

Analisis Penerapan Model UTAUT 2 *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* Penggunaan Aplikasi PeduliLindungi

Application of the UTAUT 2 Model Behavioral Intentions and Use Behavior in Using the PeduliLindungi Application

Amelisa Fauziah

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, Dramaga, Bogor 16680
E-mail: amelisafauziah@gmail.com

Wita Juwita Ermawati

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, Dramaga, Bogor 16680
E-mail: witaman@apps.ipb.ac.id

Nurul Hidayati*

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, Dramaga, Bogor 16680
E-mail: nurulhidayati91@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

The increase in COVID-19 positive cases in Jakarta Province in 2022, namely 1,112,007 positive cases of COVID-19 and among them 14,239 of them died, has become an alarm for the Indonesian government to immediately take effective countermeasures. This is because Jakarta is the largest government and economic center in Indonesia. One of the efforts made is by enforcing the Restriction of Community Activities (PPKM). This PPKM aims to limit community mobility in various sectors in order to minimize the chain of spread of COVID-19 cases in Indonesia. The implementation of Community Activity Restrictions (PPKM) has led to restrictions on community movement across various sectors. To monitor this mobilization, the government introduced the PeduliLindungi digital platform in April 2020 as part of its ongoing strategy to manage the COVID-19 pandemic. This study aimed to evaluate the acceptance and usage of the PeduliLindungi app using the UTAUT2 model. Conducted in 2022, the research employed purposive sampling with 256 respondents. Descriptive analysis and Structural Equation Modeling (SEM) – PLS were used for data analysis. The findings reveal that four UTAUT2 factors—performance expectancy, facilitating conditions, price value, and habit—impact Behavioral Intention. Specifically, higher levels of satisfaction and habitual use of PeduliLindungi strengthen the intention to use the app. Facilitating conditions, habit, and Behavioral Intention also influence actual usage behavior: better facilitating conditions correlate with more frequent use of PeduliLindungi. Additionally, the study found that variables such as age, gender, and internet experience did not significantly affect Behavioral Intention or usage behavior.

Keywords: Behavioral intention, PeduliLindungi, use behavior, UTAUT 2.

ABSTRAK

Peningkatan kasus positif COVID-19 di Provinsi Jakarta pada tahun 2022 yakni 1.112.007 kasus positif COVID-19 dan diantaranya 14.239 di antaranya meninggal dunia menjadi alarm bagi pemerintah untuk segera melakukan langkah penanggulangan yang efektif. Hal ini dikarenakan bahwa Jakarta menjadi pusat pemerintahan dan ekonomi yang terbesar di Indonesia. Salah satu upaya yang dilakukan yakni dengan melakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). PPKM ini bertujuan untuk membatasi mobilitas masyarakat di berbagai sektor dalam rangka meminimalisir rantai penyebaran kasus COVID-19 di Indonesia. Untuk memantau mobilisasi ini, pemerintah menetapkan penggunaan platform digital PeduliLindungi, yang diluncurkan pada April 2020, sebagai bagian dari strategi jangka panjang dalam menghadapi pandemi COVID-19. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan aplikasi PeduliLindungi dengan menggunakan model UTAUT2. Penelitian dilakukan tahun 2022, dengan metode sampling *purposive* dan melibatkan 256 responden. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan *Structural Equation Modeling* (SEM) – PLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa empat faktor dalam model UTAUT2—*performance expectancy*, *facilitating conditions*, *price value*, dan *habit*—memengaruhi niat berperilaku (*behavioral intention*). Ini berarti semakin tinggi kepercayaan dan kebiasaan menggunakan PeduliLindungi, semakin kuat niat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Faktor *facilitating conditions*, *habit*, dan *behavioral intention* juga berpengaruh terhadap perilaku penggunaan (*use behavior*). Kondisi yang lebih baik dalam memfasilitasi akan meningkatkan frekuensi penggunaan PeduliLindungi, dan niat yang lebih kuat akan meningkatkan perilaku penggunaan aplikasi. Penelitian ini juga menemukan bahwa variabel usia, *gender*, dan pengalaman internet tidak menunjukkan efek moderasi terhadap niat berperilaku dan perilaku penggunaan.

Kata kunci: Behavioral Intentions, PeduliLindungi, Use Behavior, UTAUT 2.

*Corresponding author

PENDAHULUAN

Virus Corona pertama kali teridentifikasi di China pada akhir tahun 2019 dan dinamai *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19), yang disebabkan oleh *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2* (SARS-CoV-2). Virus ini menyebar dengan cepat dari Kota Wuhan, Provinsi Hubei, hingga ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Akibat penyebaran yang pesat, *World Health Organization* (WHO) menyatakan COVID-19 sebagai Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Menjadi Perhatian Internasional. Pada 19 Februari 2022, data menunjukkan bahwa terdapat 1.112.007 kasus positif COVID-19 di Provinsi DKI Jakarta, dengan 14.239 di antaranya meninggal dunia. Banyaknya kasus ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan masyarakat dan pemerintah, mendorong pemerintah Indonesia untuk mengambil langkah-langkah dan kebijakan untuk menangani pandemi ini.

Bulan April 2020, pemerintah mulai menerapkan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Jakarta, serta daerah sekitarnya seperti Depok, Bekasi, dan Tangerang Raya, serta kota-kota besar lainnya di Indonesia. *World Health Organization* (WHO) menyatakan bahwa pembatasan pergerakan, seperti karantina dan pembatasan sosial, merupakan salah satu strategi efektif untuk mencegah penyebaran virus di masyarakat (WHO, 2020). Lebih lanjut, *Center for Disease Control and Prevention* (CDC) menegaskan bahwa pembatasan sosial dapat melindungi kelompok berisiko tinggi dan mencegah peningkatan kematian akibat COVID-19 (CDC, 2020). Meskipun ada dampak ekonomi negatif, pembatasan sosial yang terkendali dapat mengurangi kerugian ekonomi lebih besar yang timbul dari lonjakan kasus COVID-19 (World Bank, 2020). Kemudian, dari 11 hingga 25 Januari 2021, pemerintah memperkenalkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berdasarkan Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 01 Tahun 2021. Menurut Kementerian Kesehatan Indonesia, salah satu tujuan utama dari PPKM adalah untuk menghindari rumah sakit kewalahan dalam menangani pasien COVID-19 yang terus meningkat (Kemenkes RI, 2020).

Seiring dengan kebijakan PPKM, pemerintah juga meluncurkan program vaksinasi nasional COVID-19 mulai 13 Januari 2021, yang dimulai dari tenaga kesehatan, dilanjutkan dengan petugas pelayan publik, dan akhirnya kepada masyarakat umum. Pemerintah menargetkan vaksinasi untuk mencapai 208,2 juta warga Indonesia. Selama pelaksanaan kebijakan social distancing, PSBB, PPKM, dan vaksinasi, pemerintah juga memperkenalkan aplikasi PeduliLindungi pada April 2020 untuk membantu melacak penyebaran COVID-19 dan mengidentifikasi kontak erat sebagai langkah pencegahan.

Menurut Menteri Kesehatan Republik Indonesia Budi Gunadi Sadikin, aplikasi PeduliLindungi memiliki tiga fungsi utama: 1) skrining, yaitu memeriksa status vaksinasi dan hasil swab test, dengan fokus pada enam aktivitas utama masyarakat Indonesia seperti perdagangan, transportasi, pariwisata, pekerjaan, pendidikan, dan keagamaan; 2) pelacakan, yang melibatkan pemindaian *QR code* untuk memulai aktivitas; dan 3) mendukung penerapan protokol kesehatan.

Menurut Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 38 Tahun 2021, mulai 7 September 2021, aplikasi PeduliLindungi diwajibkan untuk berbagai aktivitas selama PPKM, termasuk di sektor industri ekspor, sektor kritikal seperti energi, logistik, makanan dan minuman, serta dalam fasilitas umum dan kegiatan seni, budaya, olahraga, dan sosial. Kebijakan ini mengharuskan masyarakat untuk mengunduh aplikasi PeduliLindungi agar dapat melakukan berbagai aktivitas dan perjalanan di berbagai sektor.

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi beberapa faktor yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi, termasuk *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, dan *price value* (Shafly, 2019). *Hedonic motivation* dan *habit* berpengaruh pada niat menggunakan teknologi Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD), sedangkan *facilitating conditions*, *habit*, dan *behavioral intention* memengaruhi perilaku penggunaan (Sutanto *et al.*, 2018). Penelitian Dewi dan Setiawan (2020) menunjukkan bahwa niat perilaku dipengaruhi oleh ekspektasi usaha, nilai harga, dan kebiasaan. Selain itu, penelitian Putri dan Suardikha (2020) mengungkapkan bahwa niat penggunaan e-money dipengaruhi oleh kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga, sementara ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan sosial budaya tidak menunjukkan pengaruh. Berdasarkan pembahasan di atas mengenai adaptasi masyarakat terhadap penerimaan aplikasi PeduliLindungi selama pandemi COVID-19, perlu dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior* dengan menggunakan model UTAUT2 dalam konteks penggunaan aplikasi PeduliLindungi di wilayah Jabodebek.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan referensi terdahulu yang telah dijelaskan di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hipotesis Penelitian

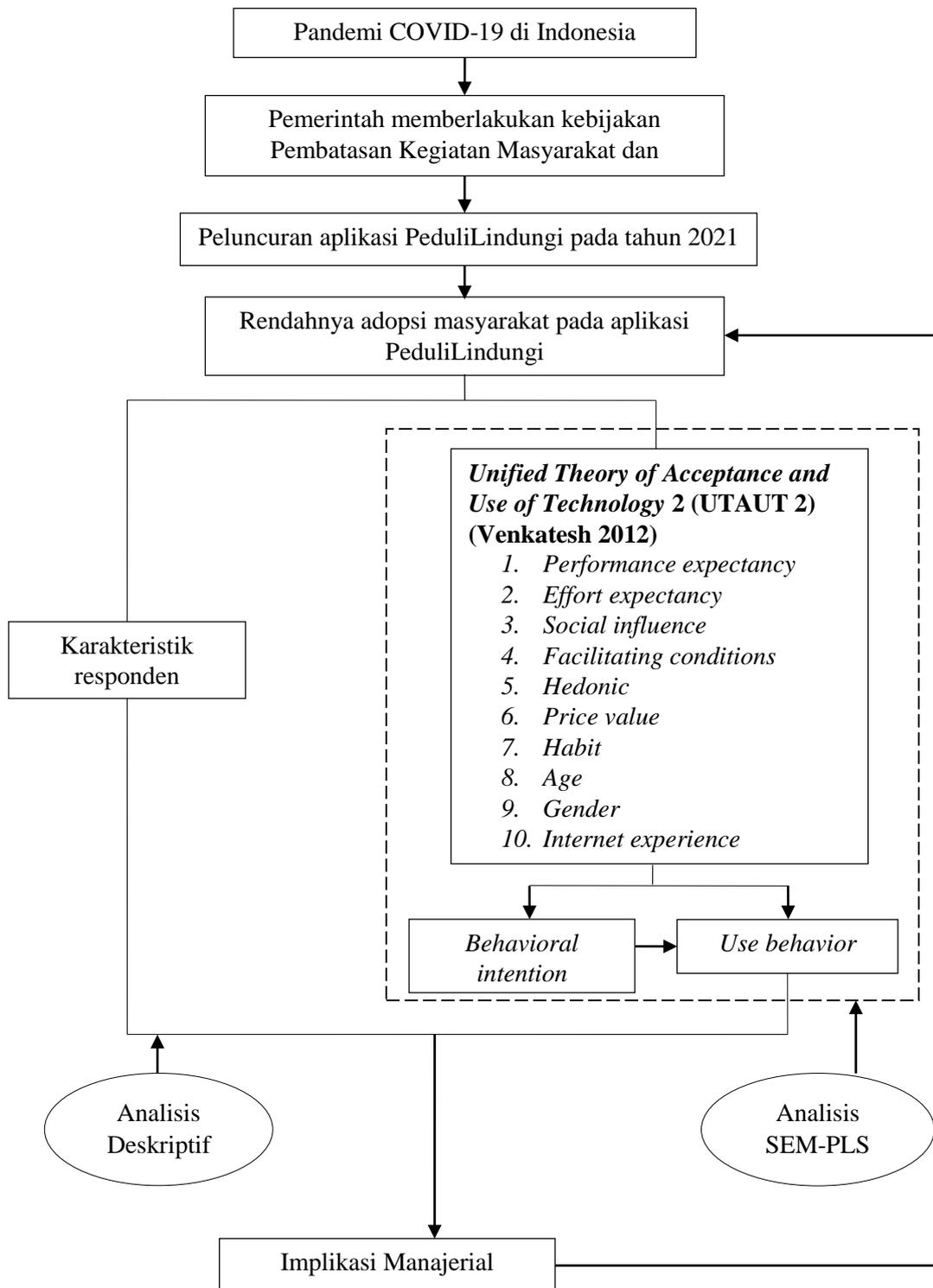
Hipotesis ke-	Hipotesis	Referensi
H1	Terdapat pengaruh dari <i>performance expectancy</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	Menurut Handoko dan Prianto (2020), ekspektasi kinerja memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Hal serupa juga dibuktikan oleh Shafly (2019), yang menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja dapat meningkatkan produktivitas pengguna aplikasi
H2	Terdapat pengaruh dari <i>effort expectancy</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	Menurut Nguyen <i>et al.</i> (2020), ekspektasi usaha memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat perilaku. Temuan ini didukung oleh penelitian Shafly (2019) serta Chandra dan Novita (2020), yang membuktikan bahwa ekspektasi usaha berdampak positif pada keinginan untuk menggunakan mobile banking dan layanan transportasi online.
H3	Terdapat pengaruh dari <i>social influence</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	Haris <i>et al.</i> (2019) menyatakan bahwa aspek sosial berpengaruh positif terhadap niat perilaku. Hal ini sejalan dengan temuan dari Sedana dan Wijaya (2010) serta Iriani <i>et al.</i> (2014), yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak positif terhadap niat penggunaan program teknologi.
H4a	Terdapat pengaruh dari <i>facilitating condition</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	Sutanto <i>et al.</i> (2018) dan Shafly (2019) mengungkapkan bahwa situasi yang menyediakan fasilitas dapat memberikan pengaruh positif terhadap keinginan untuk menggunakan sistem teknologi. Pengaruh dari variabel kondisi yang memfasilitasi ini

Hipotesis ke-	Hipotesis	Referensi
H4b	Usia (<i>age</i>), jenis kelamin (<i>gender</i>), dan pengalaman menggunakan internet (<i>internet experience</i>) akan memoderasi pengaruh <i>facilitating conditions</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi	dipengaruhi oleh faktor usia, jenis kelamin, dan pengalaman. Menurut Morris <i>et al.</i> (2005), pengguna yang mengalami kesulitan lebih besar dalam mengoperasikan teknologi baru cenderung berusia lebih tua.
H5a	Terdapat pengaruh dari <i>hedonic motivation</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi	Lu dan Nguyen (2016) membuktikan bahwa penggunaan dan pemanfaatan teknologi oleh pengguna dipengaruhi oleh motivasi hedonis. Temuan serupa juga dijelaskan oleh Putri dan Suardikha (2020), yang menyatakan bahwa motivasi hedonis memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi.
H5b	Usia (<i>age</i>), jenis kelamin (<i>gender</i>), dan pengalaman menggunakan internet (<i>internet experience</i>) akan memoderasi pengaruh <i>hedonic motivation</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	
H6a	Terdapat pengaruh dari <i>price value</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	Andrianto (2020) mengungkapkan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap penggunaan teknologi oleh pengguna. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Suardikha (2020), yang menjelaskan bahwa nilai harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat perilaku.
H6b	Usia (<i>age</i>) dan jenis kelamin (<i>gender</i>) akan memoderasi pengaruh <i>price value</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	
H7a	Terdapat pengaruh dari <i>habit</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	Sutanto <i>et al.</i> (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap kebiasaan narasumber dalam menggunakan teknologi. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi dan Ariyanto (2021), Putri dan Suardikha (2020), serta Palau-Saumell <i>et al.</i> (2019).
H7b	Usia (<i>age</i>), jenis kelamin (<i>gender</i>), dan pengalaman menggunakan internet (<i>internet experience</i>) akan memoderasi pengaruh <i>habit</i> terhadap <i>behavioral intention</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	
H8	Terdapat pengaruh dari <i>facilitating condition</i> terhadap <i>use behavior</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	Penggunaan mobile banking dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh variabel kondisi yang memfasilitasi (Alalwan <i>et al.</i> , 2017; Sutanto <i>et al.</i> , 2018; Palau-Saumell <i>et al.</i> , 2019; dan Auliya 2018).
H9a	Terdapat pengaruh dari <i>habit</i> terhadap <i>use behavior</i>	Penelitian Venkatesh <i>et al.</i> (2012) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi

Hipotesis ke-	Hipotesis	Referensi
H9b	penggunaan aplikasi PeduliLindungi. Usia (<i>age</i>), jenis kelamin (<i>gender</i>), dan pengalaman menggunakan internet (<i>internet experience</i>) akan memoderasi pengaruh <i>habit</i> terhadap <i>use behavior</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	secara mandiri, ketika seseorang berada dalam situasi yang bervariasi dan terus-menerus mengalami perubahan, dipengaruhi secara signifikan oleh kebiasaan pengguna. Temuan ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tak dan Panwar (2017), Gupta <i>et al.</i> (2018), Palau-Saumell <i>et al.</i> (2019), serta Pertiwi dan Ariyanto (2021).
H10a	Terdapat pengaruh dari <i>behavioral intention</i> terhadap <i>use behavior</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	Seseorang cenderung melakukan suatu tindakan (perilaku) jika ia memiliki keinginan atau niat (niat perilaku) untuk melakukannya (Sutanto <i>et al.</i> , 2018).
H10b	Pengalaman menggunakan internet (<i>internet experience</i>) akan memoderasi pengaruh <i>behavioral intention</i> terhadap <i>use behavior</i> penggunaan aplikasi PeduliLindungi.	Penelitian Khan <i>et al.</i> (2017) menunjukkan bahwa perilaku penggunaan online banking dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh niat untuk menggunakan layanan tersebut.

METODE PENELITIAN

PeduliLindungi adalah aplikasi yang dikembangkan oleh Kominfo untuk melacak kontak dan tracing guna memperkuat upaya penurunan penyebaran COVID-19. Untuk menilai tingkat adopsi masyarakat terhadap penggunaan PeduliLindungi, dilakukan penelitian dengan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Manfaat dan kemudahan penggunaan aplikasi dianggap sebagai faktor penting yang dapat memengaruhi penerimaan teknologi baru. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis tingkat adopsi masyarakat terhadap aplikasi PeduliLindungi dengan pendekatan UTAUT 2 serta mengevaluasi karakteristik pengguna melalui analisis deskriptif. Kerangka penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Penelitian dilakukan di Jabodebek (Jakarta, Bogor, Depok, dan Bekasi) dengan waktu pengumpulan data dilakukan pada 2022. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Menurut Sugiono (2016) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Responden dalam penelitian ini adalah

masyarakat yang tinggal di Jabodebek (DKI Jakarta, Bogor, Depok, dan Bekasi) yang telah bepergian ke tempat umum seperti sekolah/kampus, kantor, mall, kantor pelayanan pemerintah, kafe/restoran, dan tempat umum lainnya dalam dua minggu terakhir, yang juga telah mengunduh dan menggunakan aplikasi PeduliLindungi serta telah menerima vaksin minimal dua kali. Jumlah sampel yang representatif adalah hasil dari jumlah indikator dikali 5 hingga 10 (Hair *et al.* 2014), sehingga jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah 210. Namun pada penelitian ini melibatkan 256 responden. Metode pengolahan dan analisis data melibatkan analisis deskriptif dan SEM-PLS, dengan perangkat analisis data menggunakan *Microsoft Excel 2017* dan *SmartPLS 3*.

Operasional Variabel

Operasional variabel yang menggambarkan dari masing-masing variabel pada penelitian ini disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Label	Pertanyaan
<i>Performance Expectancy</i> (PE)	PE1	Aplikasi PeduliLindungi sangat bermanfaat untuk keseharian saya dalam menjalani kehidupan sosial
	PE2	Aplikasi PeduliLindungi meningkatkan efisiensi kinerja saya
	PE3	Aplikasi PeduliLindungi membantu menyelesaikan proses pengecekan protokol kesehatan saya lebih cepat
	PE4	Aplikasi PeduliLindungi meningkatkan produktivitas saya
	PE5	Aplikasi PeduliLindungi memungkinkan saya mengakses informasi yang saya butuhkan dengan lebih cepat
	PE6	Aplikasi PeduliLindungi memiliki fitur sesuai kebutuhan saya
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	EE1	Aplikasi PeduliLindungi mudah untuk dipelajari
	EE2	Aplikasi PeduliLindungi mudah untuk dipahami
	EE3	Aplikasi PeduliLindungi mudah untuk di gunakan
	EE4	Aplikasi PeduliLindungi merupakan aplikasi yang ringan
	EE5	Aplikasi PeduliLindungi dapat digunakan dimana saja
	EE6	Aplikasi PeduliLindungi dapat digunakan kapan saja
<i>Social Influence</i> (SI)	SI1	Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi PeduliLindungi
	SI2	Orang-orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi PeduliLindungi
	SI3	Orang yang pendapatnya saya hormati lebih suka menggunakan aplikasi PeduliLindungi
	SI4	Saya melihat promosi penggunaan aplikasi PeduliLindungi secara masif pada sosial media yang saya ikuti (<i>facebook, whatsapp grup, Instagram</i> dll)
<i>Facilitating Condition</i> (FC)	FC1	Saya memiliki koneksi internet yang memadai untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi
	FC2	Saya memiliki <i>smartphone</i> dengan spesifikasi yang memadai untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi
	FC3	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi
	FC4	PeduliLindungi memiliki layanan <i>customer service</i> yang dapat membantu apabila saya mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi PeduliLindungi

Variabel	Label	Pertanyaan
<i>Hedonic Motivation</i> (HM)	HM1	Saya senang menggunakan aplikasi berteknologi baru
	HM2	Saya senang menggunakan segala sesuatu yang terkait dengan digital
	HM3	Saya merasa senang menggunakan aplikasi PeduliLindungi yang mempermudah pekerjaan/aktivitas saya
	HM4	Saya merasa bersemangat melakukan pekerjaan/aktivitas dengan menggunakan aplikasi PeduliLindungi (misal: scan QR code untuk melakukan aktivitas di tempat umum, pengecekan status vaksinasi dan lain-lain)
	HM5	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi PeduliLindungi dalam melakukan pekerjaan/aktivitas saya
	HM6	Saya merasa tenang dan aman setelah menggunakan aplikasi PeduliLindungi dalam melakukan pekerjaan/aktivitas saya
<i>Price Value</i> (PV)	PV1	Saya merasa layanan pada aplikasi PeduliLindungi sudah sesuai dengan yang dijanjikan
	PV2	Saya merasa PeduliLindungi memberikan banyak keuntungan bagi saya
	PV3	Saya merasakan manfaat aplikasi PeduliLindungi dalam melakukan pekerjaan/aktivitas saya
	PV4	Saya merasa manfaat yang saya peroleh dalam menggunakan aplikasi PeduliLindungi sesuai dengan pengorbanan yang saya keluarkan (misal: kuota internet, pulsa, internet, <i>smartphone</i> , dan lain-lain)
<i>Habit</i> (HB)	HB1	Saya sudah terbiasa menggunakan aplikasi PeduliLindungi
	HB2	Saya merasa harus terus menggunakan aplikasi PeduliLindungi
	HB3	Jika saya ingin berpergian, maka saya otomatis akan menggunakan aplikasi PeduliLindungi
<i>Behavior Intention</i> (BI)	BI1	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi PeduliLindungi
	BI2	Orang-orang di sekitar saya membicarakan hal yang positif tentang aplikasi PeduliLindungi
	BI3	Saya merasa aplikasi PeduliLindungi sudah berjalan dengan baik
<i>Use Behavior</i> (UB)	UB1	Saya sering menggunakan aplikasi PeduliLindungi dalam melakukan pekerjaan/aktivitas saya
	UB2	Saya bersedia menggunakan aplikasi PeduliLindungi dalam jangka panjang
	UB3	Saya tidak bermasalah menyediakan sumber daya berupa kuota dan <i>smartphone</i> yang memadai untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 256. Berdasarkan jumlah tersebut, 73,3 persen atau 185 responden adalah perempuan, sedangkan 27,7 persen atau 71 responden adalah laki-laki. Berdasarkan rentang usia, sebagian besar responden berada dalam kelompok umur 17 hingga 25 tahun dan memiliki status pernikahan belum menikah, yang mencerminkan bahwa mereka tidak memiliki tanggungan. Sebagian besar pengguna aplikasi PeduliLindungi selama pandemi berasal dari Kabupaten/Kota Bogor, dengan tingkat pendidikan terakhir adalah SMA/ sederajat. Mayoritas responden

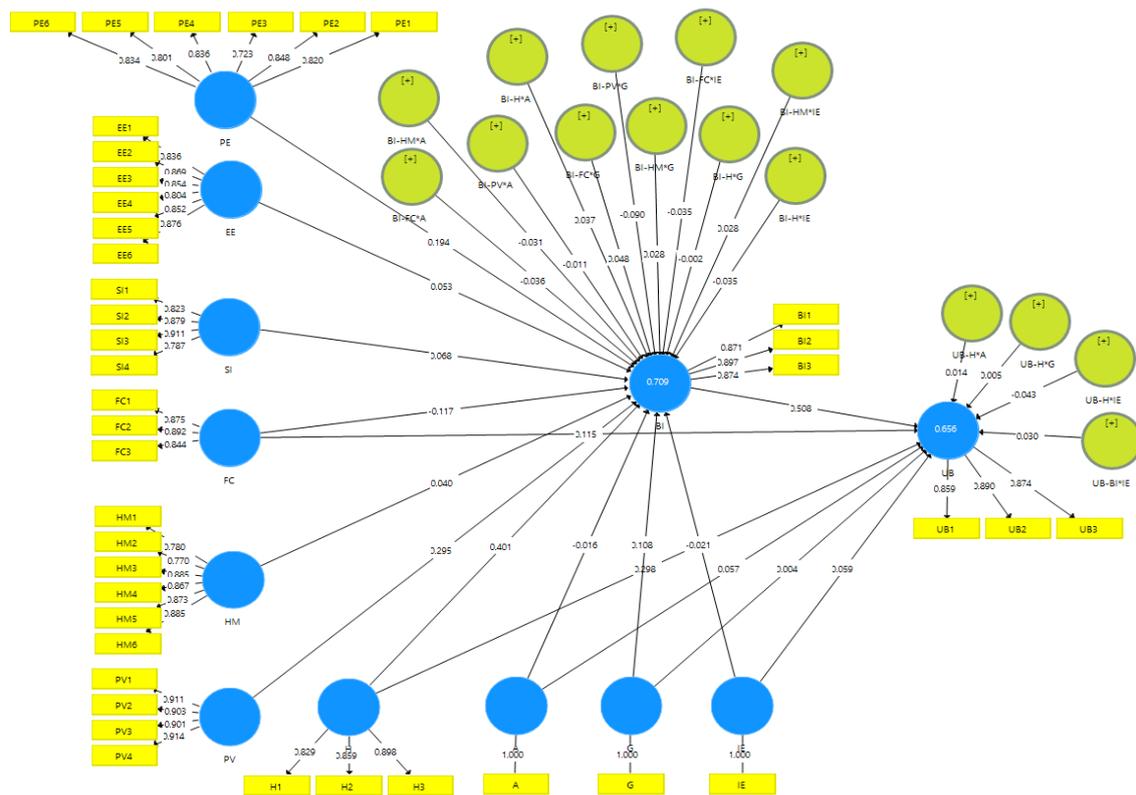
berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, dan pendapatan serta pengeluaran mereka kurang dari Rp2.500.000. Sebagian besar responden sangat berpengalaman dalam menggunakan internet dengan pengeluaran bulanan untuk berlangganan internet lebih dari Rp80.000. Selama pandemi COVID-19, frekuensi penggunaan PeduliLindungi oleh responden dalam dua minggu terakhir adalah antara satu hingga tiga kali, dan tempat umum yang paling sering dikunjungi adalah café atau restoran bersama teman.

Hasil Analisis SEM-PLS

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran dapat dinilai berdasarkan beberapa kriteria, termasuk validitas konvergen yang meliputi nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*, validitas diskriminan, serta reliabilitas komposit yang diperkuat dengan *Cronbach's Alpha*. Penelitian ini melibatkan 8 variabel laten dan 3 variabel moderator, dengan total 42 indikator.

Menurut Ghozali (2014), indikator dianggap valid jika memiliki nilai *loading factor* di atas 0,70. Jika ada indikator dengan nilai *loading factor* di bawah 0,70, indikator tersebut harus dikeluarkan dari model. Hasil analisis mengindikasikan bahwa ada indikator, yaitu FC4, yang memiliki nilai di bawah 0,70. Model akhir dari perhitungan *loading factor* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Model *outer* akhir

Selanjutnya, evaluasi terhadap nilai AVE menunjukkan bahwa nilai tersebut harus melebihi 0,50. Tabel 3 memperlihatkan bahwa semua indikator memiliki nilai lebih dari 0,50, yang berarti semua variabel dalam penelitian ini memiliki validitas konvergen yang baik dan dapat dianggap valid.

Tabel 3. Nilai AVE

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
<i>Performance expectancy</i>	0,658	<i>Valid</i>
<i>Effort expectancy</i>	0,721	<i>Valid</i>
<i>Social influence</i>	0,725	<i>Valid</i>
<i>Facilitating conditions</i>	0,617	<i>Valid</i>
<i>Hedonic motivation</i>	0,714	<i>Valid</i>
<i>Price value</i>	0,823	<i>Valid</i>
<i>Habit</i>	0,744	<i>Valid</i>
<i>Behavioral intention</i>	0,776	<i>Valid</i>
<i>Use behavior</i>	0,765	<i>Valid</i>
<i>Age</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Gender</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Internet experience</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Facilitating conditions*Age</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Facilitating conditions*Gender</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Facilitating conditions*Internet experience</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>BI-Habit*Age</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>BI-Habit*Gender</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>BI-Habit*Internet experience</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Hedonic motivation*Age</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Hedonic motivation*Gender</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Hedonic motivation*Internet experience</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Price value*Age</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Price value*Gender</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>Behavioral intention*Internet experience</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>UB-Habit*Age</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>UB-Habit*Gender</i>	1,000	<i>Valid</i>
<i>UB-Habit*Internet experience</i>	1,000	<i>Valid</i>

Berdasarkan hasil pengukuran model luar yang ditunjukkan pada Tabel 3, nilai *composite reliability* untuk semua variabel adalah lebih dari 0,7, yang mengindikasikan bahwa semua variabel dapat dianggap reliabel. Selain itu, nilai *Cronbach's alpha* yang tercantum di Tabel 4 juga lebih dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 4. Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Construct reliability</i>	
	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Performance expectancy</i>	0,920	0,896
<i>Effort expectancy</i>	0,939	0,922
<i>Social influence</i>	0,913	0,872
<i>Facilitating conditions</i>	0,865	0,796
<i>Hedonic motivation</i>	0,937	0,92
<i>Price value</i>	0,949	0,928
<i>Habit</i>	0,897	0,828
<i>Behavioral intention</i>	0,912	0,856
<i>Use behavior</i>	0,907	0,846
<i>Age</i>	1,000	1,000
<i>Gender</i>	1,000	1,000
<i>Internet experience</i>	1,000	1,000
<i>Facilitating conditions*Age</i>	1,000	1,000

Variabel	Construct reliability	
	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
<i>Facilitating conditions*Gender</i>	1,000	1,000
<i>Facilitating conditions*Internet experience</i>	1,000	1,000
<i>BI-Habit*Age</i>	1,000	1,000
<i>BI-Habit*Gender</i>	1,000	1,000
<i>BI-Habit*Internet experience</i>	1,000	1,000
<i>Hedonic motivation*Age</i>	1,000	1,000
<i>Hedonic motivation*Gender</i>	1,000	1,000
<i>Hedonic motivation*Internet experience</i>	1,000	1,000
<i>Price value*Age</i>	1,000	1,000
<i>Price value*Gender</i>	1,000	1,000
<i>Behavioral intention*Internet experience</i>	1,000	1,000
<i>UB-Habit*Age</i>	1,000	1,000
<i>UB-Habit*Gender</i>	1,000	1,000
<i>UB-Habit*Internet experience</i>	1,000	1,000

Hasil analisis juga mengevaluasi validitas diskriminan, yang berguna untuk menilai hubungan antara indikator dan variabel laten yang relevan. Semua indikator dianggap valid karena nilai yang dihasilkan untuk mengukur indikator tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan nilai untuk mengukur indikator lain. Evaluasi ini melibatkan nilai *cross loading* dan *Fornell-Larcker*. Berdasarkan pengujian nilai *cross loading*, semua indikator pada setiap variabel memenuhi aturan praktis ($> 0,7$), dan nilai indikator yang mengukur variabelnya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai indikator yang mengukur variabel lain. Dengan demikian, data dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah validitas dan reliabilitas pada model luar diuji dan dinyatakan memenuhi syarat, langkah berikutnya adalah mengevaluasi model dalam. Dalam SmartPLS, parameter yang digunakan untuk evaluasi model dalam meliputi koefisien determinasi atau uji R-Square (R^2) untuk menilai kualitas model, serta koefisien jalur atau *t-value*. Nilai R^2 untuk behavioral intention adalah 0,704 dan untuk use behavior adalah 0,647. Ini menunjukkan bahwa variabel eksogen seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* dapat menjelaskan 70,4 persen dari keragaman *behavioral intention* dan 64,7 persen dari *use behavior*. Sisa keragaman sebesar 29,6 persen dan 35,5 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

Berdasarkan analisis dengan taraf signifikansi 5 persen (t -tabel = 1,96), jika nilai t -statistik melebihi t -tabel, maka variabel tersebut dianggap memiliki pengaruh yang signifikan. Selain itu, nilai *original sample* juga diperiksa untuk menentukan sifat hubungan antara variabel, apakah bersifat positif atau negatif, seperti yang ditampilkan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	T-Statistics	Keterangan
H1: Performance Expectancy -> Behavioral intention	0,194	2,316	Diterima
H2: Effort expectancy -> Behavioral intention	0,053	0,861	Ditolak
H3: Social influence -> Behavioral intention	0,068	0,865	Ditolak

Hipotesis	Original Sample	T-Statistics	Keterangan
H4a: Facilitating conditions -> Behavioral intention	-0,117	2,283	Diterima
H4b: Facilitating conditions*Gender -> Facilitating conditions*Age -> Behavioral intention	0,048	1,235	Ditolak
Facilitating conditions*Internet experience -> Behavioral intention	-0,036	0,706	Ditolak
H5a: Hedonic motivation -> Behavioral intention	-0,035	0,71	Ditolak
H5b: Hedonic motivation*Age -> Behavioral intention	0,04	0,451	Ditolak
Hedonic motivation*Gender -> Behavioral intention	-0,031	0,336	Ditolak
Hedonic motivation*Internet experience -> Behavioral intention	0,028	0,328	Ditolak
H6a: Price value -> Behavioral intention	0,295	4,047	Diterima
H6b: Price value*Age -> Behavioral intention	-0,011	0,142	Ditolak
Price value*Gender -> Behavioral intention	-0,09	1,012	Ditolak
H7a: Habit -> Behavioral intention	0,401	6,3	Diterima
H7b: Habit*Age -> Behavioral intention	0,037	0,409	Ditolak
Habit*Gender -> Behavioral intention	-0,002	0,037	Ditolak
Habit*Internet experience -> Behavioral intention	-0,035	0,628	Ditolak
H8: Facilitating conditions -> Use behavior	0,115	2,24	Diterima
H9a: Habit -> Use behavior	0,298	4,297	Diterima
H9b: Habit*Age -> Use behavior	0,014	0,499	Ditolak
Habit*Gender -> Use behavior	0,005	0,156	Ditolak
Habit*Internet experience -> Use behavior	-0,043	0,551	Ditolak
H10a: Behavioral intention -> Use behavior	0,508	8,365	Diterima
H10b: Behavioral intention*Internet experience-> Use behavior	0,03	0,392	Ditolak

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil uji hipotesis langsung yang tertera pada Tabel 5, terlihat bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Nilai t-statistic yang diperoleh adalah 2,316, yang menunjukkan signifikansi karena t-statistic > 1,96, sehingga hipotesis tersebut diterima. Ini berarti bahwa semakin tinggi nilai *performance expectancy*, maka semakin besar pula *behavioral intention*. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dinyatakan bahwa peningkatan atau penurunan kinerja aplikasi PeduliLindungi akan berpengaruh langsung terhadap perubahan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa depan.

Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Uji hipotesis pada *effort expectancy* menunjukkan nilai *T-statistic* yang tidak signifikan yaitu 0,861, karena *T-statistic* < 1,96 maka hipotesis tersebut tidak dapat diterima. Secara lengkap dapat diinterpretasikan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan aplikasi PeduliLindungi untuk mengurangi usaha yang diperlukan dalam beraktivitas belum berhasil mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Masalah yang sering muncul pada aplikasi ini membuat pengguna merasa kesulitan dalam melaksanakan aktivitas mereka, sehingga mereka tidak merasakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi PeduliLindungi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Fatihanisya dan Purnamasari (2021) dan Sutanto *et al.* (2018).

Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Nilai *original sample* untuk variabel *social influence* menunjukkan nilai positif, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif antara *social influence* dan *behavioral intention*. Namun, nilai *t-statistic* sebesar 0,068 tidak signifikan karena kurang dari 1,96, sehingga hipotesis ini tidak diterima. Hal ini berarti bahwa meskipun *social influence* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*, pengaruhnya tidak signifikan. Pengaruh sosial tidak cukup untuk membuat pengguna menyadari pentingnya menggunakan aplikasi PeduliLindungi, disebabkan oleh kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar pengguna. Hal ini diperkuat oleh temuan Nguyen *et al.* (2020), yang menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku.

Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil uji hipotesis, tidak ditemukan pengaruh positif antara *facilitating conditions* dan *behavioral intention*, dengan nilai -0,117. Namun, nilai *t-statistic* yang mencapai 2,283 signifikan karena melebihi 1,96, sehingga hipotesis ini diterima. Ini menunjukkan bahwa *facilitating conditions* mempengaruhi *behavioral intention*, meskipun dengan pengaruh negatif. Ketersediaan fasilitas yang ada tidak cukup untuk mendorong pengguna agar menggunakan aplikasi PeduliLindungi.

Moderasi Usia (*Age*), Jenis Kelamin (*Gender*), dan Pengalaman Menggunakan Internet (*Internet Experience*) terhadap Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *age*, *gender*, dan *internet experience* memiliki nilai *t-statistic* kurang dari 1,96, yang berarti ketiga variabel ini tidak memoderasi pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi PeduliLindungi. Hasil ini menunjukkan kemungkinan bahwa penggunaan aplikasi PeduliLindungi yang bersifat wajib bagi pengguna menyebabkan individu dengan berbagai usia, jenis kelamin, dan tingkat pengalaman dalam menggunakan internet tetap akan menggunakan aplikasi tersebut.

Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*

Nilai *original sample* untuk *hedonic motivation* menunjukkan nilai positif, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif antara *hedonic motivation* dan *behavioral intention*. Namun, nilai *t-statistic* sebesar 0,451 tidak signifikan karena kurang dari 1,96, sehingga hipotesis ini tidak diterima. Ini menunjukkan bahwa meskipun *hedonic motivation* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention*, pengaruhnya tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi PeduliLindungi tidak

memberikan rasa menyenangkan atau membanggakan bagi penggunanya, karena aplikasi ini dirancang untuk mempermudah pekerjaan atau aktivitas pengguna.

Moderasi Usia (*Age*), Jenis Kelamin (*Gender*), dan Pengalaman Menggunakan Internet (*Internet Experience*) terhadap Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *age*, *gender*, dan *internet experience* memiliki nilai *t-statistic* kurang dari 1,96, yang berarti ketiga variabel ini tidak memoderasi pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi *PeduliLindungi*. Peristiwa tersebut terjadi karena pengguna memiliki niat untuk memakai aplikasi *PeduliLindungi* guna mempermudah pekerjaan atau aktivitas serta meningkatkan produktivitas. Oleh karena itu, perbedaan usia, jenis kelamin, dan pengalaman internet tidak memoderasi pengaruh motivasi hedonis terhadap niat perilaku dalam penggunaan aplikasi *PeduliLindungi*.

Pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif antara *price value* dan *behavioral intention*. Nilai *t-statistic* yang sebesar 4,047 signifikan karena melebihi 1,96, sehingga hipotesis ini diterima. Ini berarti semakin tinggi *price value*, semakin besar pula *behavioral intention*. Penggunaan aplikasi *PeduliLindungi* hanya membutuhkan biaya kuota internet dan perangkat *smartphone* dari pengguna. Pengguna merasa bahwa manfaat yang diperoleh dari aplikasi tersebut sebanding dengan pengorbanan yang dikeluarkan.

Moderasi Usia (*Age*) dan Jenis Kelamin (*Gender*) terhadap Pengaruh *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *age* dan *gender* memiliki nilai *t-statistic* kurang dari 1,96, yang berarti kedua variabel ini tidak memoderasi pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi *PeduliLindungi*. Hal ini terjadi karena pengguna memiliki niat untuk menggunakan dan menerima teknologi yang diwajibkan oleh pemerintah. Oleh karena itu, perbedaan gender dan usia tidak memengaruhi niat perilaku dalam penggunaan aplikasi *PeduliLindungi*.

Pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*

Nilai *original sample* untuk *habit* menunjukkan nilai positif, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif antara *habit* dan *behavioral intention*. Nilai *t-statistic* sebesar 6,3 signifikan karena melebihi 1,96, sehingga hipotesis ini diterima. Ini berarti semakin tinggi *habit*, semakin besar pula *behavioral intention*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebiasaan masyarakat dalam menggunakan *PeduliLindungi*, kewajiban untuk menggunakannya, serta ketergantungan pada aplikasi untuk mendukung kinerja atau aktivitas pengguna, berpengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan *PeduliLindungi*.

Moderasi Usia (*Age*), Jenis Kelamin (*Gender*), dan Pengalaman Menggunakan Internet (*Internet Experience*) terhadap Pengaruh *Habit* terhadap *Behavioral Intention*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *age*, *gender*, dan *internet experience* memiliki nilai *t-statistic* kurang dari 1,96, yang berarti ketiga variabel ini tidak memoderasi pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi *PeduliLindungi*. Hal ini disebabkan oleh kewajiban penggunaan aplikasi *PeduliLindungi* yang harus dipakai dalam berbagai aktivitas sehari-hari, seperti masuk ke tempat umum,

menggunakan transportasi umum, dan mengunjungi kantor. Dengan demikian, perbedaan usia, *gender*, dan pengalaman internet tidak memoderasi pengaruh kebiasaan terhadap niat perilaku.

Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Use Behavior*

Hasil uji hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif antara *facilitating conditions* dan *use behavior* dengan nilai 0,115. Nilai *t-statistic* sebesar 2,24 signifikan karena melebihi 1,96, sehingga hipotesis ini diterima. Ini berarti semakin tinggi *facilitating conditions*, semakin besar pula *use behavior* pengguna aplikasi PeduliLindungi. Adanya sumber daya, fasilitas, serta bantuan dari pihak tertentu, seperti petugas dan *customer service*, dapat memengaruhi perilaku aktualisasi pengguna aplikasi PeduliLindungi. Hal ini terjadi karena fasilitas yang tersedia memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi PeduliLindungi.

Pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior*

Nilai *original sample* untuk *habit* menunjukkan nilai positif, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif antara *habit* dan *use behavior*. Nilai *t-statistic* sebesar 4,297 signifikan karena melebihi 1,96, sehingga hipotesis ini diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *habit*, semakin besar pula *use behavior*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kebiasaan, ketergantungan, dan kewajiban pengguna untuk menggunakan PeduliLindungi dalam mendukung kinerja atau aktivitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku penggunaan (*use behavior*).

Moderasi Usia (*Age*), Jenis Kelamin (*Gender*), dan Pengalaman Menggunakan Internet (*Internet Experience*) terhadap Pengaruh *Habit* terhadap *Use Behavior*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *age*, *gender*, dan *internet experience* memiliki nilai *t-statistic* kurang dari 1,96, yang berarti ketiga variabel ini tidak memoderasi pengaruh *habit* terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi PeduliLindungi. Hal ini terjadi karena pengguna memanfaatkan aplikasi PeduliLindungi sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari yang mendukung pekerjaan atau aktivitas mereka, tanpa terbatas oleh usia, jenis kelamin, atau pengalaman dalam menggunakan internet. Oleh karena itu, perbedaan usia, *gender*, dan pengalaman internet tidak memoderasi pengaruh kebiasaan terhadap perilaku penggunaan (*use behavior*).

Pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*

Berdasarkan hasil uji hipotesis, terdapat pengaruh positif antara *behavioral intention* dan *use behavior* dengan nilai 0,508. Nilai *t-statistic* sebesar 8,365 signifikan karena melebihi 1,96, sehingga hipotesis ini diterima. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *behavioral intention*, semakin besar pula *use behavior*. Hasil penelitian yang positif menunjukkan bahwa semakin besar keinginan seseorang untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi, semakin tinggi pula tingkat aktualisasi perilaku penggunaan aplikasi tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekawati (2018), Auliya (2018), dan Sutanto *et al.* (2018), yang menunjukkan bahwa minat penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan.

Moderasi Pengalaman Menggunakan Internet (*Internet Experience*) terhadap Pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *internet experience* memiliki nilai *t-statistic* kurang dari 1,96, yang berarti hipotesis ini tidak diterima. Ini menunjukkan bahwa *internet experience* tidak memoderasi pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior* dalam penggunaan aplikasi PeduliLindungi. Hal ini disebabkan karena

pengguna aplikasi memiliki niat untuk menggunakan dan menerima aplikasi yang diwajibkan oleh pemerintah.

Implikasi Manajerial

Peningkatan adopsi dan penggunaan aplikasi oleh masyarakat dapat dilihat dari harapan yang berkaitan dengan kinerja aplikasi dalam menyediakan informasi tentang COVID-19 serta kebiasaan perjalanan mereka. Untuk mendorong minat dan perilaku penggunaan aplikasi, penting untuk menyediakan fasilitas yang mendukung di area publik. Mengingat kebutuhan akan koneksi internet yang stabil untuk mengakses aplikasi ini, masyarakat dengan akses internet terbatas mungkin akan mengalami kesulitan. Bagi para teknisi atau pengembang aplikasi, temuan dalam penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk pengembangan aplikasi yang lebih baik serta sebagai acuan untuk evaluasi kinerja aplikasi. Penelitian ini juga bermanfaat dalam merencanakan pengembangan sumber daya yang kompeten guna mendukung operasional aplikasi, yang pada gilirannya memberikan dampak positif bagi pengguna aplikasi PeduliLindungi dan pemerintah. Faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi adopsi dan penggunaan aplikasi juga perlu dipertimbangkan dalam perencanaan pengembangan di masa depan.

KESIMPULAN

Performance expectancy, facilitating conditions, price value, dan habit menunjukkan pengaruh signifikan terhadap behavioral intention. Sebaliknya, effort expectancy, social influence, dan hedonic motivation tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention. Di sisi lain, facilitating conditions, habit, dan behavioral intention memiliki pengaruh signifikan terhadap use behavior. Berdasarkan hasil uji hipotesis, habit memiliki pengaruh terbesar terhadap behavioral intention dibandingkan performance expectancy, facilitating conditions, dan price value. Dalam konteks pengaruh terhadap use behavior, behavioral intention memberikan dampak terbesar dibandingkan habit dan facilitating conditions. Analisis efek moderasi menunjukkan bahwa age, gender, dan internet experience tidak memperkuat hubungan antara konstruk-konstruk terhadap behavioral intention dan use behavior.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>.
- Andrianto, A. (2020). Faktor yang mempengaruhi behavior intention untuk penggunaan aplikasi dompet digital menggunakan model UTAUT2. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 111–122. DOI: <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2412>.
- Auliya, N. (2018). *Penerapan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 terhadap minat dan perilaku penggunaan e-ticket di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Chandra, F. S., & Novita, D. (2020). Analisis penerimaan masyarakat terhadap layanan transportasi online menggunakan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*. DOI: <https://doi.org/10.35957/jtsi.v1i1.319>.

- Putri, R. D., & Suardikha, S. (2020). Penerapan model UTAUT 2 untuk menjelaskan niat dan perilaku penggunaan e-money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*. Doi: <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i02.p20>.
- Ekawati, D. K. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Telkomsel Cash (T-Cash) di Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Fatihansya, A. N. S., & Purnamasari, S. D. (2021). Penerapan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2) terhadap perilaku pelanggan e-commerce Shopee Indonesia di Kota Palembang. *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.143>.
- Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps?: An analysis based on the UTAUT-2 framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1). DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0013>.
- Hair, J. F., Black, W. C., BaBehavioral Intentionn, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: Global Edition, 7th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Haris, C. A., BS, W. A., & Nasiri, A. (2019). Penerapan model UTAUT2 untuk mengevaluasi aplikasi Ruang Guru. *Jurnal Teknologi Informasi*, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.36294/jurti.v3i2.1085>.
- Handoko, B. L., & Prianto, J. A. (2020). The influence of UTAUT on ERP systems in startup business. *International Journal of Management*, 11(4). DOI: <https://doi.org/10.34218/IJM.11.4.2020.027>.
- Iriani, S., Suyanto, M., & Amborowati, A. (2014). Pengujian sistem informasi pengelolaan keuangan daerah berbasis web Kabupaten Pacitan dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). *Indonesian Journal of Network and Security*, 3(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.55181/ijns.v3i2.143>.
- Khan, I. U., Hameed, Z., & Khan, S. U. (2017). Understanding online banking adoption in a developing country: UTAUT2 with cultural moderators. *Journal of Global Information Management*, 25(1), 43-65. DOI: <https://doi.org/10.4018/JGIM.2017010103>.
- Kemkes.go.id. (2021). Permudah Masyarakat, Aplikasi PeduliLindungi Integrasi dengan 50 Aplikasi. kemkes.go.id. [diunduh 2022 Jan 14]. Tersedia pada: <https://covid19.go.id/p/masyarakat-umum/permudah-masyarakat-aplikasi-pedulilindungi-integrasi-dengan-50-aplikasi>.
- Lu, N. L., & Nguyen, V. T. (2016). Online tax filing—E-government service adoption case of Vietnam. *Modern Economy*, 7(12). DOI: <https://doi.org/10.4236/me.2016.712135>.
- Morris, M. G., Venkatesh, V., & Ackerman, P. L. (2005). Gender and age differences in employee decisions about new technology: An extension to the theory of planned behavior. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 52(1). DOI: <https://doi.org/10.1109/TEM.2004.839967>.
- Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Tran, T. T. M. (2020). Determinants of digital banking services in Vietnam: Applying UTAUT2 model. *Asian Economics and Financial Review*, 10(6), 680-697. DOI: <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697>.

- Onibala, A. A., Rindengan, Y., & Lumenta, A. S. (2021). Analisis penerapan model UTAUT 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) terhadap e-kinerja pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara. *E-journal Tek. Inform.*, 2, 1–13.
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sánchez-García, J., & Robres, E. (2019). User acceptance of mobile apps for restaurants: An expanded and extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4). DOI: <https://doi.org/10.3390/su11041210>.
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2021). Penerapan model UTAUT 2 untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan mobile banking. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(10), 2569. DOI: <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p13>.
- Putri, R. D., & Suardikha, S. (2020). Penerapan model UTAUT 2 untuk menjelaskan niat dan perilaku penggunaan e-money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540. DOI: <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i02.p20>.
- Shafly, N. A. (2019). Penerapan model UTAUT2 untuk menjelaskan behavioral intention dan use behavior penggunaan mobile banking di Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Model*, 53(9), 1689-1699.
- Stein, C. M., Morris, N. J., & Nock, N. L. (2012). Structural Equation Modelling. 850(November 2014), 411–421. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-1-61779-555-8>.
- Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). 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*, 15(1). DOI: <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>.
- Sugiono. (2012). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tak, P., & Panwar, S. (2017). Using UTAUT 2 model to predict mobile app based shopping: Evidences from India. *Journal of Indian Business Research*, 9(3). DOI: <https://doi.org/10.1108/JIBR-11-2016-0132>.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157-178. DOI: <https://doi.org/10.2307/41410412>.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Q. Manag. Inf. Syst.*, 27(3), 425-478. DOI: <https://doi.org/10.2307/3003654>.
- [WHO] World Health Organization. (2020). *COVID-19 Strategic Preparedness and Response Plan*. World Health Organization.
- World Bank. (2020). Indonesia's COVID-19 Response: Policy Options to Address the Economic Impacts. *World Bank*.
- [Kemenkes] Kementerian Kesehatan. (2020). *Pedoman Pembatasan Kegiatan Masyarakat*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- [CDC] Center for Disease Control and Prevention. (2020). *How COVID-19 Spreads*. Centers for Disease Control and Prevention.