



## *The analysis of Flip application acceptance using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 model*

### **Analisis Penerimaan Aplikasi Flip Menggunakan Model Unified of Acceptance and Use of Technology 3**

**Nalis Kristi<sup>1\*</sup>, Diqy Fakhrun Shiddiq<sup>2</sup>, Dwi Nurhayati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Garut, Indonesia

E-Mail: <sup>1</sup>naliskristi8@gmail.com, <sup>2</sup>diky@uniga.ac.id, <sup>3</sup>dwinurhayati@uniga.ac.id

Received Dec 28th 2023; Revised Mar 12th 2024; Accepted Apr 3rd 2024  
Corresponding Author: Nalis Kristi

#### **Abstract**

*This research aims to measure the level of acceptance of Flip applications by UMKM in the Garut district using UTAUT model 3. The cross-sectional quantitative explanatory method is used with the collection of primary data through questionnaires based on a Likert scale of 1 to 5, as well as secondary data obtained from journals, articles, and information related to research topics. Further data is analyzed using SmartPLS 3.0. This research is an extension of previous research on Flip Application Acceptance Analysis using the UTAUT 2 method, in which the research does not take into account the personal variable innovativeness, personal innovativeness considered important in measuring the extent to which one is prone to accepting and adopting innovations. The results indicate that four hypotheses were accepted, namely behavioral intention towards use behavior, habit towards use behavior, personal innovativeness towards behavioral intention, and price value towards behavioral intention. Meanwhile, eight hypotheses were rejected, namely effort expectancy towards behavioral intention, facilitating conditions towards behavioral intention, facilitating conditions towards use behavior, habit towards behavioral intention, hedonic motivation towards behavioral intention, performance expectancy towards behavioral intention, personal innovativeness towards use behavior, and social influence towards behavioral intention.*

*Keyword: Fintech, Flip Application, SmartPLS, UTAUT 3*

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat penerimaan aplikasi Flip oleh UMKM di Kabupaten Garut menggunakan model UTAUT 3. Metode kuantitatif eksplanatori cross-sectional digunakan dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner berdasarkan skala likert 1 sampai 5, serta data sekunder didapatkan dari jurnal, artikel, dan informasi terkait topik penelitian, selanjutnya data di analisis menggunakan SmartPLS 3.0. Penelitian ini merupakan lanjutan dari penelitian terdahulu mengenai Analisis Tingkat Penerimaan Penerapan aplikasi Flip menggunakan metode UTAUT 2, dalam penelitian tersebut tidak mempertimbangkan variabel *personal innovativeness*, *personal innovativeness* dianggap penting dalam mengukur sejauh mana seseorang cenderung menerima dan mengadopsi inovasi baru. Hasil menunjukkan terdapat empat hipotesis di terima, yakni *behavioral intention* terhadap *use behaviour*, *habit* terhadap *use behaviour*, *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention*, dan *price value* terhadap *behavioral intention*. Sementara itu, delapan hipotesis ditolak, yakni *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*, *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*, *facilitating conditions* terhadap *use behaviour*, *habit* terhadap *behavioral intention*, *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*, *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*, *personal innovativeness* terhadap *use behaviour*, dan *social influence* terhadap *behavioral intention*.

Kata Kunci: Aplikasi Flip, Fintech, SmartPLS, UTAUT 3

#### **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi di era disrupsi telah membawa terobosan baru khususnya di bidang *financial technology* (fintech). Fintech dengan fokus pada transaksi digital dan memainkan peran yang krusial dalam membantu pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) [1]. Teknologi ini memberikan peluang bagi UMKM untuk beroperasi secara efisien dan terhubung ke pasar global melalui aplikasi pembayaran, transfer uang, dan layanan keuangan digital. Keterkaitan antara UMKM dan Penyedia Jasa Pembayaran (PJP)

uang elektronik berpotensi meningkatkan inklusivitas, pertumbuhan keuangan, dan ekonomi di Indonesia. Transformasi ini terlihat dalam pergeseran model transaksi keuangan dari konvensional ke modern melalui aplikasi *mobile banking*, dompet digital, dan layanan pembayaran elektronik [2], [3]. Dampaknya sangat signifikan, mengurangi keterkaitan dengan transaksi tunai dan meningkatkan ketersediaan akses keuangan.

Fintech telah mengalami pertumbuhan pesat dengan menciptakan berbagai aplikasi dan platform digital untuk memfasilitasi transaksi keuangan. Berdasarkan hasil Annual Members Survey tahun 2021 oleh Asosiasi *Financial Technology* Indonesia (Aftech), mayoritas pengguna fintech sekitar 73% berusia 25-35 tahun. Meskipun begitu, perusahaan fintech juga mengarahkan layanannya kepada kelompok usia yang lebih tua, khususnya usia 35-50 tahun dengan 23% diantaranya menjadi pengguna fintech. Hal ini menunjukkan bahwa fintech menerima dengan baik berbagai kelompok usia dalam mengadopsi teknologi keuangan. Dengan demikian, terlihat bahwa fintech tidak hanya menerima generasi muda, tetapi juga berupaya memenuhi kebutuhan kelompok usia yang lebih tua.

Salah satu fintech yang saat ini sedang banyak digunakan adalah aplikasi Flip, sebuah aplikasi transaksi keuangan berbasis android yang menyediakan transfer antar bank tanpa biaya administrasi [4]. Flip berkolaborasi dengan 14 lembaga perbankan di Indonesia guna memfasilitasi transfer antar bank tanpa biaya tambahan. Pada tahun 2016, Flip meraih lisensi resmi dari Bank Indonesia (BI) untuk operasional dan keamanan. Flip telah memberikan layanan kepada lebih dari 13 juta pengguna dan 1000 perusahaan serta UKM [5]. Awal bulan Maret 2023, aplikasi Flip berhasil menarik lebih dari 10 juta pengguna di Indonesia dengan penilaian 4.4/5.0 serta 445 ribu ulasan di Google Play Store [6].

Mengacu pada pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada ulasan di Google Play Store pada tahun 2023, aplikasi Flip terdapat dua jenis ulasan yaitu positif dan negatif. Ulasan positif menyoroti kemudahan dalam transaksi antar bank, banyaknya pilihan fitur, layanan cepat, pengalaman transaksi hemat, dan praktis. Di sisi lain, ulasan negatif menyampaikan keluhan tentang tampilan yang kurang menarik, waktu transaksi lambat, keterlambatan bukti transfer, dan masalah lainnya. Dampak negatif tersebut merupakan sebuah masalah yang dapat merugikan UMKM, mengancam keberlanjutan operasional, dan mempengaruhi kepuasan pengguna. Sehingga, menegaskan pentingnya perbaikan dan inovasi pada aplikasi Flip.

Aplikasi Flip mencerminkan perubahan perilaku konsumen dan bisnis yang di dorong oleh platform digital [7]. Penelitian pada aplikasi Flip membantu memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi keuangan modern. Adopsi teknologi seperti aplikasi Flip memiliki dampak positif dan negatif, termasuk efisiensi operasional dan tantangan seperti masalah teknis dan kepuasan pengguna. Pemahaman ini penting untuk memberikan rekomendasi bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi fintech [8]. Meskipun terdapat kritik, banyak UMKM yang menggunakan aplikasi Flip, namun masih belum sepenuhnya menyadari manfaatnya. Penelitian ini akan mengevaluasi cara UMKM dapat lebih efektif memanfaatkan inovasi teknologi dari aplikasi Flip untuk mempermudah transaksi bisnis mereka.

Preferensi individu dalam memanfaatkan produk fintech berkaitan dengan sikap individu dalam mengadopsi teknologi. Salah satu teori yang membahas mengenai adopsi teknologi adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Model UTAUT 3 diperkenalkan oleh (Farooq, 2017) terdapat delapan konstruk kunci, yaitu : *performance expectancy* (harapan performa), *effort expectancy* (harapan usaha), *social influence* (pengaruh sosial), *facilitating conditions* (kondisi fasilitas), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), *habit* (kebiasaan), dan *personal innovativeness* (inovasi pribadi) terhadap *behavior intention* (niat perilaku), dan *use behavior* (perilaku pengguna) dalam menggunakan teknologi.

Beberapa penelitian sebelumnya yang telah menggunakan model penelitian UTAUT 3, diantaranya: penelitian yang dilakukan oleh Eka Prasetyaningrum pada tahun 2022 untuk mengetahui perilaku adopsi *digital marketing* pada pelaku UMKM di Kabupaten Kotawaringin Timur dengan menggunakan model UTAUT 3 di Era New Normal, penelitian yang dilakukan oleh Lina Zulaikah pada tahun 2023 dengan fokus pada analisa kesuksesan implementasi SAP yang dilihat dari sikap pengguna dalam menerima implementasi SAP dimasa pandemi Covid-19 melalui model UTAUT 3, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ainul Fahmi pada tahun 2023 untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan *live Unpad* di kalangan siswa SMK yang terdaftar di Universitas Padjadjaran dengan menggunakan pendekatan UTAUT 3, dan penelitian yang dilakukan oleh Asanka Gunasinghe pada tahun 2020 untuk memahami penerimaan dosen terhadap lingkungan belajar virtual (VLE) di Universitas Negeri Sri Lanka dengan menerapkan model UTAUT 3 [9]–[12]. Dari uraian penelitian sebelumnya, terlihat bahwa penggunaan model UTAUT 3 relevan dalam mengkaji penerimaan teknologi yang secara langsung terkait dengan topik penelitian ini, yaitu analisis penerimaan teknologi aplikasi Flip.

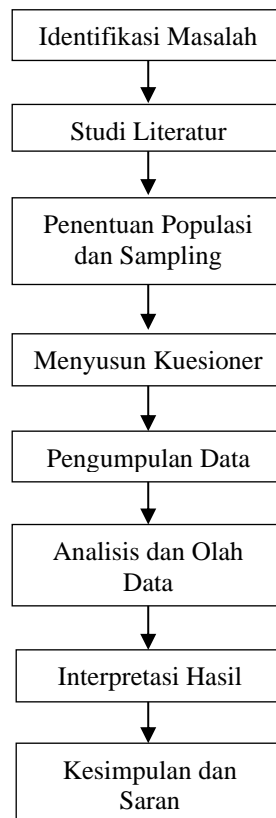
Penelitian ini merupakan sebuah keterbaruan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Aulia Dewi Puspitasari mengenai Analisis tingkat penerimaan penerapan aplikasi Flip menggunakan metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) [13]. Penelitian sebelumnya tidak mempertimbangkan variabel *personal innovativeness* yang dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai pengaruh karakteristik pribadi pada adopsi aplikasi Flip. Perbedaan tersebut menjadi fokus dalam penelitian ini. Dengan menggunakan model UTAUT 3, variabel *personal innovativeness* di anggap penting dalam mengukur sejauh mana seseorang cenderung menerima dan mengadopsi inovasi baru [14]. Penelitian

ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan untuk pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi Flip.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3* (UTAUT 3), penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana penggunaan aplikasi Flip di terima oleh UMKM di Kabupaten Garut.

**2. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif *eksplanatori cross-sectional* yang dilakukan selama periode tahun 2023 di Kabupaten Garut. Pada penelitian ini aplikasi Flip dijadikan sebagai objek penelitian. Subjek penelitian ini yaitu pengusaha serta pemilik UMKM di Kabupaten Garut yang secara aktif menggunakan aplikasi Flip. Kemudian data sekunder di peroleh dari jurnal, artikel, begitu juga dengan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Data yang sudah didapatkan selanjutnya di olah dan di analisis dengan menggunakan alat pengujian SmartPLS 3.0 untuk menguji keterkaitan antar variabel dalam model penelitian UTAUT 3. Tahapan penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1, meliputi:



Gambar 1. Alur Penelitian

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Deskripsi Responden**

Responden berjumlah 100 responden, diklasifikasikan berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

Variabel	Klasifikasi	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	55	55%
	Laki-laki	45	45%
Jumlah		100	100%
Usia	<20 Tahun	29	29%
	20-30 Tahun	59	59%
	31-40 Tahun	8	8%
	41-50 Tahun	2	2%
	>50 Tahun	2	2%
Jumlah		100	100%

Variabel	Klasifikasi	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Usaha	Kuliner	42	42%
	Perdagangan	25	25%
	Fashion dan Pakaian	23	23%
	Jasa	9	9%
	Pertanian dan Perikanan	1	1%
Jumlah		100	100%
Lama Usaha	<1 Tahun	38	38%
	1-5 Tahun	52	52%
	>6 Tahun	10	10%
Jumlah		100	100%
Tenaga Kerja	<5 Tenaga kerja	84	84%
	5-10 Tenaga kerja	10	10%
	11-20 Tenaga kerja	2	2%
	21-30 Tenaga kerja	2	2%
	>30 Tenaga kerja	2	2%
Jumlah		100	100%

Hasil menunjukkan aplikasi Flip cenderung digunakan oleh pelaku UMKM yang didominasi oleh perempuan berusia 20 sampai 30 tahun, terutama dalam sektor kuliner yang telah menjalankan usaha 1 sampai 5 tahun dan memiliki jumlah tenaga kerja 1 sampai 5 tenaga kerja. Menunjukkan bahwa generasi milenial atau dengan rentang usia 20 sampai 30 tahun, kerap menghadapi keterbatasan waktu dan memerlukan kebutuhan efisiensi tinggi dalam mengelola usaha. Aplikasi Flip hemat biaya administrasi menjadi sebuah alat transaksi yang dapat membantu mereka dalam meningkatkan efisiensi operasional.

### 3.2. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

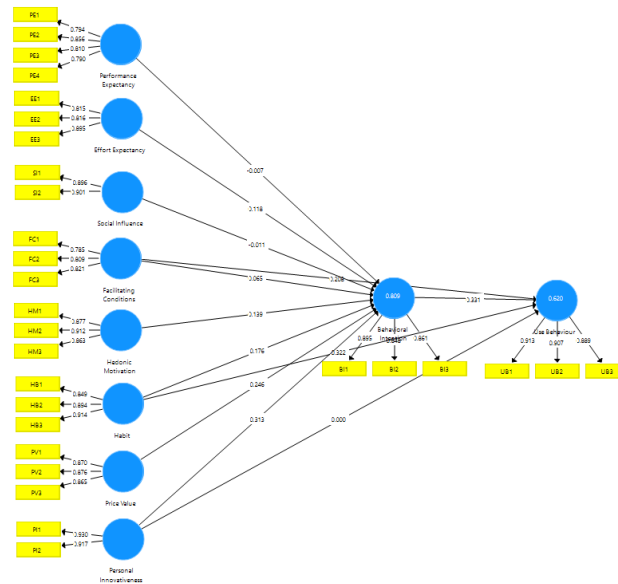
*Convergent validity* diukur berdasarkan sejauh mana indikator yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk menunjukkan korelasi yang tinggi satu sama lain. Angka *loading factor* yang tinggi idealnya di atas 0,7 menunjukkan bahwa indikator dengan konstruk yang sama saling terkait dengan kuat.

**Tabel 2.** Hasil *Outer Loading*

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PI	PV	SI	UB
BI.1	0.895									
BI.2	0.848									
BI.3	0.861									
EE.1		0.815								
EE.2		0.816								
EE.3		0.896								
FC.1			0.785							
FC.2			0.809							
FC.3			0.821							
HB.1				0.849						
HB.2				0.894						
HB.3				0.914						
HM.1					0.877					
HM.2					0.912					
HM.3					0.863					
PE.1						0.794				
PE.2						0.856				
PE.3						0.810				
PE.4						0.790				
PI.1							0.930			
PI.2							0.917			
PV.1								0.870		
PV.2								0.876		
PV.3								0.865		
SI.1									0.831	
SI.2									0.865	
SI.3									0.671	
UB.1										0.913
UB.2										0.907
UB.3										0.889

Menunjukkan sebagian besar indikator setiap variabel pada penelitian ini terdapat *loading factor* di atas 0,7 menggambarkan variabel dalam model saling terkait secara signifikan, saling mendukung, dan mampu

memprediksi satu sama lain dengan kuat. Oleh karena itu, variabel-variabel tersebut dapat dipertimbangkan sebagai penentu yang penting dalam memprediksi hasil yang di amati dalam konteks penelitian aplikasi Flip pada UMKM. Terdapat satu indikator di bawah 0,7 yaitu SI.3 perlu dihilangkan dan di hitung kembali, maka setelah itu terdapat peningkatan nilai *loading factor* dari sebelumnya pada SI.1 dan SI.2 yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil PLS Algoritma

### 3.3. Uji Konstruk Reliabilitas dan Validitas

Pengujian reliabilitas dan validitas bertujuan untuk memastikan instrumen atau pertanyaan yang digunakan dapat diandalkan dan mengukur konstruk yang diinginkan dengan akurat. Pengukuran menggunakan kriteria tertentu, seperti pengujian reliabilitas dengan angka cronbach's alpha di atas 0,7, evaluasi rho\_a mempertimbangkan hubungan antar indikator yang lebih kompleks, *composite reliability* dengan nilai mendekati 1 di anggap memiliki keandalan yang tinggi, sedangkan pengujian validitas dengan indikator yang mempunyai *average variance extracted (AVE)* di atas 0,5 menunjukkan pengukuran variabilitas konstruk yang memadai. Hubungan antara reliabilitas dan validitas memastikan konsistensi dan ketepatan pengukuran terhadap konstruk yang terkait.

Tabel 3. Nilai Reliabilitas dan Validitas

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE
<i>Behavioral Intention</i>	0.837	0.841	0.902	0.754
<i>Effort Expectancy</i>	0.796	0.803	0.880	0.711
<i>Facilitating Conditions</i>	0.728	0.728	0.847	0.648
<i>Habit</i>	0.863	0.867	0.916	0.785
<i>Hedonic Motivation</i>	0.861	0.864	0.915	0.783
<i>Performance Expectancy</i>	0.829	0.834	0.886	0.661
<i>Personal Innovativeness</i>	0.827	0.831	0.920	0.852
<i>Price Value</i>	0.840	0.842	0.904	0.758
<i>Social Influence</i>	0.760	0.761	0.893	0.807
<i>Use Behavior</i>	0.888	0.896	0.930	0.816

Hasil analisis menunjukkan konsistensi yang baik dalam pengukuran variabel laten dengan angka cronbach's alpha dan *composite reliability* di atas 0,7 serta rho\_a yang menunjukkan keandalan yang tinggi. Validitas pengukuran terkonfirmasi dengan nilai *average variance extracted (AVE)* di atas 0,5 yang menyatakan efektivitas indikator dalam mengukur variasi dalam konstruknya. Dengan demikian, alat yang digunakan dapat diandalkan dan valid.

### 3.4. Pengukuran R-square

Nilai R-square diterapkan sebagai indikator untuk mengevaluasi sejauh mana struktur model yang di bangun dapat menjelaskan variasi pada variabel terikat dengan mengacu pada variabel bebasnya. Rentang karakteristik nilai R-square adalah antara 0 hingga 1. Maka lebih tinggi nilai R-square, lebih baik kemampuan model dalam menjelaskan variasi dari variabel yang sedang di amati.

**Tabel 4.** Nilai R-square

	R-Square
<i>Behavioral Intention</i>	0.809
<i>Use Behavior</i>	0.620

Hasil menunjukkan nilai R-square pada variabel *behavioral intention* sebesar 0,809 atau sekitar 80,9% variasi dari perilaku ini dapat dijelaskan oleh faktor-faktor independen dalam model. Sedangkan, nilai R-square pada *use behavior* sebesar 0.620 atau sekitar 62% variasinya dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terlibat. Dengan nilai R-square yang signifikan, model ini memberikan gambaran yang kuat tentang variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan aplikasi Flip.

### 3.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis diterapkan dengan menggunakan nilai *path coefficient* dan *t-statistic* melalui perangkat lunak SmartPLS 3.0 dengan menerapkan metode *bootstrapping*. Untuk memastikan validitas hipotesis, dilakukan verifikasi terhadap angka *t-statistic* yang mencapai 1.96 dan angka *p-value* di bawah 0.05. Jika kriteria tersebut terpenuhi, maka  $H_a$  dapat di terima, sedangkan  $H_0$  akan di tolak. Akan tetapi, apabila nilai *t-statistic* berada kurang dari 1.96 dan nilai *p-value* di bawah 0.05 pada taraf signifikan 5% ( $\alpha=5\%$ ), maka  $H_0$  dapat di terima, sedangkan  $H_a$  harus di tolak.

**Tabel 5.** Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistic	P-Value
H1	BI -> UB	0.331	0.334	0.165	2.002	0.046
H2	EE -> BI	0.118	0.120	0.095	1.245	0.214
H3a	FC -> BI	0.065	0.073	0.116	0.561	0.575
H3b	FC -> UB	0.208	0.193	0.126	1.648	0.100
H4a	HB -> BI	0.176	0.161	0.123	1.433	0.152
H4b	HB -> UB	0.322	0.323	0.147	2.185	0.029
H5	HM -> BI	0.139	0.145	0.148	0.941	0.347
H6	PE -> BI	-0.007	-0.013	0.116	0.061	0.951
H7a	PI -> BI	0.313	0.309	0.115	2.723	0.007
H7b	PI -> UB	0.000	0.013	0.132	0.002	0.998
H8	PV -> BI	0.246	0.245	0.103	2.400	0.017
H9	SI -> BI	-0.011	-0.001	0.093	0.117	0.907

#### Pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior*

Hasil H1 menyatakan *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior*, dengan angka *t-statistic* 0.002 dan angka *p-value* 0.046. Ketika pengguna memiliki keinginan yang kuat untuk menggunakan aplikasi, mereka akan cenderung menggunakan fitur-fitur yang tersedia secara optimal. Aplikasi Flip di anggap memiliki tampilan sederhana dengan fitur transfer yang efisien dan mudah digunakan. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [15] yang juga menyatakan bahwa *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior*. Oleh karena itu, H1 dapat di terima.

#### Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*

Hasil H2 menyatakan *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, dengan angka *t-statistic* 1.245 dan angka *p-value* 0.214. Penggunaan layanan aplikasi Flip di anggap sulit, seperti intruksi penggunaan yang kurang jelas, keterbatasan aksesibilitas, serta kesulitan terkoneksi dengan fitur yang diinginkan, sehingga faktor dari harapan usaha tidak mampu membentuk niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [16] yang juga menyatakan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu, H2 di tolak.

#### Pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*

Hasil H3a menyatakan *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, dengan angka *t-statistic* 0.561 dan angka *p-value* 0.575. Melalui analisis masalah yang dikaji bahwa adanya ketidaknyamanan pengguna dalam menunggu bukti transaksi pada aplikasi Flip. Mengakibatkan kurangnya

kepercayaan terhadap keandalan serta kegunaan aplikasi Flip. Sehingga faktor dari kondisi yang memfasilitasi tidak mampu membentuk niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [17] yang juga menyatakan *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu, H3a di tolak.

#### **Pengaruh *facilitating conditions* terhadap *use behavior***

Hasil H3b menyatakan *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*, dengan angka *t-statistic* 1.648 dan angka *p-value* 0.100. Kondisi ini terjadi karena kurangnya fasilitas atau fitur yang mendukung proses transaksi, seperti gangguan pada sistem pembayaran, kegagalan dalam proses pengiriman atau penerimaan transaksi, dan keterlambatan pengecekan transaksi menyebabkan kesulitan dalam melakukan transfer antar bank. Sehingga faktor dari kondisi yang memfasilitasi tidak mampu membentuk perilaku pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [18] yang juga menyatakan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*. Oleh karena itu, H3b di tolak.

#### **Pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention***

Hasil H4a menyatakan *habit* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, dengan angka *t-statistic* 1.433 dan angka *p-value* 0.152. Ketika pengguna menghadapi kesulitan dengan aplikasi, terutama saat menyesuaikan dengan perubahan, seperti penyesuaian dalam tampilan fitur-fitur aplikasi dan proses transaksi. Panduan yang mudah dipahami dan singkat sangat diperlukan untuk membantu membangun kebiasaan baru dalam menggunakan aplikasi Flip. Akibatnya, faktor dari kebiasaan tidak mampu membentuk niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [19] yang juga menyatakan bahwa *habit* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu, H4a di tolak.

#### **Pengaruh *habit* terhadap *use behavior***

Hasil H4b menyatakan *habit* berpengaruh terhadap *use behavior*, dengan angka *t-statistic* 2.185 dan angka *p-value* 0.029. Pengguna sudah terbiasa dalam menggunakan secara teratur dan merasa sesuai dengan fitur-fitur atau layanan yang tersedia di aplikasi Flip, seperti melakukan aktivitas transfer, top-up saldo, membeli pulsa, paket data, listrik, serta membayar tagihan melalui aplikasi Flip. Sehingga faktor dari kebiasaan mempengaruhi terbentuknya perilaku pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [20] yang juga menyatakan bahwa *habit* berpengaruh terhadap *use behavior*. Oleh karena itu, H4b dapat di terima.

#### **Pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention***

Hasil H5 menyatakan *hedonic motivation* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, dengan angka *t-statistic* 0.941 dan angka *p-value* 0.347. Melalui analisis masalah yang di kaji bahwa aplikasi Flip terdapat kekurangan dalam kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi Flip, seperti tata letak fitur pada aplikasi Flip yang sulit dioperasikan, sehingga faktor dari motivasi hedonis tidak mampu membentuk niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [21] yang juga menyatakan *hedonic motivation* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu, H5 di tolak.

#### **Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention***

Hasil H6 menyatakan *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, dengan angka *t-statistic* 0.061 dan angka *p-value* 0.951. Aplikasi Flip di anggap tidak memenuhi ekspektasi pengguna, seperti dalam aspek kecepatan transaksi, kehandalan sistem, dan kemudahan penggunaan. Hal ini, dapat mengakibatkan ketidakcocokan antara harapan pengguna dan kinerja sebenarnya dari aplikasi Flip. Sehingga faktor dari ekspektasi kinerja tidak mampu membentuk niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [22] yang juga menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu, H6 di tolak.

#### **Pengaruh *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention***

Hasil H7a menyatakan *personal innovativeness* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, dengan angka *t-statistic* 2.723 dan angka *p-value* 0.007. Pengguna memiliki minat dan keinginan mempelajari sebuah inovasi atau fitur baru yang disediakan oleh aplikasi Flip untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga faktor dari inovasi pribadi mempengaruhi terbentuknya niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [23] yang juga menyatakan bahwa *personal innovativeness* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu, H7a dapat di terima.

#### **Pengaruh *personal innovativeness* terhadap *use behavior***

Hasil H7b menyatakan *personal innovativeness* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*, dengan angka *t-statistic* 0.002 dan angka *p-value* 0.998. Meskipun terdapat perkembangan teknologi atau fitur-fitur baru, namun tidak memicu pengguna aplikasi Flip untuk menggunakan secara berkelanjutan, hal tersebut terjadi ketika pengguna merasa bahwa fitur baru yang tersedia di aplikasi Flip tidak memenuhi ekspektasi atau tidak memberikan manfaat yang signifikan. Sehingga faktor inovasi pribadi tidak mampu membentuk perilaku pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [24] yang juga menyatakan bahwa *personal innovativeness* tidak berpengaruh terhadap *use behavior*. Oleh karena itu, H7b di tolak.

#### **Pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention***

Hasil H8 menyatakan *price value* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, dengan angka *t-statistic* 2.400 dan angka *p-value* 0.017. Pengguna menganggap bahwa biaya yang mereka bayarkan, termasuk biaya transaksi dan biaya layanan sesuai dengan kualitas yang didapatkan. Sehingga faktor dari nilai harga dapat mempengaruhi terbentuknya niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [25] yang juga menyatakan bahwa *price value* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu, H8 dapat di terima.

#### **Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention***

Hasil H9 menyatakan *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, dengan angka *t-statistic* 0.117 dan angka *p-value* 0.907. Disebabkan kurangnya dukungan atau testimoni yang kuat, seperti rekomendasi dari rekan kerja, saudara, teman, dan lainnya. Sehingga faktor dari pengaruh sosial tidak mampu membentuk niat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Flip. Penelitian ini di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh [26] yang juga menyatakan *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Oleh karena itu, H9 di tolak.

## **4. KESIMPULAN**

Hasil penelitian analisis penerimaan aplikasi Flip pada UMKM di Kabupaten Garut dengan model UTAUT 3 menguji sembilan hipotesis. Terbukti empat hipotesis di terima, yaitu *behavioral intention* terhadap *use behaviour*, *habit* terhadap *use behaviour*, *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention*, dan *price value* terhadap *behavioral intention*. Hubungan faktor-faktor tersebut memegang peran penting dalam menentukan efektivitas aplikasi Flip. *Behavioral intention* mencerminkan keinginan pengguna dalam menggunakan aplikasi Flip, yang menjadi faktor kunci dalam menentukan tingkat aktivitas pengguna. *Habit* memengaruhi konsistensi pengguna aplikasi Flip, mencerminkan pola rutin dalam penggunaan sehari-hari oleh pelaku UMKM. Tingkat *personal innovativeness* atau kreativitas mempengaruhi tingkat keaktifan penggunaan aplikasi Flip. Selain itu, *price value* menjadi pertimbangan penting dalam mendapatkan manfaat yang signifikan, mendorong pelaku UMKM untuk mengadopsi aplikasi Flip sebagai bagian yang integral dalam menjalankan bisnis.

Sementara itu delapan hipotesis di tolak, yaitu *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*, *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*, *facilitating conditions* terhadap *use behaviour*, *habit* terhadap *behavioral intention*, *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*, *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*, *personal innovativeness* terhadap *use behaviour*, dan *social influence* terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan penolakan tersebut, terdapat aspek-aspek yang perlu diperbaiki pada aplikasi Flip dari masalah yang telah dipaparkan sebelumnya. Upaya perbaikan termasuk peningkatan kemudahan penggunaan aplikasi Flip dengan instruksi yang lebih jelas, dukungan teknis yang memadai, ketersediaan fitur pusat bantuan yang mudah dipahami, serta peningkatan kenyamanan penggunaan aplikasi Flip dengan tampilan yang lebih *user-friendly*. Semua ini diharapkan dapat meningkatkan adopsi dan penerimaan aplikasi Flip pada UMKM di Kabupaten Garut. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah bersifat *cross-sectional* yang hanya dilakukan pada satu titik waktu tertentu, sehingga perubahan yang mungkin terjadi di masa depan tidak dapat diamati. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan pendekatan *longitudinal* untuk mengumpulkan data dari waktu ke waktu dan mengamati perubahan dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, dapat memperluas objek penelitian dan sampel guna memberikan informasi yang lebih luas.

## **REFERENSI**

- [1] M. I. Rezky, "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia berbasis Financial Technology," *J. Princ. Manag. Bussines*, vol. 02, no. 02, pp. 64–77, 2023, doi: <https://doi.org/10.55657/jpmb.v2i01.124>.
- [2] M. G. Pangestu and J. P. K. Pasaribu, "Behavior Intention penggunaan Digital Payment QRIS berdasarkan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi)," *J. Ilm. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 1, pp. 29–37, 2022, doi: <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23>.



- [3] N. Anisah and H. F. Crisnata, "Analisis tingkat literasi keuangan pengguna fintech payment OVO," *JAD J. Ris. Akunt. dan Keuang. Dewantara*, vol. 4, no. 1, pp. 47–60, 2021, doi: 10.26533/jad.v4i1.752.
- [4] R. D. Putra and D. R. Prehanto, "Analisis kepuasan pengguna aplikasi Flip.id menggunakan metode TAM dan EUCS," vol. 2, no. 4, pp. 19–26, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/43245>
- [5] F. Flip, "Tentang Flip," *Flip.id*, 2023. <https://flip.id/tentang-flip> (accessed Dec. 15, 2023).
- [6] S. A. Helmayanti, F. Hamami, and R. Y. Fa'rifah, "Penerapan algoritma Tf-Idf dan Naïve Bayes untuk analisis sentimen berbasis aspek ulasan aplikasi Flip pada Google Play Store," *J. Indones. Manaj. Inform. dan Komun.*, vol. 4, no. 3, pp. 1822–1834, 2023, doi: 10.35870/jimik.v4i3.415.
- [7] I. Safitri, H. W. A. Ningsih, and Hawignyo, "Pengaruh E-Trust dan E-Satisfaction terhadap E-Loyalty ( Studi : Pengguna Flip . Id )," *J. Ilm. Manaj. DAN BISNIS*, vol. 6, no. 2, pp. 457–466, 2023, doi: <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i1.19896>.
- [8] A. S. D. Purnomo and D. D. Ramadani, "Pengaruh manfaat, kemudahan terhadap minat pemakaian Financial Technology pada penggunaan pembayaran digital UMKM di Sumenep," *J. Ilmu-Ilmu Ekon.*, vol. 14, no. 2, pp. 17–30, 2022, doi: <https://doi.org/10.35457/xxx>.
- [9] E. Prasetyaningrum and S. A. Hilaliyah, "Analisis perilaku adopsi digital marketing pada UMKM menggunakan model UTAUT 3 di era new normal," *J. CoSciTech (Computer Sci. Inf. Technol.*, vol. 3, no. 2, pp. 226–233, 2022, doi: 10.37859/coscitech.v3i2.3955.
- [10] L. Zulaikah, W. Puspitasari, and L. Septiningrum, "Evaluasi kesuksesan implementasi SAP di masa pandemi Covid-19 menggunakan model UTAUT 3 pada PT. KAI," *JUPI (Jurnal Ilm. Penelit. dan Pembelajaran Inform.*, vol. 8, no. 1, pp. 242–253, 2023, doi: 10.29100/jupi.v8i1.3278.
- [11] M. A. Fahmi, F. Nisa, R. Sukmadewi, and Z. I. Hasan, "Acceptance and Use of Live Unpad in Vocational Education Student: Extended Utaut-3 Approach," *J. Teknol. Pendidik.*, vol. 12, no. 2, pp. 194–222, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/TEK/article/view/160>
- [12] A. Gunasinghe, J. A. Hamid, A. Khatibi, and S. M. Ferdous Azam, "The viability of UTAUT-3 in understanding the lecturer's acceptance and use of virtual learning environments," *Int. J. Technol. Enhanc. Learn.*, vol. 12, no. 4, pp. 458–481, 2020, doi: 10.1504/IJTEL.2020.110056.
- [13] A. D. Puspitasari and D. F. Suyatno, "Analisis tingkat penerimaan penerapan aplikasi Flip menggunakan metode Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology 2 ( UTAUT2 )," *J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 04, no. 03, pp. 1–8, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/54176>
- [14] R. M. Ramdani, U. Sumarwan, and I. Hermadi, "Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap sikap pengguna aset digital non-fungible token berbasis blockchain pada komunitas NFT Indonesia," *J. Manaj. dan Organ.*, vol. 14, no. 3, pp. 268–286, 2023, doi: 10.29244/jmo.v14i3.46793.
- [15] A. Inzaghi and A. Priyono, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile payment : memperluas model meta-UTAUT dengan faktor personal innovativeness , anxiety , trust , dan grievance redressal," *Sel. Manaj. J. Mhs. Bisnis Manaj.*, vol. 01, no. 02, pp. 186–205, 2022, [Online]. Available: <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/24777>
- [16] N. F. Julyazti, M. F. Alfarisi, and F. Adrianto, "Pengaruh behavioral intention dan user behavioral terhadap gender sebagai variabel moderasi," *J. Inform. Ekon. Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 187–197, 2023, doi: 10.37034/infek.v5i1.220.
- [17] S. Sutanto, I. Ghozali, and R. S. Handayani, "Faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan sistem informasi pengelolaan keuangan daerah (Sipkd) dalam perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) di Kabupaten Semarang," *J. Akunt. Dan Audit.*, vol. 15, no. 1, pp. 37–68, 2018, doi: 10.14710/jaa.15.1.37-68.
- [18] M. K. Sandy, N. Dalimunthe, and E. Saputra, "Analisa penerimaan mahasiswa terhadap sistem informasi kuliah online menggunakan metode UTAUT pada kampus UMRI," *Indones. J. Inform. Res. Softw. Eng.*, vol. 2, no. 1, pp. 59–66, 2022, doi: 10.57152/ijirse.v2i1.236.
- [19] S. R. Supriyanto, D. Rolliawati, and N. Yalina, "Evaluasi penerimaan modul kepegawaian SIESTA menggunakan model UTAUT 2," *Edumatic J. Pendidik. Inform.*, vol. 4, no. 1, pp. 11–20, 2020, doi: 10.29408/edumatic.v4i1.1989.
- [20] N. W. D. M. Y. Pertiwi and D. Ariyanto, "Penerapan model UTAUT 2 untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan Mobile Banking di Kota Denpasar," *E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana*, vol. 18, no. 2, pp. 1369–1397, 2017, [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/25548>
- [21] H. Donan, E. S. Negara, T. Sutabri, and F. Firdaus, "Analysis of Behavioral Use of Academic Information Systems with the Implementation of UTAUT 2 Integration at the Muhammadiyah-Palembang Institute of Health Science and Technology," *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 12, no. 3, pp. 462–470, 2023, doi: 10.32736/sisfokom.v12i3.1978.

- 
- [22] H. A. Widyanto, K. A. Kusumawardani, and A. Septyawanda, "Encouraging behavioral intention to use mobile payment: an extension of UTAUT 2," *J. Muara Ilmu Ekon. dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 87–97, 2020, doi: 10.24912/jmieb.v4i1.7584.
- [23] A. Amid and R. Din, "Acceptance and use of massive open online courses: extending UTAUT 2 with personal innovativeness," *J. Pers. Learn.*, vol. 4, no. 1, pp. 57–66, 2021, [Online]. Available: <https://spaj.ukm.my/jplearning/index.php/jplearning/article/view/165>
- [24] L. K. Wardana, "Analisis adopsi teknologi layanan digital banking dengan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 ( Utaut-3 ) pada studi kasus PT Bank Raya Indonesia Tbk.," *JEISBI J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 04, no. 03, pp. 73–82, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/54241>
- [25] A. Andrianto, "Faktor yang mempengaruhi behavior intention untuk penggunaan aplikasi dompet digital menggunakan model UTAUT 2," *J. Ilm. Ekon. Bisnis*, vol. 25, no. 2, pp. 111–122, 2020, doi: 10.35760/eb.2020.v25i2.2412.
- [26] A. M. Musyaff, D. A. P. Sari, and D. K. Respati, "Understanding of digital payment usage during COVID-19 pandemic: a study of UTAUT extension model in Indonesia," *J. Asian Financ. Econ. Bus.*, vol. 8, no. 6, pp. 475–482, 2021, doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0475.