita	Keterangan
<i>Performance Expectancy &gt;&gt; Behavior Intention</i>	0,270	Ditolak	0,682	Ditolak
<i>Effort Expectancy &gt;&gt; Behavior Intention</i>	1,516	Ditolak	0,793	Ditolak
<i>Social Influence &gt;&gt; Behavior Intention</i>	0,540	Ditolak	2,518	Diterima
<i>Facilitating Conditions &gt;&gt; Use Behavior</i>	0,477	Ditolak	0,217	Ditolak
<i>Hedonic Motivation &gt;&gt; Behavior Intention</i>	2,188	Diterima	2,805	Diterima
<i>Price Value &gt;&gt; Behavior Intention</i>	0,754	Ditolak	0,964	Ditolak
<i>Habit &gt;&gt; Use Behavior</i>	3,160	Diterima	1,807	Ditolak
<i>Behavior Intention &gt;&gt; Use Behavior</i>	0,269	Ditolak	2,618	Diterima

Berdasarkan Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa variabel moderator *Gender* kategori pria yang memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen karena memiliki nilai

$T$ -Statistics > 1,96 yaitu variabel *Hedonic Motivation* terhadap *Behavior Intention*, dan *Habit* terhadap *Use Behavior*. Sedangkan variabel moderator *Gender* kategori wanita yang memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yaitu variabel *social influence* terhadap *Behavior Intention*, *Hedonic Motivation* terhadap *Behavior Intention*, dan *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior*. Penarikan kesimpulan atas hipotesis yang melibatkan variabel moderator *Gender* dapat dijelaskan melalui Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Pengujian Hipotesis yang Melibatkan Variabel *Gender*

## Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi generasi *millennial* dalam penggunaan *fintech* Go-Pay pada aplikasi Go-Jek di Bandung, maka dapat disimpulkan:

1. Terdapat empat faktor dalam pendekatan modifikasi UTAUT 2 dalam penelitian ini bernilai positif signifikan yang mempengaruhi generasi *millennial* berniat berperilaku (behavioral intentions) untuk menggunakan Go-Pay di Bandung yaitu *Hedonic Motivation*, *Social Influence*, *Habit*, dan *Behavior Intention*. *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh yang paling besar, dengan nilai koefisien path 0,441, sementara disusul koefisien path variabel *Habit* sebesar 0,418. Pengaruh terbesar ketiga dan keempat adalah variabel *Behavior Intention* dan *Social Influence*, masing-masing dengan nilai koefisien path 0,307 dan 0,173.
2. Berdasarkan hasil temuan dari nilai koefisien *path* terbesar, maka sebaiknya *fintech* berbasis pembayaran lebih mengutamakan aspek hedonis yang menyenangkan dan dapat dinikmati oleh konsumen *fintech* tersebut. Adapun faktor-faktor yang bernilai positif tetapi tidak signifikan bisa diusulkan untuk prioritas perbaikan oleh manajemen perusahaan *fintech*. Faktor-faktor tersebut antara lain *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Price Value*, dan *Facilitating Condition*.
3. Variabel moderator *Gender* kategori pria yang memoderasi hubungan antara variabel independen *Hedonic Motivation* terhadap variabel dependen *Behavior Intention*, dan variabel independen *Habit* terhadap variabel dependen *Use Behavior* karena memiliki nilai  $T$ -Statistics > 1,96.

4. Variabel moderator *Gender* kategori wanita yang memoderasi hubungan antara variabel independen *Social Influence* terhadap variabel dependen *Behavior Intention*, variabel independen *Hedonic Motivation* terhadap variabel dependen *Behavior Intention*, dan variabel independen *Behavior Intention* terhadap variabel dependen *Use Behavior* karena memiliki nilai *T-Statistics* > 1,96.
5. Variabel *Behavior Intention* memiliki koefisien determinasi (*R-Square*) sebesar 0,594 yang menunjukkan bahwa variabel independen *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, dan *price value* mampu menjelaskan variabel *behavior intention* sebesar 59,4%. Artinya, variabel tersebut dapat digunakan untuk memprediksi faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial dalam penggunaan *fintech* Go-Pay pada aplikasi Go-Jek di Kota Bandung.
6. Variabel *Use Behavior* memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,463 yang menunjukkan variabel independen *facilitating condition*, *habit*, dan *behavior intention* mampu menjelaskan perilaku penggunaan *fintech* Go-Pay sebesar 46,3%. Artinya, variabel tersebut dapat digunakan untuk memprediksi faktor yang mempengaruhi perilaku generasi *millennial* dalam penggunaan *fintech* Go-Pay pada aplikasi Go-Jek di kota Bandung.

### Daftar Pustaka

- [1] Deningtyas, Fika. 2017. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Go-Pay Oleh Pengguna Layanan Go-Jek di Kota Bandung dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*. Thesis. Bandung: Telkom University.
- [2] Ghozali, I. 2006. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [3] Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4] Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. 2011. *Multivariate Data Analysis* (7<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- [5] Ika, Aprillia. 2018. *Perkembangan Industri Fintech Dalam Kacamata Asosiasi*. Kompas [Online]. Tersedia: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/16/210000526/perkembangan-industri-fintech-di-2017-dalam-kacamata-asosiasi>. [4 Maret 2018].
- [6] Taher, Elvina. 2017. *4 Karakteristik Millenial yang Perlu diketahui Bagian Pemasaran*. tersedia: <https://id.techinasia.com/4-karakteristik-millennial>. [4 Maret 2018]
- [7] Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., Xu, Xin., 2012, Consumer Acceptance and Use of Information Technology: *Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, *MIS Quarterly*, Vol. 36, No. 1, Page 157-178.
- [8] Winenda, KW. 2016. *Pengaruh Munculnya Start-up Fintech pada Industri Keuangan di Indonesia*. Tersedia: <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/04/23/081500926/Pengaruh.Munculnya.Start-up.Fintech.pada.Industri.Keuangan.di.Indonesia>. [5 Maret 2018].
- [9] Yoga, Paulus. 2016. *Financial Technology Tren Bisnis Keuangan ke Depan*. tersedia: <http://infobanknews.com/financial-technology-tren-bisnis-keuangan-ke-depan/> [4 Maret 2018].