



Mengukur penerimaan aplikasi transportasi online menggunakan model UTAUT 2

Nikmasari Pakaya, Rahmat Ladiku

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

Riwayat Artikel:

Diterima 14 Maret 2024

Revisi 18 April 2024

Disetujui 30 April 2024

Kata Kunci:

Aplikasi Maxim
Penerimaan teknologi
PLS-SEM
Provinsi Gorontalo
Transportasi online
UTAUT 2

ABSTRACT. The online transportation app Maxim has become a new competitor in Indonesia's industry. This study uses the UTAUT 2 model to measure the Maxim app's acceptance in Gorontalo Province. The survey was conducted among 387 respondents, with most users being teenagers and having used the app for over a year. Data were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. Measurement model analysis showed good validity and reliability. The results of the structural model analysis revealed that effort expectancy, hedonic motivation, price value, habit, and behavioral intention significantly affected the acceptance and use of the Maxim application. While performance expectancy, social influence, and facilitating conditions are not significant. On the other hand, the experience variable as a moderator does not prove significant. These findings provide practical implications for Maxim service providers to focus on ease of use, entertainment value, competitive price offerings, and building positive habits to increase user acceptance and loyalty in Gorontalo Province.

ABSTRAK. Aplikasi Maxim telah menjadi fenomena di industri transportasi online di Indonesia. Penelitian ini mengukur penerimaan aplikasi Maxim di Provinsi Gorontalo menggunakan model UTAUT 2. Survei dilakukan terhadap 387 responden, dengan mayoritas pengguna berusia remaja dan telah menggunakan aplikasi lebih dari satu tahun. Data dianalisis dengan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Analisis model pengukuran menunjukkan validitas dan reliabilitas yang baik. Hasil analisis model struktural mengungkapkan bahwa *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, dan *behavioral intention* terbukti berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan aplikasi Maxim. Sementara *performance expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* tidak signifikan. Di sisi lain variabel *experience* sebagai variabel moderator tidak terbukti signifikan. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi penyedia layanan Maxim untuk berfokus pada aspek kemudahan penggunaan, nilai hiburan, penawaran harga kompetitif, dan membangun kebiasaan positif untuk meningkatkan penerimaan dan loyalitas pengguna di Provinsi Gorontalo.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) license.



Penulis Korespondensi:

Rahmat Ladiku
Jurusan Teknik Informatika
Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo
Jl. Prof. Dr. Ing. B. J. Habibie, Bone Bolango, Indonesia.
Email: rladiku24@gmail.com

PENDAHULUAN

Transportasi online telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di banyak negara di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi informasi dan kebutuhan akan mobilitas makin meningkat, aplikasi transportasi online telah mengubah cara orang bepergian

(Fatihah dkk., 2020; Wibowo dkk., 2024). Kemudahan yang diberikan oleh aplikasi penyedia jasa ini sangat membantu seseorang untuk melakukan pekerjaan mereka dari segi efisiensi waktu (Christian dkk., 2021). Dalam beberapa tahun terakhir, aplikasi seperti Maxim telah menjadi sangat populer di kalangan pengguna transportasi di Indonesia (Candra dkk., 2019; Lianto dan Dewi, 2024). Maxim adalah aplikasi yang dikembangkan oleh perusahaan penyedia jasa transportasi online Rusia yang masuk dan berkembang di Indonesia sejak tahun 2018 dengan menawarkan harga yang cenderung lebih murah dibandingkan Gojek atau Grab (Tsalisa dkk., 2022). Maxim hadir sebagai inovasi baru dan sebagai pesaing di dunia transportasi online (Ariandi dan Marsolina, 2023). Aplikasi jasa ini berkembang dengan sangat cepat dikarenakan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah-ubah dengan melakukan pendekatan yang inovatif.

Namun, penerimaan masyarakat sebagai pengguna terhadap aplikasi transportasi online (contoh Maxim) masih menjadi topik yang menarik untuk diteliti. Hal ini tidak terlepas dari adanya permasalahan yang sering dialami, seperti yang dilaporkan oleh Tribun Gorontalo (31 Oktober 2022), di mana pengguna menuntut pihak perusahaan karena melakukan pemberhentian akun tanpa pemberitahuan dan kuota driver yang terlalu banyak (Mayang, 2022). Peristiwa selain itu, terjadi unjuk rasa oleh pengguna aplikasi di kantor Maxim Gorontalo dikarenakan tarif layanan aplikasi yang terlalu murah, pemberhentian akun tanpa pemberitahuan, penutupan perekrutan pengguna baru, serta kurangnya jaminan keselamatan untuk pengguna (Panto, 2023). Sementara dari sisi pelanggan, terdapat keluhan berupa tidak berjalannya fungsi map secara optimal pada aplikasi yang membuat pelanggan kesusahan dalam mendapatkan layanan (Apriliani dkk., 2020; Hakim, 2023).

Adanya permasalahan tersebut menunjukkan meskipun aplikasi transportasi online Maxim menawarkan banyak manfaat, penerimaan terhadap aplikasi ini tidak selalu merata. Beberapa pengguna mungkin skeptis terhadap keamanan dan privasi data pribadi mereka, sementara yang lain mungkin terkendala oleh faktor-faktor sosial dan budaya yang dapat mempengaruhi penerimaan terhadap aplikasi transportasi online. Oleh karena itu memahami penerimaan aplikasi transportasi online melalui kegiatan penelitian menjadi penting karena dapat berdampak pada tingkat penggunaan, loyalitas pengguna, dan keberlanjutan layanan tersebut.

Model UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) merupakan satu model yang sering digunakan untuk mengukur penerimaan dan penggunaan teknologi (Venkatesh dkk., 2003; 2013), termasuk aplikasi transportasi online (Wulandari, 2022). Penelitian yang relevan dengan penggunaan model UTAUT 2 adalah studi yang dilakukan oleh Herina dkk., (2024) yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan menganalisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi Goride yang dapat dikembangkan atau ditambahkan ke dalam aplikasi Gojek sesuai dengan kebutuhan pengguna aplikasi. Penelitian oleh Rianti (2021) yang mengeksplorasi tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi Maxim Ojek Online di Kota Palembang menggunakan model UTAUT 2. Selain itu, penelitian oleh Nugroho (2020) yang menginvestigasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi transportasi daring Gojek dan Grab di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

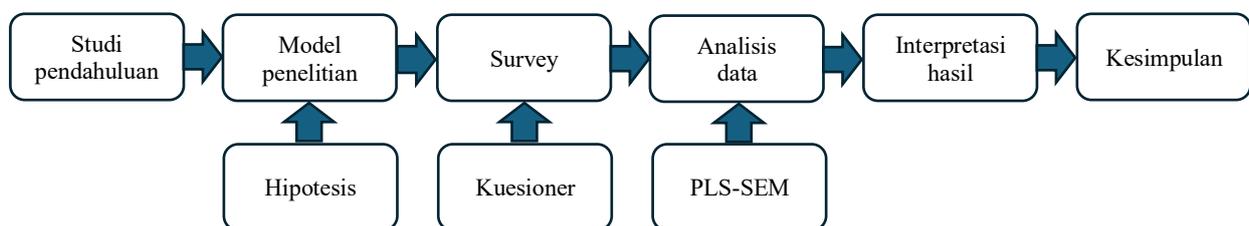
Meskipun sudah banyak penelitian yang dilakukan mengenai transportasi online menggunakan model UTAUT 2, tetapi masih terdapat gap yang perlu diisi, yaitu kurangnya penelitian yang menggunakan model UTAUT 2 dalam konteks transportasi online Maxim di Indonesia, khususnya di Provinsi Gorontalo. Penelitian yang dilakukan ini bertumpu pada model UTAUT 2 disebabkan model UTAUT2 mengintegrasikan variabel dari model-model penerimaan teknologi sebelumnya ke dalam satu konsep utama, yang memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang reaksi dan persepsi individu terhadap teknologi informasi. Selain itu, UTAUT2 merupakan perluasan dari model UTAUT yang asli, dengan menambahkan tiga konstruk baru: *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* (Venkatesh dkk., 2012). Ini memungkinkan penelitian untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur penerimaan aplikasi transportasi online Maxim di Provinsi Gorontalo menggunakan model UTAUT 2. Penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor dalam model UTAUT 2 yang paling berpengaruh terhadap niat perilaku dan perilaku penggunaan aplikasi Maxim oleh masyarakat di Provinsi Gorontalo. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan transportasi online Maxim dalam meningkatkan penerimaan dan penggunaan aplikasi tersebut di wilayah Provinsi Gorontalo.

METODE

Tahapan Penelitian

Penelitian dilakukan melalui langkah-langkah yang diawali dari studi pendahuluan, menyusun model penelitian, mempersiapkan instrumen berupa kuesioner, koleksi data, analisis data, interpretasi hasil dan diskusi, dan merumuskan kesimpulan. Tahapan penelitian yang digunakan ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat Provinsi Gorontalo khususnya di Kota Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997) dengan taraf kesalahan 5% dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui dan terus berubah-ubah. Berdasarkan rumus tersebut didapatkan jumlah sampel sejumlah 387 responden. Responden diberikan kuesioner secara langsung dan melalui *google form*.

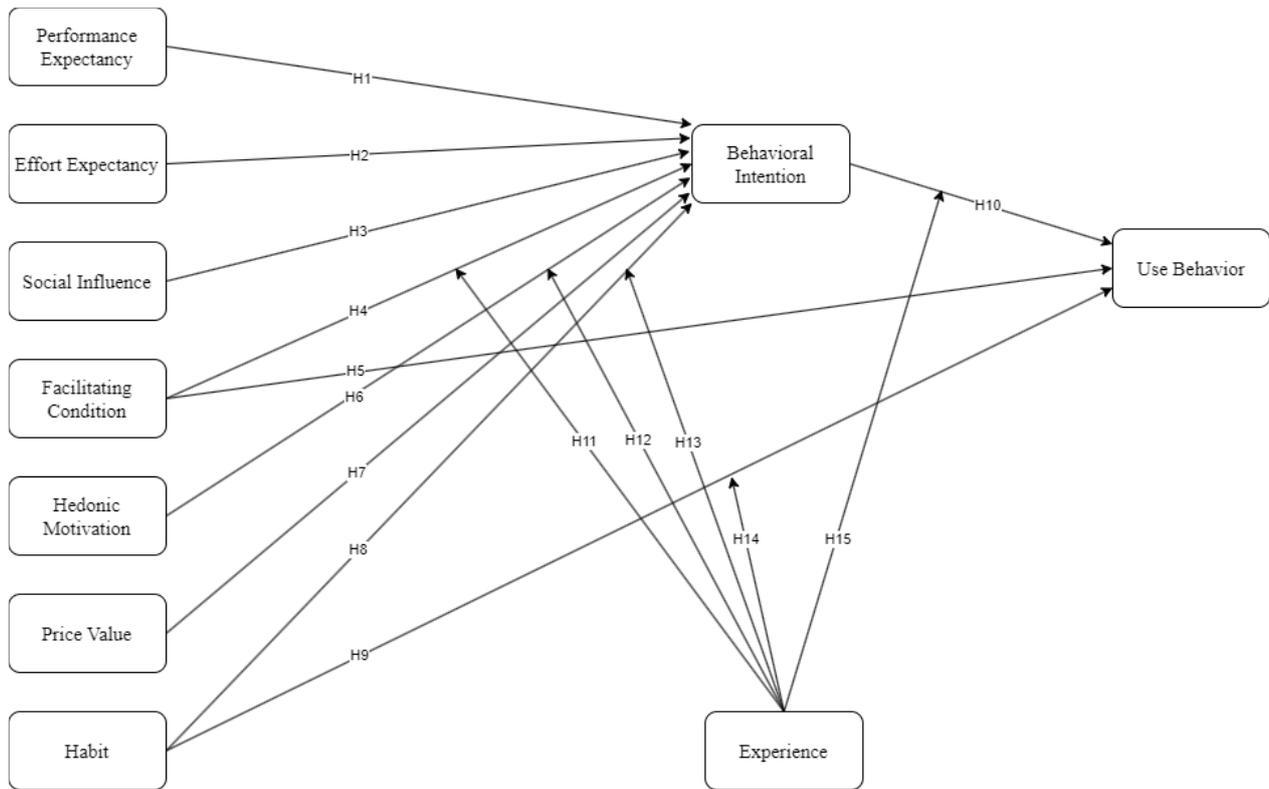
Model Penelitian

Model penelitian mengadopsi model UTAUT 2 yang dikembangkan Venkatesh dkk, (2003). Model penelitian dapat dilihat pada Gambar 2. Model UTAUT 2 terdiri atas 10 variabel, yaitu: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *behavioral intention*, *use behavior* dan *experience* sebagai variabel moderator.

Berdasarkan model tersebut dikembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H₁: *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*
- H₂: *Effort expectancy* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral Intention*
- H₃: *Social influence* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*
- H₄: *Facilitating condition* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Behavioral Intention*
- H₅: *Facilitating condition* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *use behavior*
- H₆: *Hedonic motivation* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*
- H₇: *Price value* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*
- H₈: *Habit* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*
- H₉: *Habit* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *use behavior*
- H₁₀: *Behavioral intention* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *use behavior*
- H₁₁: *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *facilitating condition* terhadap *behavioral intention*

- H₁₂: *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*
- H₁₃: *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *habit* terhadap *behavioral intention*
- H₁₄: *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *habit* terhadap *use behavior*
- H₁₅: *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *Behavioral intention* terhadap *use behavior*



Gambar 2. Model penelitian

HASIL

Survei dilakukan kepada pengguna yang telah ditentukan sebelumnya berdasarkan kriteria yang dibuat. Survei berupa instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner yang didistribusikan secara online dengan alat bantu berupa *Google Forms* dan ada juga yang secara langsung. Sebanyak 387 tanggapan berhasil dikumpulkan dari para responden.

Karakteristik Responden

Tabel 1 menunjukkan Demografi responden. Interpretasi terhadap Tabel 1 adalah sebagian besar responden memiliki pendidikan SMA yang didominasi oleh laki-laki (61%). Dari sisi usia, pengguna Maxim sebagian besar adalah remaja dan dewasa yang berusia antara 15-24 tahun yang umumnya telah menggunakan selama lebih dari 1 tahun.

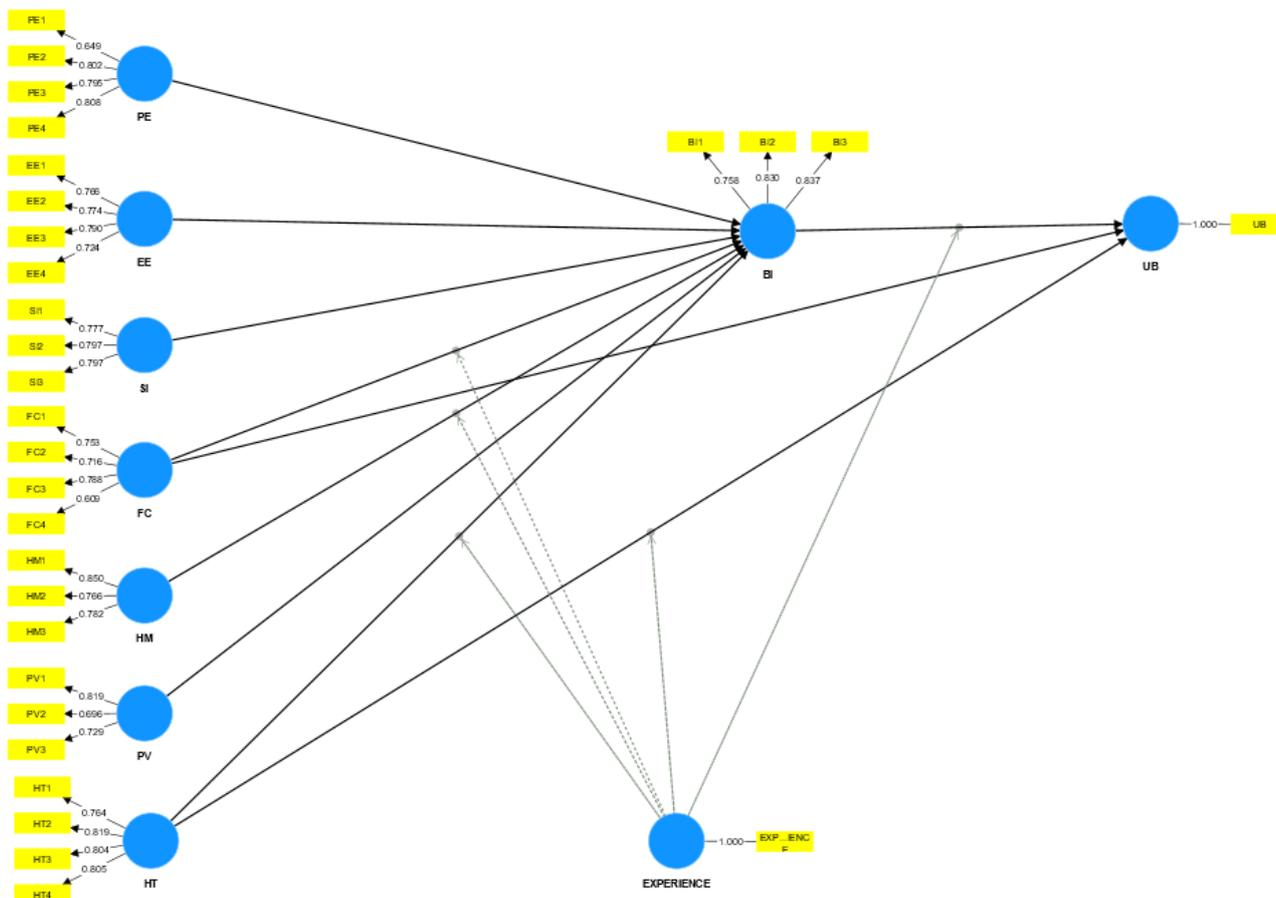
Tabel 1. Demografi responden

Variabel	Kategori	Frekuensi
Jenis kelamin	Laki-laki	61%
	Perempuan	39%
Umur	15-24	41%

Variabel	Kategori	Frekuensi
Tingkat Pendidikan	25-34	40%
	≥ 35	19%
	SD	2%
	SMP	10%
	SMA	62%
Jenis pengguna	Sarjana	23%
	Magister	3%
	pengemudi	40%
Lama penggunaan	Pengguna customer service	58%
	<1 bulan	6%
	1-3 bulan	12%
	≥ 4 bulan	20%
	≥ 1 tahun	39%
	≥ 2 tahun	23%

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Pada tahapan analisis, diukur *outer model*, seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Pengujian yang dilakukan, yaitu: *individual item reliability*, *internal consistency reliability*, *average variance extracted*, dan *discriminant validity*. Untuk menguji reliabilitas, dilakukan uji penilaian pada *Composite Reliability (CR)* dan *Average Variance Extracted (AVE)*.



Gambar 3. Hasil analisis model pengukuran

Hasil analisis menunjukkan semua *construct* yang digunakan sudah memenuhi kriteria dari *convergent validity* yang baik (Dwivedi dkk, 2019), dimana keseluruhan nilai dari CR melebihi nilai ambang batasnya yaitu 0,7 (Hair dkk, 2010; 2019). Selain itu, nilai AVE sudah lebih besar dari 0,5 (Hair dkk, 2010; 2019). Hasil analisis deskriptif tersebut ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil pengujian CR dan AVE

Variabel	CR	AVE
<i>Behavioral Intention</i>	0.850	0.654
<i>Effort expectancy</i>	0.849	0.584
<i>Facilitating Condition</i>	0.810	0.518
<i>Hedonic Motivation</i>	0.842	0.640
<i>Habit</i>	0.875	0.637
<i>Performance Expectancy</i>	0.850	0.587
<i>Price Value</i>	0.793	0.562
<i>Social Influence</i>	0.833	0.624

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* dilakukan dengan beberapa tahapan yakni uji *path coefficient*, uji *coefficient of determinant*, uji *t-test*, uji *effect size*, *predictive relevance* dan *relative impact*. Tabel 2 merangkum hasil keseluruhannya.

Tabel 2. Koefisien Jalur dan Variabel

Hipotesis				Analisis	
No	Jalur	β	t-test	β	Keterangan
H1	PE → BI	0.430	0.789	Tidak Signifikan	Ditolak
H2	EE → BI	0.000	3.635	Signifikan	Diterima
H3	SI → BI	0.688	0.402	Tidak Signifikan	Ditolak
H4	FC → BI	0.170	1.374	Tidak Signifikan	Ditolak
H5	FC → UB	0.185	1.326	Tidak Signifikan	Ditolak
H6	HM → BI	0.007	2.705	Signifikan	Diterima
H7	PV → BI	0.001	3.284	Signifikan	Diterima
H8	HT → BI	0.000	8.231	Signifikan	Diterima
H9	HT → UB	0.001	3.262	Signifikan	Diterima
H10	BI → UB	0.047	1.987	Signifikan	Diterima
H11	EXP → FC → BI	0.351	0.933	Tidak Signifikan	Ditolak
H12	EXP → FC → BI	0.568	0.570	Tidak Signifikan	Ditolak
H13	EXP → FC → BI	0.947	0.067	Tidak Signifikan	Ditolak
H14	EXP → FC → BI	0.118	1.565	Tidak Signifikan	Ditolak
H15	EXP → FC → BI	0.264	1.117	Tidak Signifikan	Ditolak

Keterangan:

PE = *Performance Expectancy*
 EE = *Effort Expectancy*
 SI = *Social Influence*
 PT = *Perceived Trust*
 PR = *Perceived Risk*
 FC = *Facilitating Conditions*

HM = *Hedonic Motivation*
 PV = *Price Value*
 HT = *Habit*
 BI = *Behavioral Intention*
 UB = *Use Behavior*
 EXP = *Experience*

Berdasarkan hasil analisis *inner model* yang disajikan pada Tabel 2, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 (H1) yang menyatakan *performance expectancy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention* **ditolak**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,430 dengan nilai t-test 0,789 yang tidak signifikan.
2. Hipotesis 2 (H2) yang menyatakan *effort expectancy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention* **diterima**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,000 dengan nilai t-test 3,635 yang signifikan.
3. Hipotesis 3 (H3) yang menyatakan *social influence* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention* **ditolak**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,688 dengan nilai t-test 0,402 yang tidak signifikan.
4. Hipotesis 4 (H4) yang menyatakan *facilitating condition* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention* **ditolak**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,170 dengan nilai t-test 1,374 yang tidak signifikan.
5. Hipotesis 5 (H5) yang menyatakan *facilitating condition* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *use behavior* **ditolak**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,185 dengan nilai t-test 1,326 yang tidak signifikan.
6. Hipotesis 6 (H6) yang menyatakan *hedonic motivation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention* **diterima**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,007 dengan nilai t-test 2,705 yang signifikan.
7. Hipotesis 7 (H7) yang menyatakan *price value* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention* **diterima**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,001 dengan nilai t-test 3,284 yang signifikan.
8. Hipotesis 8 (H8) yang menyatakan *habit* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention* **diterima**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,000 dengan nilai t-test 8,231 yang signifikan.
9. Hipotesis 9 (H9) yang menyatakan *habit* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *use behavior* **diterima**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,001 dengan nilai t-test 3,262 yang signifikan.
10. Hipotesis 10 (H10) yang menyatakan *behavioral intention* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *use behavior* **diterima**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,047 dengan nilai t-test 1,987 yang signifikan.
11. Hipotesis 11 (H11) yang menyatakan *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* **ditolak**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,351 dengan nilai t-test 0,933 yang tidak signifikan.
12. Hipotesis 12 (H12) yang menyatakan *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* **ditolak**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,351 dengan nilai t-test 0,570 yang tidak signifikan.
13. Hipotesis 13 (H13) yang menyatakan *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *habit* terhadap *behavioral intention* **ditolak**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,947 dengan nilai t-test 0,067 yang tidak signifikan.
14. Hipotesis 14 (H14) yang menyatakan *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *habit* terhadap *use behavior* **ditolak**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,118 dengan nilai t-test 1,565 yang tidak signifikan.
15. Hipotesis 15 (H14) yang menyatakan *Experience* secara signifikan memoderasi hubungan *Behavioral intention* terhadap *use behavior* **ditolak**. Nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,264 dengan nilai t-test 1,117 yang tidak signifikan.

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa variabel *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, dan *behavioral intention* terbukti berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan aplikasi transportasi online Maxim di Provinsi Gorontalo. Sementara itu, variabel *performance expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* tidak terbukti berpengaruh signifikan dalam konteks penelitian ini.

Khusus variabel Experience, 5 hipotesis yang ditolak terkait peran variabel moderasi *Experience*, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Hipotesis 11 (H11) yang ditolak menunjukkan bahwa *experience* tidak secara signifikan memoderasi hubungan antara *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan aplikasi Maxim. Artinya, tidak ada perbedaan yang signifikan pada pengaruh *facilitating condition* terhadap niat berperilaku (*behavioral intention*) antara pengguna berpengalaman dan tidak berpengalaman.
- Hipotesis 12 (H12) yang ditolak mengindikasikan bahwa *experience* bukan merupakan variabel moderasi yang signifikan pada hubungan antara *hedonic motivation* dengan *behavioral intention*. Dengan kata lain, tingkat pengalaman pengguna tidak memoderasi secara berarti pengaruh motivasi hedonis terhadap niat untuk menggunakan aplikasi Maxim.
- Hipotesis 13 (H13) yang ditolak menunjukkan bahwa *experience* tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara *habit* dengan *behavioral intention* dalam konteks penggunaan aplikasi Maxim. Jadi, tidak ada perbedaan yang signifikan pada pengaruh kebiasaan terhadap niat berperilaku antara pengguna berpengalaman dan tidak berpengalaman.
- Hipotesis 14 (H14) yang ditolak mengungkapkan bahwa *experience* bukan merupakan variabel moderator yang signifikan pada hubungan antara *habit* dengan *use behavior* aplikasi Maxim. Artinya, tingkat pengalaman pengguna tidak memoderasi secara signifikan pengaruh kebiasaan terhadap perilaku penggunaan aktual aplikasi tersebut.
- Hipotesis 15 (H15) yang ditolak menunjukkan bahwa *experience* tidak secara signifikan memoderasi hubungan antara *behavioral intention* dengan *use behavior* dalam penggunaan aplikasi Maxim. Jadi, tidak ada perbedaan yang berarti pada pengaruh niat berperilaku terhadap perilaku penggunaan aktual antara pengguna berpengalaman dan tidak berpengalaman.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur penerimaan aplikasi transportasi online Maxim di Provinsi Gorontalo menggunakan model UTAUT 2. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari 15 hipotesis yang diajukan, 6 hipotesis diterima dan 9 hipotesis ditolak.

Hipotesis yang diterima adalah:

1. H2: *Effort expectancy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*
2. H6: *Hedonic motivation* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*
3. H7: *Price value* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*
4. H8: *Habit* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention*
5. H9: *Habit* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *use behavior*
6. H10: *Behavioral intention* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *use behavior*

Sementara hipotesis yang ditolak adalah:

1. H1: *Performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*
2. H3: *Social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*
3. H4: *Facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*
4. H5: *Facilitating condition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*
5. H11: *Experience* memoderasi hubungan *facilitating condition* terhadap *behavioral intention*
6. H12: *Experience* memoderasi hubungan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*
7. H13: *Experience* memoderasi hubungan *habit* terhadap *behavioral intention*
8. H14: *Experience* memoderasi hubungan *habit* terhadap *use behavior*
9. H15: *Experience* memoderasi hubungan *behavioral intention* terhadap *use behavior*

Temuan ini menunjukkan bahwa penerimaan aplikasi Maxim di Provinsi Gorontalo terutama dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan aplikasi (*effort expectancy*), motivasi hedonis

(*hedonic motivation*), nilai harga yang ditawarkan (*price value*), dan kebiasaan menggunakan aplikasi (*habit*). Sementara itu, faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) tidak terbukti secara signifikan mempengaruhi penerimaan aplikasi Maxim di wilayah ini. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* merupakan faktor penting dalam penerimaan teknologi di bidang transportasi online (Rianti, 2021; Nugroho, 2020). Namun, temuan ini juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi transportasi online di wilayah yang berbeda, dalam hal ini Provinsi Gorontalo. Salah satu faktor yang mungkin menyebabkan *performance expectancy* tidak signifikan adalah adanya keluhan pengguna terkait fungsi map pada aplikasi Maxim yang tidak berjalan dengan optimal (Apriliani dkk, 2020; Hakim, 2023). Hal ini dapat mengurangi ekspektasi kinerja pengguna terhadap aplikasi tersebut. Sementara itu, penolakan terhadap hipotesis *social influence* dan *facilitating condition* mungkin disebabkan oleh karakteristik pengguna yang sebagian besar adalah remaja dan sudah terbiasa menggunakan aplikasi tersebut dalam jangka waktu yang lama, sehingga faktor-faktor tersebut tidak lagi menjadi pertimbangan utama.

Terkait dengan penolakan kelima hipotesis yang terkait dengan variabel *Experience*, ini mengindikasikan bahwa tingkat pengalaman pengguna tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara variabel-variabel penentu dalam model UTAUT 2 terhadap niat berperilaku (*behavioral intention*) dan perilaku penggunaan (*use behavior*) aplikasi Maxim di Provinsi Gorontalo. Temuan ini mengimplikasikan bahwa faktor *experience* mungkin tidak terlalu relevan dalam konteks penelitian ini atau perlu dieksplorasi lebih lanjut dengan mempertimbangkan karakteristik sampel yang lebih beragam. Meskipun demikian, temuan ini perlu dikaji lebih lanjut untuk memahami secara lebih mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan aplikasi Maxim di Provinsi Gorontalo. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin relevan, seperti kepercayaan (*trust*) dan risiko yang dirasakan (*perceived risk*), serta mempertimbangkan perbedaan karakteristik pengguna, seperti jenis kelamin, usia, dan latar belakang sosial-budaya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan transportasi online Maxim dalam meningkatkan penerimaan dan penggunaan aplikasi tersebut di wilayah Provinsi Gorontalo. Diketuainya faktor-faktor yang paling berpengaruh, maka penyedia layanan dapat mengembangkan strategi yang tepat sasaran untuk meningkatkan penerimaan dan loyalitas pengguna, serta menjamin keberlanjutan layanan tersebut di wilayah Provinsi Gorontalo.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa baik aplikasi transportasi online Maxim diterima oleh masyarakat di Provinsi Gorontalo. Untuk itu, digunakan model UTAUT 2 sebagai kerangka teori. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor-faktor yang secara signifikan mendorong masyarakat di Gorontalo untuk menerima dan menggunakan aplikasi Maxim adalah *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, dan *behavioral intention*. Sementara itu, faktor-faktor seperti *performance expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* tidak terbukti berpengaruh secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa model UTAUT 2 perlu disesuaikan dengan konteks penggunaan teknologi yang spesifik, terutama terkait konstruk-konstruk yang relevan. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan Maxim dalam menyusun strategi yang tepat untuk meningkatkan penerimaan dan loyalitas pengguna di Provinsi Gorontalo dengan fokus pada aspek kemudahan penggunaan, nilai hiburan, penawaran harga kompetitif, dan membangun kebiasaan positif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang relevan seperti kepercayaan dan risiko yang dirasakan, serta mempertimbangkan perbedaan karakteristik pengguna seperti jenis kelamin, usia, dan latar belakang sosial-budaya.

REFERENSI

- Apriliani, A., Budhiluhoer, M., Jamaludin, A., dan Prihandani, K. (2020). Systematic literature review kepuasan pelanggan terhadap jasa transportasi online. *Systematics*, 2(1), 12-20.
- Ariandi, M., & Marsolina, D. (2023). Analisis kepuasan driver terhadap aplikasi Maxim menggunakan metode End User Computing Satisfaction (EUCS). *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 10(2), 412–426. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v10i2.5819>
- Candra, S., Valtin, E. I., & Agustine, R. T. (2019). E-service quality of online transportation in Indonesia: A preliminary finding. 2019 7th *International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/CITSM47753.2019.8965343>
- Christian, M., Jasfar, F., & Hady, H. (2021). Investigating the determinants of app-based land transportation user loyalty in Jakarta using PLS-SEM framework. *Advanced Journal of Social Science*, 8(1), 25–36. <https://doi.org/10.21467/ajss.8.1.25-36>
- Dwivedi, Y.K., Rana, N.P., Jeyaraj, A., Clement, M, dan Williams, M.D. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Information System Frontiers*, 21(3), 719–734.
- Fatihah, A. N., tiowati, S., & Wardhanie, A. P. (2020). Analisis penerimaan aplikasi transportasi online GoRide dan GraBike menggunakan metode UTAUT di Kota Surabaya. *Jurnal Sistem Informasi dan Komputer Akuntansi*, 9(1), 104–112.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*, 6th ed., New Jersey, USA: Prentice Hall
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., dan Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hakim, G. M. (2023). Analisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi indrive menggunakan model UTAUT2. *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, 6(1), 353–362.
- Herina, N., Alawiah, M., Wahidin, M., & B.K, F. A. S. (2024). Analisis penerimaan pengguna aplikasi transportasi online Goride menggunakan metode UTAUT2. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 18(4), 9–16. <https://doi.org/10.35969/interkom.v18i4.319>
- Lemeshow, S. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lianto, F., & Dewi, C. (2024). Pengaruh performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value dan habit terhadap customer acceptance (studi pada pengguna layanan Maxim di kota Bandung). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 11, 330–342. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.53523>
- Mayang, S. A. (2022, October 31). *Driver Maxim Gorontalo demo soal suspend sepihak dan kuota ojol*. Tribun Gorontalo. <https://gorontalo.tribunnews.com/2022/11/01/driver-maxim-gorontalo-demo-soal-suspend-sepihak-dan-kuota-ojol>
- Nugroho, T. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi transportasi daring menggunakan UTAUT2 dan faktor budaya Hofstede. Tesis. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Panto, A. R. A. (2023, February 23). *Ini 10 tuntutan aksi unjuk rasa pengemudi Maxim Gorontalo, dari tarif hingga potongan komisi*. Tribun Gorontalo. <https://gorontalo.tribunnews.com/2023/02/23/ini-10-tuntutan-aksi-unjuk-rasa-pengemudi-maxim-gorontalo-dari-tarif-hingga-potongan-komisi>
- Rianti, T. (2021). Penerapan model UTAUT 2 (unified theory of acceptance and use of technology 2) untuk mengetahui tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi Maxim ojek online. Studi kasus pada Maxim Kota Palembang. Skripsi. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Walton, S. M., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.

- Wibowo, Y., Aprinawati, A., & Indriaty, I. (2024). Preferensi konsumen dalam penggunaan transportasi online Maxim-Bike: Analisis faktor harga dan kualitas pelayanan (studi kasus mahasiswa STIE Dharma Putra Pekanbaru). *Niagawan*, 13, 55. <https://doi.org/10.24114/niaga.v13i1.56561>
- Wulandari, M. (2022). Analysis of acceptance and use of online transportation on grab and go-jek application for the public using the UTAUT2 model (case study: Bandung). *Journal of Social Science*, 3, 609–620. <https://doi.org/10.46799/jss.v3i3.195>