

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi niat penggunaan ShopeePay di Semarang. Penelitian dilakukan dengan acuan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2* yang diusulkan oleh Venkatesh et al. (2012). Terdapat tujuh faktor yang membentuk model UTAUT 2, antara lain ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, motivasi hedonis, dan niat penggunaan ShopeePay.

Populasi penelitian terdiri dari pengguna aktif ShopeePay di Semarang dengan 100 responden sebagai sampel untuk pengujian model penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan survei berbantuan kuesioner *online* sebanyak 25 pertanyaan dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM pada software SmartPLS 3.

Hasil penelitian mengkonfirmasi bahwa empat hipotesis diterima. Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kebiasaan, dan motivasi hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan ShopeePay. Sementara itu, ekspektasi usaha dan kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada niat penggunaan. Selain itu, diketahui bahwa kebiasaan merupakan prediktor terkuat dari niat perilaku untuk menggunakan ShopeePay.

Kata kunci: UTAUT 2, niat penggunaan, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, motivasi hedonis, ShopeePay.