

**PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* (EKSPEKTASI KINERJA),
EFFORT EXPECTANCY (EKSPEKTASI USAHA), *SOCIAL INFLUENCE*
(PENGARUH SOSIAL) TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION*
(INTENSITAS PERILAKU) PADA PENGGUNAAN GRABFOOD**

**Yulia Citra Dewi¹
Baroroh Lestari²**

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹yuliacitra872@gmail.com

²barorohlestari@polinema.ac.id

Abstrak

Dalam model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) terdapat tiga konstruk yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* terhadap *behavioral intention* penggunaan GrabFood baik secara parsial dan simultan. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Teknik Analisa data yang digunakan adalah uji regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa baik secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh antara *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* terhadap *behavioral intention*. Hal ini dapat dilihat F_{tabel} sebesar 2,70. Hasil uji simultan menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $63,591 > 2,70$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa: *performance expectancy* (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} 2,879 > t_{tabel} 1,98498$. *Effort expectancy* (X_2) diperoleh $t_{hitung} 3,007 > t_{tabel} 1,98498$ dan *social influence* (X_3) diperoleh $t_{hitung} 3,779 > t_{tabel} 1,98498$. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pihak Grab diharapkan untuk meningkatkan *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* melalui *delivery services* yang baik serta menambahkan fitur baru dan promo yang menarik, agar minat konsumen menggunakan layanan GrabFood lebih tinggi.

Kata kunci: *behavioral intention; effort expectancy; social influence; performance expectancy*

Abstract

In the UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) model, there are three constructs that can influence *behavioral intention*, namely *performance expectancy*, *effort expectancy* and *social influence*. The purpose of this study was to determine the effect of *performance expectancy*, *effort expectancy*, and *social influence* on *behavioral intention* to use GrabFood, either partially or simultaneously. The sampling technique used is *non-probability sampling*. The data analysis techniques used are multiple linear regression tests, coefficient of determination and hypothesis testing. Based on the results of the analysis, it is found that either partially or simultaneously, there is an influence between *performance expectancy*, *effort expectancy*, and *social influence* on *behavioral intention*. It can be seen that F_{table} is 2.70. Simultaneous test results show $F_{value} > F_{table}$, which is $63.591 > 2.70$ with a significance value of $0.000 < 0.05$. The results of the partial test show that for *performance expectancy* (X_1), the t_{value} of $2.879 > t_{table} 1.66088$. *Effort expectancy* (X_2) obtained a t_{value} of $3,007 > t_{table} 1.66088$ and *social influence* (X_3) obtained a t_{value} of $3.779 > t_{table} 1.66088$. From the results of this study, it can be concluded that Grab is expected to increase *performance expectancy*, *effort expectancy*, and *social influence* by improving good *delivery services* and adding new features and attractive promos, so that consumer interest in using GrabFood services improves.

Keywords: *behavioral intention; effort expectancy; social influence; performance expectancy*

1. Pendahuluan

Kedatangan pandemi Covid-19 mengubah perilaku dan kebiasaan masyarakat, segala kegiatan mulai terbatas karena adanya pemberlakuan *social distancing*, dimana konsumen menghindari untuk makan diluar dan beralih ke layanan pesan-antar makanan. Adanya situasi tersebut menjadikan persaingan pada perusahaan khususnya jasa layanan antar makanan di Indonesia semakin tinggi. Hal tersebut juga disampaikan dalam data *We Are Social* (2021) mencatat dalam satu bulan terakhir sebanyak 74,4% pengguna internet di Indonesia menggunakan aplikasi pesan-antar makanan. Dari hasil data tersebut merupakan persentase tertinggi di dunia. Dengan laju pertumbuhan tersebut pastinya pada sektor yang bergerak dalam bidang layanan jasa pesan antar saling menunjukkan inovasi barunya masing-masing.

Grab merupakan jasa transportasi *online* yang didirikan oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling yang berasal dari Singapura. Terdapat beberapa fitur yang ditawarkan oleh Grab, salah satunya adalah GrabFood. Dengan adanya GrabFood, konsumen bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat ponsel pintar, tidak perlu berjalan jauh ke warung makan yang diinginkan. Berbagai pilihan makanan tersedia di layanan GrabFood.

Dengan adanya fenomena yang terjadi dan hasil riset penelitian terdahulu, menjadikan penelitian ini berfokus untuk mengetahui sejauh mana minat seseorang menggunakan layanan GrabFood. Pada penelitian ini menggunakan model UTAUT sebagai teori dasar, yang terdiri dari tiga variabel independen yakni *Performance Expectancy* (Harapan Kinerja), *Effort Expectancy* (Harapan Usaha) dan *Social Influence* (Pengaruh Sosial) serta variabel dependen yaitu *Behavioral Intention* (Minat Perilaku) yang dikutip pada pernyataan Venkatesh et al. dalam Quaddus (2015:09). Model UTAUT merupakan sebuah metode untuk tolak ukur fungsi perangkat lunak. Model UTAUT juga banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi dalam berbagai konteks penelitian.

Performance Expectancy dapat diartikan sejauh mana seseorang merasa dan percaya bahwa sistem yang digunakan dapat membantu dalam kinerja suatu pekerjaan atau keuntungan yang dirasakan setelah menggunakan sebuah aplikasi/sistem informasi (Utomo dkk,

2017:1710). *Effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan seseorang dalam menggunakan sebuah sistem informasi (Taylor dalam Kumala, 2019). *Social influence* diartikan sebagai sejauh mana pengguna sistem informasi/aplikasi merasa diberikan pengaruh positif dan keuntungan sehingga menawarkan orang-orang terdekatnya untuk menggunakan aplikasi / sistem informasi yang sama (Utomo dkk, 2017:1711).

Dengan demikian, penelitian ini hanya fokus untuk mengetahui pengaruh variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* terhadap *behavioral intention* Penggunaan GrabFood studi pada mahasiswa aktif Politeknik Negeri Malang. Rumusan Masalah: Apakah *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan layanan GrabFood. Tujuan Penelitian: Mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* secara parsial maupun simultan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan layanan GrabFood.

2. Kajian Pustaka

Penelitian ini tak jauh dari referensi dari penelitian terdahulu mengenai pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* terhadap *behavioral intention* dalam penelitian ini yaitu penelitian dari Purnamaningsih (2018) menyatakan bahwa *performance expectancy* secara parsial berpengaruh kepada *behavioral intention*. Selain itu pada penelitian Nancy Amanda Lionga (2021) menunjukkan bahwa secara parsial *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, sedangkan penelitian Reky Wiryanto Bongso (2020) menunjukkan bahwa secara simultan *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* berpengaruh terhadap *behavioral intention*.

Berdasarkan teori Venkatesh dalam Indrawati (2017:36) mendefinisikan *Performance Expectancy* diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa sistem yang digunakan dapat membantu mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan.

Berdasarkan teori Venkatesh dalam Indrawati (2017:38) mendefinisikan *Effort*

Expectancy sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan sebuah aplikasi/sistem.

Menurut Silhavy dkk (2021:48) sejauh mana seseorang memandang bahwa orang lain penting baginya untuk menggunakan sistem baru atau memberikan pengaruh baik kepada lingkungan sosial atas dampak positif yang telah dirasakan terhadap sebuah penggunaan sistem.

Menurut Jogiyanto dalam Santi (2021:12) pengertian *behavioral intention* (minat perilaku) adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu yang didasari oleh kemauan dalam diri atas kelebihan atau ketertarikan untuk menggunakan sebuah teknologi.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin meningkat, penggunaan *mobile application* menjadi salah satu komponen penting untuk memudahkan dalam kehidupan sehari-hari serta maupun pada dunia bisnis, dengan adanya teknologi tersebut pekerjaan seseorang dapat terselesaikan dengan lebih cepat. Pada penelitian ini *performance expectancy* didefinisikan sebagai persepsi individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan mempermudah kinerjanya menurut Venkatesh et.al dalam Purnamaningsih dkk (2018:113).

Penggunaan teknologi yang susah digunakan memerlukan lebih banyak waktu untuk mempelajari setiap fiturnya yang dapat membuat pengguna merasa bahwa teknologi tersebut tidak memberikan kemudahan bagi pekerjaannya tetapi justru membebani dalam prosesnya. *Effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan konsumen saat menggunakan sebuah teknologi (Venkatesh et.al dalam Purnamaningsih dkk, 2018:113). Seharusnya aplikasi diciptakan untuk memberikan kemudahan bagi penggunanya. Oleh karena itu, menjadi daya tarik dan meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan sebuah aplikasi yang menyediakan fitur dengan navigasi yang mudah saat digunakan.

Venkatesh dalam Indrawati (2017:39-40) mendeskripsikan *social influence* sebagai sejauh mana seseorang mempersepsikan bahwa orang-orang penting percaya bahwa dia sebaiknya menggunakan sistem. Semakin banyak pengaruh yang diberikan sebuah lingkungan terhadap calon pengguna pada suatu teknologi informasi untuk menggunakan

suatu teknologi informasi yang baru maka semakin besar minat yang timbul dari personal calon pengguna tersebut dalam menggunakan teknologi informasi tersebut karena pengaruh yang kuat dari lingkungan sekitarnya.

3. Metodologi Penelitian

Pendekatan penelitian kuantitatif dan metode *survey* digunakan sebagai metode penelitian. Pada penelitian ini populasinya adalah mahasiswa aktif Politeknik Negeri Malang yang pernah menggunakan layanan GrabFood. Jumlah sampel penelitian ini adalah 100 responden. Metode *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* atau memberikan kriteria khusus sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini pada variabel independen menurut Venkatesh dalam Indrawati, (2017:36-40). Variabel *Performance Expectancy* dibagi menjadi 3 indikator. 1) *Perceived Usefulness* dengan item meningkatkan efektifitas, memenuhi permintaan dan meningkatkan efisiensi, 2) *Relative Advantage* dengan item fitur baru yang mendukung, meningkatkan kepuasan dan mempermudah perilaku konsumtif, 3) *Outcome Expectation* dengan item meningkatkan kualitas output, kualitas layanan dan produktivitas. Variabel kedua *Effort Expectancy* dengan dua indikator yaitu *Perceived Ease of Use* dengan item mudah, tepat waktu dan pengoperasian cepat, 2) *Ease of Use* dengan item fleksibilitas penggunaan, kemudahan dalam pengoperasian dan praktis. Variabel yang ketiga *Social Influence* dengan dua indikator yaitu 1) *Subjective Norm* dengan item pengaruh keluarga, pengaruh teman dekat dan persepsi oranglain, 2) *Social Factors* dengan item tuntutan sosial, pengaruh organisasi dan status konsumen.

Selanjutnya variabel dependen menurut Ha dan Jang (2010) *Behavioral Intention* dengan 3 indikator meliputi 1) *Revisit intention* dengan item pelayanan yang baik, rencana penggunaan dimasa depan dan pemenuhan kebutuhan, 2) *Word of Mouth* dengan item informasi layanan, keunggulan dan meyakinkan, 3) *Recommended consumer* dengan item informasi jasa, mencoba layanan dan layanan favorit.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Teknik kuesioner *online* melalui *Google Form*.

Ghozali (2018:51) menyatakan bahwa Uji Validitas adalah “Metode untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner”. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner.

"Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.6" (Ghozali dalam Nasution, 2019:55)

Menurut Wardani (2021:39) “Uji parsial dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel yaitu konsep dari konformitas terhadap variabel dependen yang berperilaku konsumtif”.

Menurut Wardani (2021:39) “Uji simultan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama pada variabel independen terhadap variabel dependen. Setelah itu hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil Uji simultan akan menunjukkan apakah variabel independen bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen”.

"Uji normalitas digunakan untuk menguji pada model regresi, apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui pada uji t dan uji f di asumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila bertolak belakang atau tidak sesuai maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil" (Ghozali, 2018:161)

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji pada model regresi apakah terdapat korelasi antara variabel independen (Sugiyono dalam Nasution, 2019:56). Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji pada model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada pola grafik scatterplot antara SRESID (residual) dan ZPRED (variabel terikat), apakah terdapat bentuk pola tertentu didalamnya, hal itu diungkapkan oleh Ghozali (2018:137).

4. Hasil dan Pembahasan

Pada uji validitas keseluruhan item pada penelitian dinyatakan valid yaitu variabel

performance expectancy, *effort expectancy*, *social influence* dan *behavioral intention*.

Pada uji reliabilitas keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur pada penelitian dinyatakan reliabel yaitu pada variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *behavioral intention*

Berdasarkan hasil analisa uji parsial dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel (*Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan *Social Influence*) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada penggunaan layanan GrabFood.

Hasil uji simultam menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $63,591 > 2,70$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara simultan (bersama-sama) variabel *performance expectancy* (X_1), *effort expectancy* (X_2) dan *social influence* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (Y) pada penggunaan GrabFood.

Pada uji normalitas diketahui pada grafik P-Plot terlihat titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan menyebar mengikuti arah garis diagonal, sehingga model regresi linier memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan hasil perhitungan memiliki nilai signifikan lebih dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Performance Expectancy* (X_1), *Effort Expectancy* (X_2) dan *Social Influence* (X_3) pada uji ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Dari hasil uji Multikolinearitas diketahui bahwa ketiga variabel yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan *Social Influence* memenuhi kriteria bahwa nilai $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada model regresi tidak terjadi multikolonieritas.

Pada hasil penelitian menunjukkan nilai persentase sebesar 65,5% pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan layanan Hal itu disimpulkan bahwa nilai pengaruh pada variabel yang diteliti pada GrabFood sebesar 65,5% dan sisanya 34,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Dari hasil uji hipotesis penelitian dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh secara positif pada variabel *performance expectancy*,

effort expectancy dan *social influence* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan GrabFood.

5. Simpulan dan Saran

Dapat disimpulkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan *Social Influence* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel *Behavioral Intention* pada penggunaan GrabFood, sehingga keempat hipotesis terjawab.

Sehubungan dengan judul penelitian, maka diberikan saran agar pihak Grab diharapkan untuk meningkatkan *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* melalui *delivery services* yang baik serta menambahkan fitur baru dan promo yang menarik, agar minat konsumen menggunakan layanan GrabFood lebih tinggi.

6. Daftar Rujukan

- Bongso, Reky Wiryanto dan Citra Kusuma Dewi. 2020. Pengaruh Flow Experience, Perceived Enjoyment, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Dan Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention Pemain Mobile Game Kota Kita. *Jurnal e-Proceeding of Management*. 7(1). Hal.1353-1359.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ha, Jooyeon dan Soo Cheong (Shawn) Jang. 2010. Perceived Values, Satisfaction, and Behavioral Intentions: The role Of Familiarity in Korean Restaurant. *International Journal of Hospitality Management*. 29(1). Hal.2-13.
- Indrawati, Murali Ramán, Chew Kok Wai, Maya Ariyanti, Daduk Merdika Mansur, Gusti Ayu Made Mas Marhaleni, Lina Maulani Tohir, Mohammad Rizal Gaffar, Muhammad Nicky Has dan Sofiar Yuliansyah. 2017. *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Lionga, Nancy Amanda. 2021. *Analisis Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition Terhadap Behavioural Intention To Use Shopee Food*. Skripsi. Tidak dipublikasikan.
- Purnamaningsih, Trihadi Pudiawan Erhan dan Nosica Rizkalla. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Application based Short Distance Delivery Service Telaah Pada Onlineshop di Area Jabodetabek. *Jurnal ULTIMA Management*. 10(2). Hal.17.
- Quaddus, Mohammed dan Arch G Woodside. 2015. *E- Services Adoption: Processes by Firms in Developing Nations*. UK: Emerald Group Publishing Limited.
- Silhavy, Radek, Petr Silhavy dan Zdenka Prokopova. 2021. *Software Engineering Application Informatics*. Switzerland: Springer.
- Utomo, Heru, Eriq Muh, Adam Jonemaro dan Mahardeka Tri Ananta. 2017. Perbandingan Usabilitas Aplikasi Taxi Online Android (Grab-car dan Uber) Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 1(12). Hal.1708-1717
- Wardani, Laila Meiliyandrie Indah dan Ritia Anggadita. 2021. *Konsep Diri dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Pekalongan: Penerbit NEM.