

INTISARI

Perkembangan teknologi keuangan menyediakan layanan dengan biaya lebih murah melalui aplikasi bergerak. Aplikasi pembayaran digital dibentuk untuk meningkatkan layanan keuangan yang tidak ditawarkan oleh lembaga keuangan tradisional. Proses pembayaran yang lebih praktis membuat konsumen kurang sadar dengan situasi keuangan dan mengarah pada kesenangan dalam pembelian impulsif. Penelitian perilaku konsumen ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use Technology* (UTAUT). UTAUT didasarkan pada empat variabel, yaitu kinerja yang diharapkan, usaha yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Penelitian ini menggunakan UTAUT untuk mengetahui penerimaan teknologi aplikasi pembayaran digital dan selanjutnya mempengaruhi pembelian impulsif yang dimoderasi oleh variabel promosi. Metode survei kuesioner secara daring dilakukan dalam pengumpulan data dengan melibatkan individu yang berdomisili di D.I. Yogyakarta dan menggunakan aplikasi pembayaran digital. Model persamaan struktural berbasis varian atau *Partial Least Square* (SEM-PLS) diterapkan dalam pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang dirumuskan didukung, kecuali hubungan antara usaha yang diharapkan dengan penggunaan aplikasi pembayaran digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak mengalami kesulitan menggunakan aplikasi pembayaran digital. Konsumen terbiasa menggunakan teknologi yang bermanfaat untuk kegiatan sehari-hari. Sehingga konsumen tidak memperhatikan tingkat kesulitan penggunaan suatu teknologi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pembayaran berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif. Selain itu, pembelian impulsif dengan penggunaan aplikasi pembayaran digital meningkat dikarenakan adanya promosi.

Kata kunci: aplikasi pembayaran digital, *unified theory of acceptance and use technology*, kinerja yang diharapkan, usaha yang diharapkan, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, promosi, pembelian impulsif.

ABSTRACT

The development of financial technology provides services at lower costs through mobile applications. Digital payment applications were created to improve financial services that are not offered by traditional financial institutions. A more practical payment process makes consumers less aware of their financial situation and leads to impulsive buying pleasure. This consumer behavior research uses the Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT) model. UTAUT is based on four variables, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions. This study uses UTAUT to determine the acceptance of digital payment application technology and influence impulsive purchases moderated by promotional variables. The questionnaire survey method was boldly carried out in the data by involving individuals domiciled in D.I. Yogyakarta and using digital payment applications. The variant-based structural equation model or Partial Least Square (SEM-PLS) is applied in the test which shows that all the hypotheses formulated are supported, except for the relationship between the effort expectancy and the use of digital payment applications. This shows that consumers have no difficulty using digital payment applications. Consumers are accustomed to using technology that is useful for daily activities. So that consumers do not pay attention to the difficulty level of using technology. The results also show that the use of applications has a positive effect on impulsive purchases. Besides, impulsive purchases with the use of payment applications are increasing due to promotions.

Keywords: *digital payment applications, unified theory of acceptance and use technology, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, promotion, impulsive buying.*