

Abstract

COVID-19 outbreak, the catastrophic plague that hits every aspect of customer's life is considered as determining factor in digital technology adoption including the use of e-money application. Unfortunately, the last mentioned notion is not aligned with the industry performance, which grows slower compared to prior year. The purpose of the study is to analyze the effect of customer perception of the virus to the continuance intention to use the application based on modified HBM that integrated to UTAUT2 model. Independent variables used in the research are perceived susceptibility, perceived severity, performance expectancy, effort expectancy, social influence, price value, facilitating condition, habit.

The research tools used in the study was research with 185 respondents as sample. The characteristic of the respondents are people in Indonesia who have used the e-money application at least since March 2020. The study use linear regression as analysis method. The analysis results the perceived threat, which comprise as susceptibility and perceived severity of COVID-19 have positive and significant effect to performance expectancy of e-money application. Meanwhile performance expectancy, effort expectancy, price value, facilitating condition, habit are indicated to have positive and significant effect to the continuance intention of e-money application usage. Social influence is the only variable that indicates no effect to the dependent variable.

Keywords: e-money application, Indonesian customer, COVID-19 outbreak, HBM, UTAUT2 Model, perceived threat, technology usage, and continuance intention.

Intisari

Pandemi COVID-19, wabah yang mempengaruhi aspek-aspek kehidupan pelanggan dianggap sebagai factor penting dalam adopsi penggunaan technology termasuk penggunaan uang elektronik. Sayangnya hal ini tidak sejalan dengan laju pertumbuhan industry uang elektronik yang lebih rendah dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa efek dari respon pelanggan terhadap wabah COVID-19 terhadap keberlanjutan untuk menggunakan aplikasi uang elektronik. Penelitian ini menggunakan HBM yang dimodifikasi dan diintegrasikan ke model UTAUT2. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah persepsi kerentanan, persepsi keparahan, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, nilai harga, dan kebiasaan.

Penelitian ini menggunakan survey dengan 185 sampel responden. Karakteristik dari responden adalah merupakan orang Indonesia dan pernah menggunakan aplikasi uang elektronik setidaknya sejak Maret 2020. Regresi linear digunakan sebagai metode analysis. Hasil analisa menindikasikan bahwa persepsi kerentanan dan keparahan memiliki efek positif dan signifikan terhadap ekspektasi kinerja aplikasi uang elektronik. Sedangkan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, nilai harga, fasilitas pendukung, dan kebiasaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap keinginan pelanggan untuk terus menggunakan uang elektronik. Pengaruh social merupakan satu-satunya variable yang tidak memiliki efek signifikan kepada variable terikat.

Keywords: aplikasi uang elektronik, pelanggan Indonesia, pandemic COVID-19, HBM, UTAUT2, persepsi ancaman, adopsi teknologi, keberlanjutan penggunaan.