

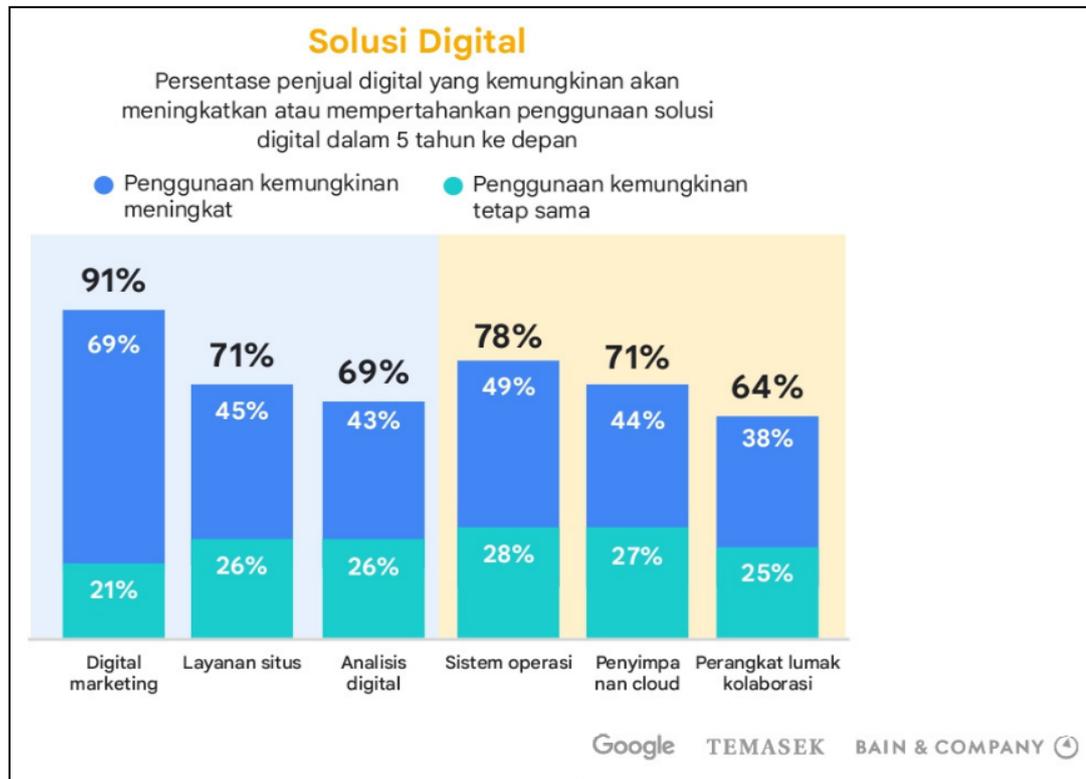
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era digital atau era teknologi dan informasi yang ditandai dengan adanya penggunaan teknologi *internet* di segala bidang usaha, mengharuskan pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi *internet* ini menjadi bagian dari kegiatan usahanya. Pemahaman masyarakat tentang penggunaan teknologi *internet* mendukung perusahaan untuk melakukan perubahan ke arah transformasi *digital*. Ada kecenderungan untuk menyamakan transformasi *digital* dengan strategi *digital*. Kedua istilah tersebut berkaitan erat, namun berbeda cakupannya. Transformasi *digital* mendorong perubahan di tiga bidang: pengalaman pelanggan, proses operasional, dan model bisnis. Proses transformasi *digital* memerlukan koordinasi di seluruh organisasi, dan melibatkan perubahan budaya bisnis. Menurut *Accenture*, strategi *digital* mencari cara untuk menggunakan teknologi untuk mengubah aktivitas, dan juga bisnis, sedangkan strategi TI bertujuan untuk mentransformasikan teknologi secara terpisah dari bisnis lainnya. Secara tradisional, proses strategi TI adalah menentukan teknologi mana yang akan diinvestasikan, berdasarkan arah bisnis saat ini. Strategi *digital* justru melihat pada aktivitas dan proses yang perlu diubah untuk memberikan layanan yang lebih baik bagi pelanggan. Kemudian, dicari kombinasi teknologi dan strategi yang tepat yang dapat digabungkan untuk menciptakan pengalaman tersebut. Para pemimpin digital telah menemukan keunggulan kompetitif dan peluang pertumbuhan baru dengan melakukan perubahan strategi ini.

Strategi *digital*, di sisi lain, berfokus pada teknologi, bukan budaya. Strategi *digital* paling relevan dengan perubahan model bisnis, dan menggunakan teknologi untuk menciptakan kemampuan yang dibutuhkan perusahaan untuk menjadi bisnis *digital*. Menetapkan strategi adalah komponen kunci dari proses transformasi, dan memastikan bahwa teknologi diterapkan dengan cara yang mendukung tujuan bisnis.



Gambar 1.1. Solusi Digital (smesco.co.id, 2021)

Demikian juga dengan PT. Pertamina (Persero) telah mengeluarkan aplikasi MyPertamina mengadopsi *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2), sebagai bentuk strategi *digital* agar Bahan Bakar Minyak (BBM) subsidi dapat disalurkan dengan tepat kepada masyarakat Indonesia.

1.2. Profil Regulator

Setiap harinya, kegiatan manusia tidak dapat dipisahkan dari berbagai macam tipe kebutuhan, salah satunya kebutuhan akan Bahan Bakar Minyak (BBM). Peningkatan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia berdampak pada terus bertambahnya pemakaian BBM di negara ini. Pemerintah menyampaikan bahwa kenaikan kebutuhan tenaga BBM di Indonesia mencapai 8 persen setiap tahun. Tugas mengatur dan mengelola penambangan minyak dan gas bumi, serta

jaminan ketersediaan sumber tenaga terutama BBM, jadi tanggung jawab industri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bernama PT. Pertamina (Persero)



Gambar 1.2. Logo BPH Migas dan Logo PT. Pertamina (Persero)

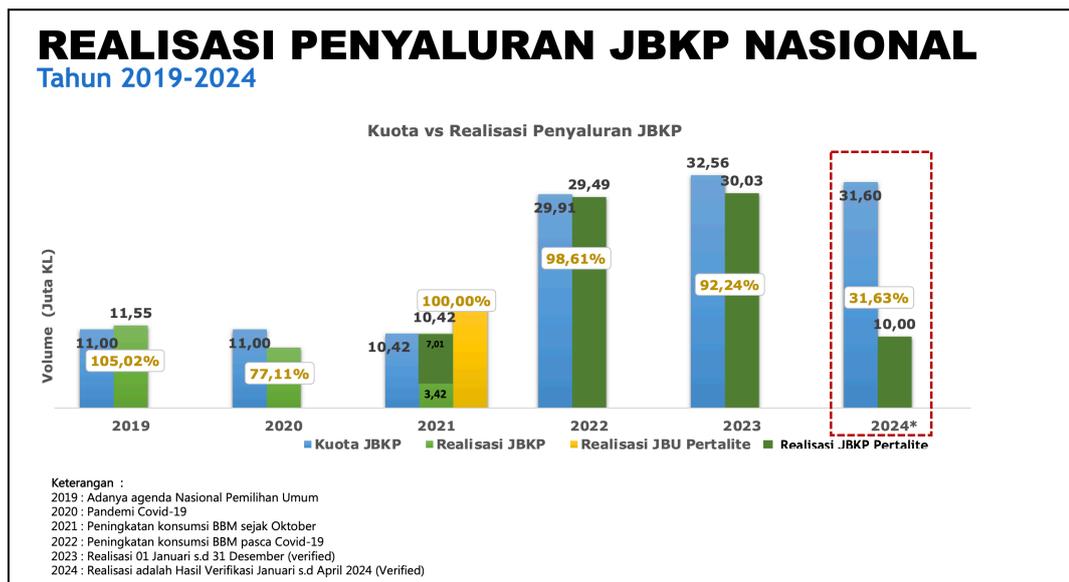
Pemerintah melalui BPH Migas (Badan Hulu Pengatur Hilir Minyak dan Gas Bumi) menugaskan PT Pertamina (Persero) berupaya untuk dapat menyalurkan subsidi BBM kepada masyarakat di Indonesia. Dalam penyaluran subsidi BBM tersebut pemerintah melalui PT Pertamina (Persero) berupaya agar subsidi yang diberikan dapat dilakukan secara tepat sasaran. Artinya subsidi BBM benar-benar dapat diberikan kepada masyarakat yang kurang mampu. Kebijakan yang diambil pemerintah melalui PT Pertamina (Persero) membuat aplikasi MyPertamina seperti dijelaskan penyaluran BBM Subsidi pada gambar 1.5.



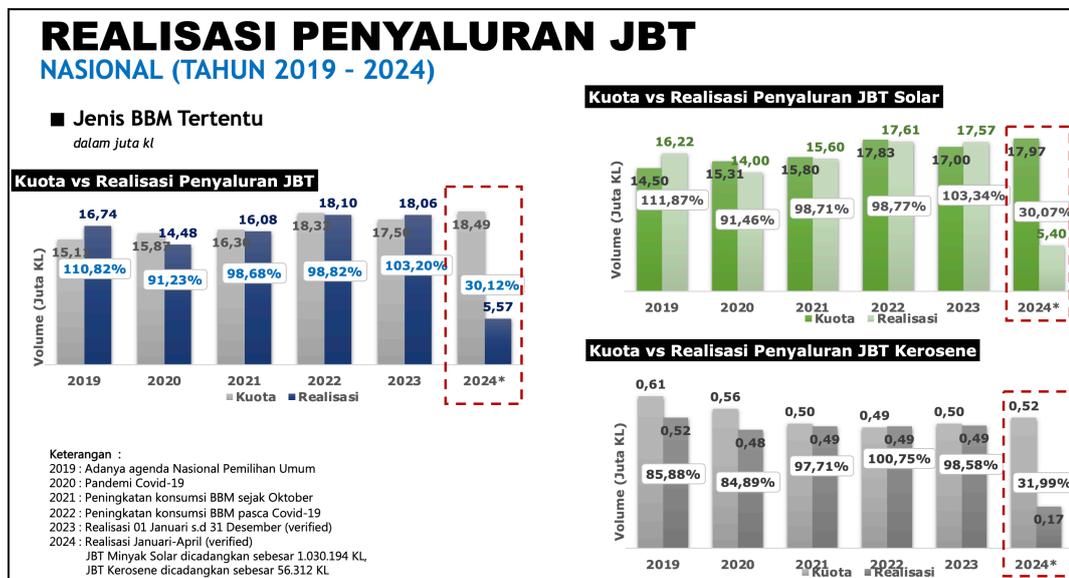
Gambar 1.3. Penyaluran BBM Subsidi pada Lembaga Penyalur

Sumber: (BPH Migas, 2024)

Konsumen pengguna akhir yang berhak mendapatkan Jenis BBM Tertentu (Bio Solar) atau Jenis BBM Khusus Penugasan (Pertalite) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, untuk kebutuhannya sendiri dan tidak diperjualbelikan kembali sesuai dengan “Keputusan Kepala BPH Migas Nomor 64 tahun 2023 tentang Pedoman pembinaan hasil pengawasan kepada penyalur dalam pendistribusian Jenis Bahan Bakar Minyak Tertentu dan Jenis Bahan Bakar Minyak Khusus Penugasan.”



Gambar 1.4. Realisasi Penyaluran BBM Pertalite Sumber: (BPH Migas, 2024)



Gambar 1.5. Realisasi Penyaluran BBM Bio Solar Sumber: (BPH Migas, 2024)

1.3. Aplikasi MyPertamina

Aplikasi MyPertamina merupakan aplikasi yang diperkenalkan sebagai bagian dari program digitalisasi yang ada di (SPBU) dengan tujuan agar memastikan penyaluran BBM subsidi dilakukan dengan tepat sasaran. Aplikasi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam penyaluran BBM subsidi dan memastikan bahwa bantuan tersebut tepat sampai ke sasaran yang dituju. Aplikasi ini diperkenalkan oleh Pemerintah melalui PT Pertamina sebagai upaya untuk memastikan bahwa proses penyaluran BBM subsidi tepat supaya tidak memberatkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Dengan menggunakan MyPertamina, pembelian BBM bersubsidi akan dilakukan melalui aplikasi ini. Tujuannya adalah untuk mengatur dan mengawasi penyaluran BBM subsidi seperti Bio Solar dan Peralite agar selaras dengan segmen yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

MyPertamina merupakan program loyalitas dan *e-payment* yang dirancang oleh PT Pertamina (Persero) untuk memberikan pengalaman pengguna yang mudah bagi semua pelanggan Pertamina. Layanan *e-money* ini sudah terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia untuk memastikan keamanan dan keandalannya. Melalui MyPertamina, pelanggan dapat melakukan pembayaran secara non-tunai (*cashless*) menggunakan sembilan sistem pembayaran yang berbeda. Program ini juga memberikan pelanggan kesempatan untuk mengumpulkan *point* dan mendapatkan *reward*, serta menggunakan *e-voucher* yang dapat ditukarkan di berbagai *merchant* yang bekerja sama dengan PT Pertamina melalui MyPertamina *Loyalty Program*.

Dilansir dari Kompas.com pada tanggal 26 Januari 2023, PT Pertamina melakukan uji coba *full-cycle* untuk pembelian Solar subsidi dengan pendaftaran melalui fitur Subsidi Tepat yang tersedia di aplikasi MyPertamina dan *website* mereka. Dalam uji coba ini, para konsumen yang ingin membeli Bio Solar subsidi atau Peralite diwajibkan untuk menunjukkan QR *code* saat melakukan pembelian bahan bakar tersebut. Untuk konsumen yang belum terdaftar dalam program Subsidi Tepat, mereka hanya diperbolehkan untuk pembelian Solar subsidi

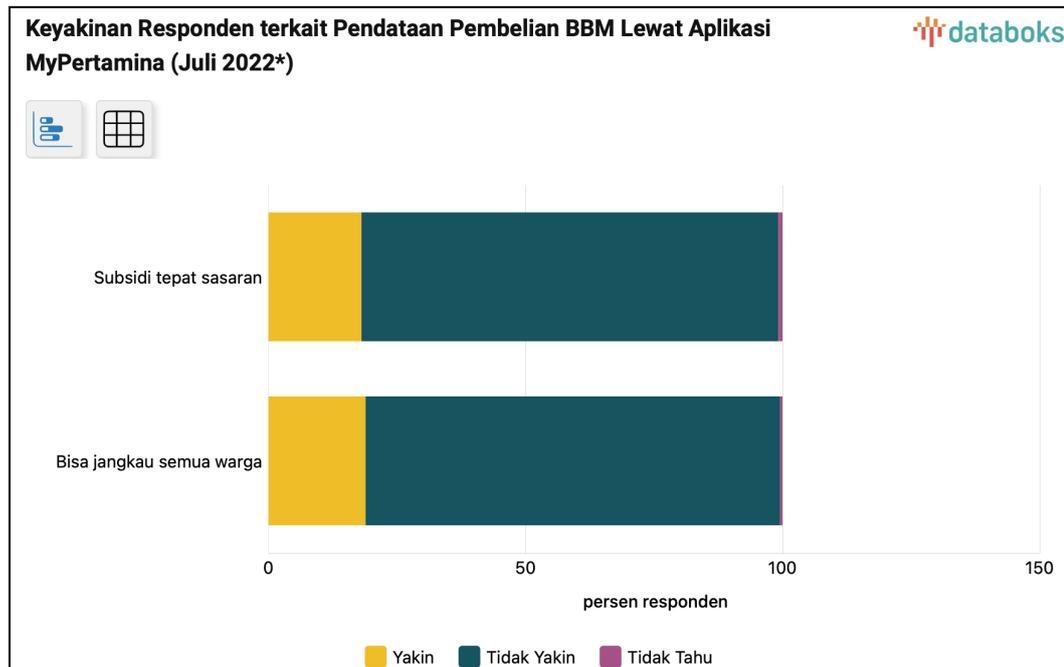
sebanyak 20 liter per hari. Namun, bagi konsumen yang sudah mendaftar dan memiliki QR *code*, mereka dapat membeli Solar subsidi.



Gambar 1.6. Aplikasi MyPertamina. Sumber: (MyPertamina, 2022)

Pemerintah sudah memulai uji coba pembelian BBM bersubsidi jenis Bio Solar dan Pertalite lewat pendaftaran aplikasi MyPertamina sejak 1 Juli 2022. Uji coba digelar di lima provinsi, yakni Sumatra Barat, Kalimantan Selatan, Sulawesi Utara, Jawa Barat, dan DI Yogyakarta. Total ada 11 daerah kabupaten/kota di seluruh provinsi tersebut yang masuk dalam gelombang awal percobaan.

Kendati demikian, pendistribusian BBM subsidi dengan aplikasi MyPertamina ini banyak diragukan masyarakat. Menurut hasil survei Litbang Kompas, mayoritas atau 81,1% responden tidak yakin pendataan pembelian melalui aplikasi MyPertamina dapat menjamin subsidi BBM tepat sasaran. Kemudian 80,6% responden juga tak yakin MyPertamina mampu menjangkau semua lapisan masyarakat Indonesia. Pasalnya, ada banyak juga warga yang tidak memiliki akses internet ataupun ponsel pintar. Survei ini dilakukan pada 1-3 Juli 2022 terhadap 508 responden berusia minimal 17 tahun yang tersebar di 34 provinsi. Sampel responden ditentukan secara acak pada tingkat kepercayaan 95% dengan *margin of error* kurang lebih 4,35%. Seperti yang dijelaskan pada gambar berikut (Cindy Mutia Annur, 2022).

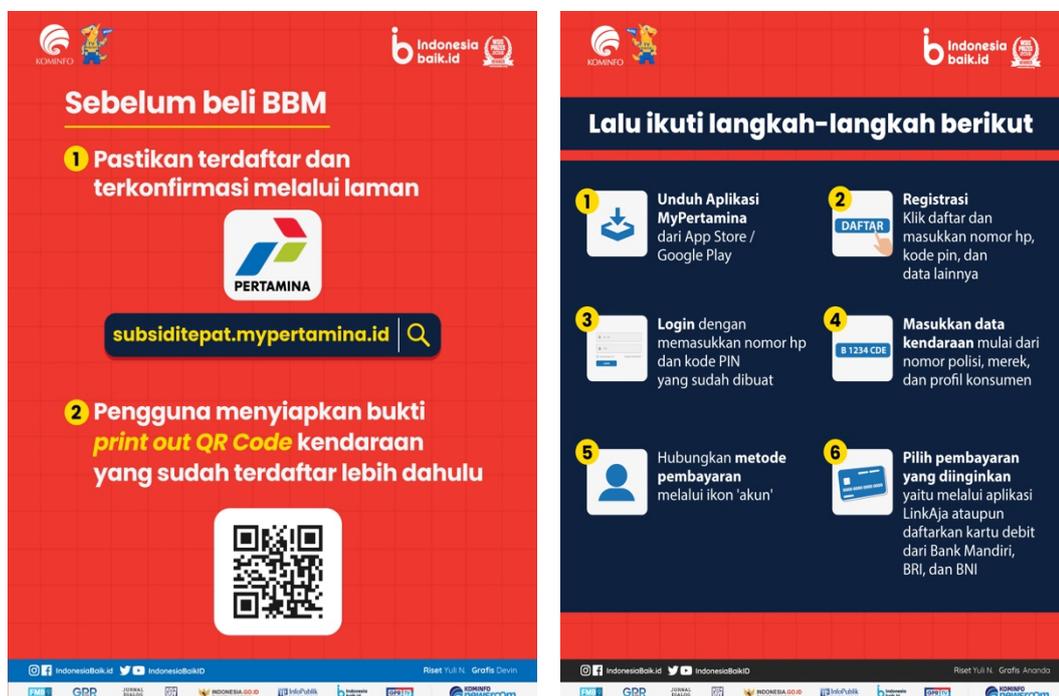


Gambar 1.7. Survey Keyakinan Responden terkait Pendataan Pembelian BBM Lewat Aplikasi MyPertamina. Sumber: (LSI, databoks.co.id, 2022)

Aplikasi MyPertamina yang dibuat PT Pertamina (Persero) tidak sepenuhnya digunakan oleh masyarakat. Masyarakat masih menganggap pendaftaran aplikasi MyPertamina terlalu sulit. Hal ini sejalan dengan pemberitaan media yang menunjukkan bahwa beberapa masyarakat pengguna BBM bersubsidi merasa agak kesulitan untuk membeli Pertalite dan Bio Solar melalui aplikasi MyPertamina. Perangkat lunak MyPertamina diyakini menghabiskan banyak ruang penyimpanan di perangkat mereka, sehingga memerlukan penyederhanaan proses pendaftaran *online* (Pratama, 2022).

Persoalan sinkronisasi data pada ponsel cerdas termasuk data kendaraan. Capra (2001) menjelaskan bahwa regulasi berbasis kecerdasan buatan akan efektif jika didukung oleh soliditas data yang akurat. Oleh karena itu sinkronisasi data adalah salah satu kunci kesuksesan dalam implementasi aplikasi MyPertamina. Perlu kajian empiris dan perlu waktu bagi sinkronisasi antara ponsel dan identitas kendaraan yang terdaftar. Termasuk dalam hal ini perlu aturan yang *adequate* antara pemilik ponsel cerdas dan identitas kendaraan terdaftar, termasuk jika

terjadi peralihan kepemilikan kendaraan. Kebijakan penggunaan MyPertamina ini perlu kebijakan dan aturan yang melibatkan lintas departemen (Rio Christiawan, 2022).



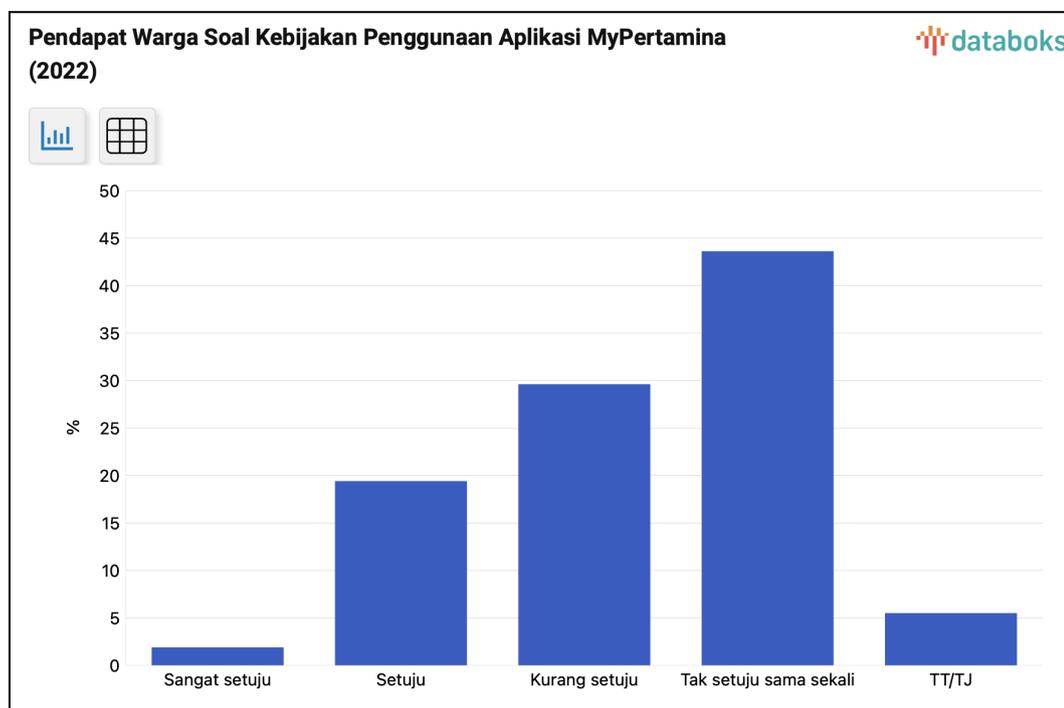
Gambar 1.8. Proses Transaksi Pembelian BBM Subsidi melalui Aplikasi MyPertamina. Sumber: (Indonesia.baik.id, 2023)

PT Pertamina (Persero) menanggapi keluhan masyarakat tentang aplikasi MyPertamina dengan lebih menyederhanakan ruang data yang diperlukan sehingga tidak menyedot ruang penyimpanan. Fakta ini sejalan pemberitaan media yang menyebutkan bahwa sejak pertama kali diuji coba pada 1 Juli 2022, PT Pertamina (Persero) menyebut banyak masyarakat yang sudah melakukan pendaftaran lewat MyPertamina untuk pembelian Peralite dan Bio Solar. PT Pertamina (Persero) mengklaim, sampai hari ini sudah terdapat 50 ribu kendaraan yang sudah melakukan registrasi di MyPertamina (Shahfly, 2022).

Laporan Survei Lembaga Survei Indonesia (LSI) menunjukkan, mayoritas masyarakat menolak kebijakan pemerintah yang menerapkan pembelian bahan bakar minyak (BBM) subsidi Peralite dan Bio Solar dengan aplikasi MyPertamina. Tercatat, hanya 21,3% masyarakat yang setuju dengan kebijakan

tersebut. Rinciannya, 19,4% menyatakan setuju dan 1,9% sangat setuju. Tercatat, sebanyak 73,2% menyatakan tidak setuju dengan penggunaan aplikasi MyPertamina. Rinciannya, sebanyak 43,6% menyatakan tidak setuju sama sekali. Sedangkan, sebanyak 29,6% menyatakan kurang setuju.

Sementara itu, ada 5,5% responden mengatakan tidak tahu atau tidak menjawab. Sebagai informasi, survei ini dilakukan terhadap 1.220 responden pada 13-21 Agustus 2022. Survei ini dilakukan terhadap seluruh warga Indonesia yang mempunyai hak pilih dalam pemilihan umum, yakni mereka yang sudah berumur 17 tahun atau lebih, maupun sudah menikah ketika survei dilakukan. Populasi survei dipilih secara random atau multistage *random sampling* dengan *margin of error* dari ukuran sampel tersebut sebesar kurang lebih 2,9% pada tingkat kepercayaan 95% (Cindy Mutia Annur, 2022).



Gambar 1.9. Survey Pendapat Warga Soal Kebijakan Penggunaan Aplikasi MyPertamina. Sumber: (LSI, databoks.co.id, 2022)

1.4. Objek Penelitian

Perilaku pengguna aplikasi MyPertamina untuk pelanggan SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) di Banten Selatan pada 2 Kabupaten yaitu

Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang dirasa masih kurang maksimal, sehingga diperlukan berbagai upaya agar pelanggan mau mendaftar dan menggunakan aplikasi MyPertamina. Langkah yang tepat adalah keharusan membeli Peralite dan Bio Solar untuk mengakses aplikasi MyPertamina. Minat konsumen SPBU dalam memanfaatkan MyPertamina dipengaruhi oleh banyak faktor. Berikut realisasi penerimaan BBM Subsidi menggunakan MyPertamina di Provinsi Banten sebagai perbandingan dengan Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang yang termasuk Banten Selatan.

Tabel 1.1. Realisasi vs Kuota BBM JBT Bio Solar.

PROVINSI	KABUPATEN/ KOTA	Kuota Volume JBT SK 19 (KL)	Realisasi Volume JBT Jan-April 2024 (KL)	Kuota vs Realisasi (%)
Banten	Kab. Tangerang	199.213,000	65.225,405	32,74%
Banten	Kab. Serang	61.268,000	20.661,201	33,72%
Banten	Kab. Lebak	32.100,000	10.380,842	32,34%
Banten	Kab. Pandeglang	38.794,000	11.659,703	30,06%
Banten	Kota Tangerang	204.848,000	69.496,871	33,93%
Banten	Kota Serang	63.121,000	20.532,415	32,53%
Banten	Kota Cilegon	255.194,000	63.795,810	25,00%
Banten	Kota Tangerang Selatan	71.566,000	23.456,489	32,78%
Total Provinsi Banten		926.104,000	285.208,736	30,80%

Sumber: (BPH Migas, 2024)

Tabel 1.2. Realisasi vs Kuota BBM JBKP Peralite.

PROVINSI	KABUPATEN/ KOTA	Kuota Volume JBKP SK 23 (KL)	Realisasi Volume JBKP Jan-April 2024 (KL)	Kuota vs Realisasi (%)
Banten	Kab. Tangerang	423.767,000	145.320,000	34,29%
Banten	Kab. Serang	94.335,000	32.968,000	34,95%
Banten	Kab. Lebak	86.599,000	29.912,000	34,54%
Banten	Kab. Pandeglang	74.914,000	25.440,000	33,96%
Banten	Kota Tangerang	329.755,000	108.968,000	33,05%
Banten	Kota Serang	107.767,000	37.168,000	34,49%
Banten	Kota Cilegon	58.354,000	19.936,000	34,16%
Banten	Kota Tangerang Selatan	290.365,000	98.336,000	33,87%
Total Provinsi Banten		1.465.856,000	498.048,000	33,98%

Sumber: (BPH Migas, 2024)

Dalam penelitian ini objek yang dipilih oleh peneliti ada 3 lokasi SPBU. Penelitian ini dilaksanakan pada SPBU Tipe DODO. Berikut lokasi penelitian yang dipilih, karena banyak keluhan dari para pelanggan yang menggunakan aplikasi MyPertamina di 3 SPBU berikut.



Penjualan BBM Subsidi Tahun 2023

Penjualan Peralite: 2.120.157 Liter
 Penjualan Bio Solar: 2.477.996 Liter
 Pelanggan Roda 2: 44%
 Pelanggan Roda 4: 25%
 Pelanggan Roda 8: 31%

Gambar 1.10. Lokasi Penelitian 1 SPBU 34.42321 Kabupaten Lebak Provinsi Banten. Sumber: Dokumentasi Peneliti



Penjualan BBM Subsidi Tahun 2023

Penjualan Peralite: 2.296.000 Liter
 Penjualan Bio Solar: tidak ada
 Pelanggan Roda 2: 73%
 Pelanggan Roda 4: 37%
 Pelanggan Roda 8: tidak ada

Gambar 1.11. Lokasi Penelitian 2 SPBU 34.42214 Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Sumber: Dokumentasi Peneliti



Penjualan BBM Subsidi Tahun 2023

Penjualan Peralite: 2.277.635 Liter
 Penjualan Bio Solar: tidak ada
 Pelanggan Roda 2: 58%
 Pelanggan Roda 4: 42%
 Pelanggan Roda 8: tidak ada

Gambar 1.12. Lokasi Penelitian 3 SPBU 34.42218 Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten. Sumber: Dokumentasi Peneliti

1.5. Perumusan Masalah

Pertumbuhan teknologi informasi yang meningkat setiap harinya membuat banyaknya bermunculan penelitian tentang adopsi teknologi informasi. Salah satu penelitian tentang adopsi teknologi informasi yang paling banyak menjadi referensi yaitu UTAUT, model adopsi teknologi informasi yang awalnya diperkenalkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis pada tahun 2003.

Ada empat komponen utama model UTAUT: kinerja yang diantisipasi, upaya yang diantisipasi, pengaruh sosial yang diharapkan, dan kondisi yang memungkinkan. Harapan kinerja menurut model adalah seberapa jauh seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem akan diterjemahkan ke dalam peningkatan kinerja kerja. Harapan upaya adalah sejauh mana sistem dianggap mudah digunakan. Pengaruh sosial mengacu pada seberapa jauh seseorang menilai bahwa orang yang berpengaruh meyakini bahwa mereka mesti memakai sistem baru. Kondisi fasilitasi mengacu pada ketersediaan infrastruktur untuk mendukung penggunaan suatu sistem. Keempat konstruksi ini dimoderasi oleh *gender*, *umur*, *experience*, dan *voluntariness of use*. Venkatesh dkk. (2003) berpendapat bahwa memeriksa masing-masing konstruksi ini di dunia nyata memungkinkan peneliti dan praktisi untuk menilai niat seseorang untuk menggunakan sistem tertentu (Idris et al., 2017).

Model UTAUT2 dipopulerkan oleh Venkatesh, Thong, and Xu (2012). Versi perbaikan dari model UTAUT asli dikenal sebagai UTAUT2. Berbeda dengan model UTAUT yang mengukur perilaku konsumen dalam lingkungan bisnis atau organisasi, model UTAUT2 berfokus pada pelanggan dalam lingkungan yang lebih pribadi. Menguji UTAUT dalam situasi baru (misalnya, dengan teknologi, populasi pengguna, dan budaya yang berbeda), menggabungkan konstruksi baru guna meluaskan cakupan mekanisme teoretis *endogen* di luar UTAUT, dan memasukkan variabel *eksogen* adalah tiga cara yang dapat dilakukan UTAUT untuk diperluas atau diintegrasikan. Terdapat tiga tambahan variabel baru ke dalam model UTAUT, yakni *Hedonic Motivation*, *Price value*, dan *Habit* serta menambahkan tiga variabel moderator, yakni *Age*, *Gender*, dan *Experience*

UTAUT telah terbukti menjadi model yang fleksibel dan dapat diadaptasi untuk banyak konteks penelitian yang berbeda, meskipun ia juga kurang dimanfaatkan untuk mendukung model yang lebih sederhana seperti TAM (Dwivedi et al., 2011).

Selain kurangnya fasilitas pendukung, pelanggan SPBU pengguna MyPertamina juga mengungkapkan terdapat kendala dalam kemudahan penggunaan aplikasi. Pada konstruk UTAUT menurut Venkatesh (2003), terdapat variabel *effort expectancy* yang adalah sejauh mana pengguna mengalami kurangnya kesulitan saat berinteraksi dengan suatu sistem; kebalikannya, manakala sebuah sistem sulit untuk dioperasikan, maka dibutuhkan usaha yang besar dalam pengaplikasiannya.

Penelitian tentang minat perilaku penggunaan aplikasi yang mengadopsi teknologi UTAUT2 Hal ini telah diselidiki oleh banyak peneliti di masa lalu, dengan hasil yang berbeda-beda yang dilaporkan oleh masing-masing peneliti. Meskipun terdapat variasi dalam temuan penelitian ini, mereka tetap mengizinkan peneliti lain untuk menyelidiki topik serupa.

Riset yang dikerjakan oleh Ameri et al. (2019) ditujukan guna mengevaluasi niat perilaku mahasiswa farmasi untuk penerimaan dan penggunaan jangka panjang aplikasi berbasis seluler untuk mendidik langkah-langkah keselamatan di laboratorium farmasi (*LabSafety*) menggunakan UTAUT2. *Behavioral intention* dipengaruhi secara positif oleh ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan kebiasaan, menurut temuan penelitian ini. Ada korelasi positif yang substansial antara niat berperilaku dan perilaku penggunaan. Pengaruh *habit* terhadap *use behavior* pada laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan. Akibatnya, kegunaan aplikasi pendidikan seperti *LabSafety*, dampak positifnya terhadap peningkatan efisiensi siswa, dan pengaruh sudut pandang pengajar dalam penggunaannya dapat mengakibatkan penggunaan aplikasi ini secara sering dan setiap hari.

Penelitian yang dilakukan oleh Anugrah et al., (2022) berupaya memahami dampak gamifikasi dan model UTAUT2 terhadap niat dan tindakan pengguna m-banking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai (PV) dan kebiasaan

(HB) mempunyai dampak positif kepada niat berperilaku (BI). Selanjutnya, kondisi fasilitas (FC), kebiasaan (HB), dan niat berperilaku (BI) memberi dampak positif kepada perilaku pemakaian (UB). Sedangkan *performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Hedonic Motivation* (HM), *Gamification* (GM), dan *Facilitating Conditions* (FC) tidaklah mempunyai dampak kepada *Behavioral Intention* (BI).

Riset yang dilaksanakan oleh Azizi et al., (2020) berupaya melakukan identifikasi atas variabel-variabel yang mungkin berdampak kepada niat siswa untuk memanfaatkan *blended learning*. Sampel terdiri dari 225 mahasiswa ilmu kedokteran Iran. Data dianalisis memakai perangkat lunak SPSS-18 dan AMOS-23. Temuan riset menunjukkan bahwa PE, EE, SI, FC, HM, *Price Value* (PV) dan *Habit* (HT) berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku siswa menggunakan *blended learning*.

Kajian yang dilaksanakan oleh Moorthy et al., (2018) berupaya menganalisis elemen-elemen yang berdampak pada niat perilaku mahasiswa sarjana yang kuliah di universitas swasta di Malaysia untuk memanfaatkan perpustakaan digital. Kecuali ekspektasi upaya, penelitian ini membuktikan adanya korelasi positif dan substansial secara statistik antara niat perilaku untuk memanfaatkan perpustakaan digital dan ekspektasi kinerja, dampak sosial, keadaan yang memfasilitasi, insentif hedonis, kebiasaan, dan kualitas informasi.

Atas dasar penjabaran latar belakang dan penelitian terdahulu, maka riset ini dikembangkan guna mengidentifikasi pandangan serta perilaku pelanggan SPBU dalam penggunaan aplikasi MyPertamina dengan mengajukan judul: **Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Menggunakan Aplikasi MyPertamina Dengan Pendekatan *Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) Pada Pelanggan SPBU Wilayah Banten Selatan.**

1.6. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan identifikasi masalah dapat dikemukakan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat dampak *performance expectancy* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
2. Apakah terdapat dampak *effort expectancy* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
3. Apakah terdapat dampak *social influence* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
4. Apakah terdapat dampak *facilitating condition* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
5. Apakah terdapat dampak *hedonic motivation* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
6. Apakah terdapat dampak *price value* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
7. Apakah terdapat dampak *habit* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
8. Apakah terdapat dampak *facilitating condition* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
9. Apakah terdapat dampak *habit* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
10. Apakah terdapat dampak *behavioral intention* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina?
11. Apakah terdapat dampak *facilitating conditions* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age*, *gender* dan *experience*?
12. Apakah terdapat dampak *hedonic motivation* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age*, *gender* dan *experience*?
13. Apakah terdapat dampak *price value* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age* dan *gender*?

14. Apakah terdapat dampak pengaruh *habit* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age* dan *gender experience*?
15. Apakah terdapat dampak *habit* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age* dan *gender experience*?
16. Apakah terdapat dampak *behavioral intention* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *experience*?

1.7. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya kegiatan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah untuk:

1. Menganalisis dampak *performance expectancy* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.
2. Menganalisis dampak *effort expectancy* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.
3. Menganalisis dampak *social influence* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.
4. Menganalisis dampak *facilitating condition* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.
5. Menganalisis dampak *hedonic motivation* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.
6. Menganalisis dampak *price value* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.
7. Menganalisis dampak *habit* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.
8. Menganalisis dampak *facilitating condition* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.
9. Menganalisis dampak *habit* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.
10. Menganalisis dampak *behavioral intention* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina.

11. Menganalisis dampak *facilitating conditions* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age*, *gender* dan *experience*.
12. Menganalisis dampak *hedonic motivation* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age*, *gender* dan *experience*.
13. Menganalisis dampak *price value* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age* dan *gender*.
14. Menganalisis dampak *habit* atas *behavioral intention* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age* dan *gender experience*.
15. Menganalisis dampak *habit* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *age* dan *gender experience*.
16. Menganalisis dampak *behavioral intention* atas *use behavior* pelanggan SPBU pengguna aplikasi MyPertamina yang dimoderasi oleh *experience*.

1.8. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini hendaknya bisa memberi utilitas bagi pihak-pihak yang membutuhkan yaitu:

1. Temuan riset ini hendaknya bisa memperkaya dan melengkapi keilmuan di bidang bisnis khususnya yang berkaitan dengan aplikasi MyPertamina dengan menggunakan model UTAUT2.
2. Kajian ini bisa digunakan sebagai bahan informasi dan masukan khususnya bagi manajemen PT Pertamina (Persero) guna meningkatkan performa usahanya yang secara tidak langsung ikut membantu pemerintah dalam meningkatkan sektor perekonomian.
3. Selain itu beberapa temuan yang ditemukan dalam studi ini bisa dipakai sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk tema yang sejenis dengan menambah atau mengurangi beberapa variabel yang berdampak kepada *behavioral intention* dan *use behavior*.