

ANALISIS PENERAPAN MODEL UTAUT2 (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) TERHADAP PERILAKU PENGGUNA MOBILE BANKING: STUDI KASUS MAHASISWA PENGGUNA MOBILE BANKING DI PEKANBARU

Dian Milenia Putri

Universitas Islam Riau

dianmileniaputri@student.uir.ac.id

Eva Sundari

Universitas Islam Riau

evasundarirawi@eco.uir.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penggunaan Model UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) dalam hubungannya dengan perilaku pengguna Mobile Banking. Dalam penelitian ini, peneliti menguji sejauh mana pengaruh konstruk UTAUT2, yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value, dan habit behavior terhadap perilaku penggunaan dengan konstruk niat perilaku sebagai perantara. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh pengguna Mobile Banking di Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Performance Expectancy, Social Influence, dan Habit Behavior tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku. Sementara itu, Effort Expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku, dan Facilitating Condition, Hedonic Motivation, dan Price Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Perilaku. Facilitating Condition dan Niat Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan, sementara Habit Behavior tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan.

Kata Kunci: UTAUT2, Use Behavioral, Behavioral Intention.

Abstract

This research aims to evaluate the use of the UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Model in relation to Mobile Banking user behavior. In this study, researchers tested the extent of the influence of the UTAUT2 construct, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habit behavior on usage behavior with the behavioral intention construct as an intermediary. The analysis method used is path analysis. Data was collected through a questionnaire filled out by Mobile Banking users in Pekanbaru. The research results show that Performance Expectancy, Social Influence, and Habit Behavior do not have a positive and significant influence on Behavioral Intentions. Meanwhile, Effort Expectancy has a positive and significant effect on Behavioral Intentions, and Facilitating Condition, Hedonic Motivation, and Price Value have a positive and significant effect on Behavioral Intentions. Facilitating Conditions and Behavioral Intentions have a positive and significant influence on Usage Behavior, while Habit Behavior does not have a positive and significant influence on Usage Behavior.

Keywords: UTAUT2, Use Behavioral, Behavioral Intention



© Author(s) 2024

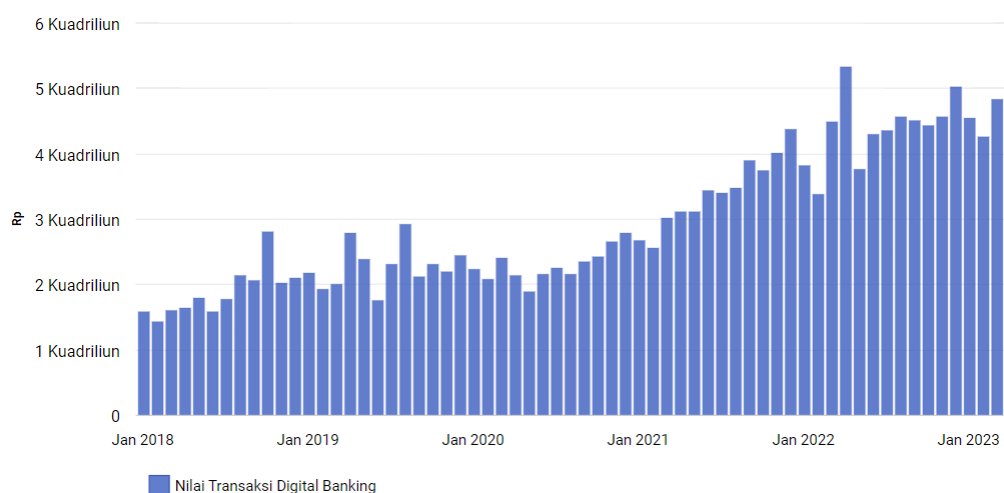
This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan sistem informasi, baik perangkat lunak maupun perangkat keras, terlihat dari semakin mudahnya digunakan. Contoh dari kemajuan ini adalah internet, yang memungkinkan beragam aktivitas elektronik sepanjang waktu, termasuk layanan perbankan elektronik, pemerintahan elektronik, dan perpustakaan elektronik. Di bidang perbankan, teknologi memainkan peran yang sangat diperlukan karena mendukung evolusi sistem perbankan. Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet telah menghasilkan aplikasi bisnis elektronik. Secara esensial, perkembangan teknologi ini yang diintegrasikan oleh sektor perbankan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan interaksi yang nyaman antara nasabah dan bank. Di Indonesia, pemanfaatan layanan perbankan online sangat terkait dengan Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998. Salah satu aspek dari e-banking, yang sering disebut sebagai mobile banking, menggunakan perangkat komunikasi seluler seperti ponsel, untuk memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi perbankan melalui SMS.

Industri perbankan, sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat dan kemajuan teknologi saat ini, telah memperkenalkan berbagai saluran perbankan elektronik. Salah satu kemudahan yang ditawarkan perbankan di era digital ini adalah diperkenalkannya aplikasi mobile banking yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memberikan beragam layanan keuangan kepada nasabah.

Gambar 1
Nilai Transaksi Digital Banking di Indonesia per Bulan
(Januari 2018-April 2023)



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Pada bulan April 2023, transaksi perbankan digital di Indonesia mencapai nilai sekitar Rp 4.264,8 triliun atau hampir Rp 4,3 kuadriliun, seperti yang diinformasikan oleh Bank Indonesia dan dikutip oleh katadata. Angka tersebut mencakup berbagai jenis transaksi perbankan digital, seperti internet banking, SMS/mobile banking, dan phone banking yang telah dikelompokkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Bila kita melihat lima tahun terakhir, terlihat jelas bahwa transaksi perbankan digital di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 158% pada bulan April 2023 jika dibandingkan dengan data pada bulan April 2018. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun terdapat fluktuasi bulanan yang terjadi secara berkala, tren jangka panjang di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Ini mencerminkan meningkatnya minat masyarakat terhadap layanan perbankan digital, seperti yang dapat dilihat dalam ilustrasi grafik.

Keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk tergantung pada minat seseorang. Mobile banking adalah layanan yang memanfaatkan perangkat komunikasi seluler seperti telepon seluler. Ini menyederhanakan berbagai tugas perbankan bagi nasabah, termasuk memeriksa saldo, mentransfer dana antar rekening, dan melunasi tagihan.

TINJAUAN LITERATUR

UTAUT

Pada tahun 2003, Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis memperkenalkan *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT), yang menyatakan bahwa perspektif psikologis dan sosial saja tidak cukup untuk memahami niat dan perilaku individu dalam memanfaatkan teknologi informasi.¹ Teori Model Penerimaan Teknologi (TAM) mencakup empat komponen utama: (1) ekspektasi kinerja, (2) ekspektasi upaya, (3) pengaruh sosial, dan (4) kondisi yang memfasilitasi. Tujuan utamanya adalah untuk menjelaskan kecenderungan pengguna terhadap lebih jauh lagi, teori ini memasukkan gender, usia, pengalaman, dan kesukarelaan penggunaan sebagai faktor pemoderasi, yang diusulkan untuk mempengaruhi dampak empat konstruksi inti terhadap niat dan perilaku penggunaan. Venkatesh dkk. mencatat bahwa TAM telah mendorong peningkatan lonjakan penelitian yang mengeksplorasi adopsi teknologi, memperluas cakupan UTAUT ke domain konsumen.²

Model UTAUT, sebuah kerangka teoritis yang sangat berpengaruh, digunakan secara luas untuk menyelidiki penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Mengingat pesatnya kemajuan teknologi, model UTAUT telah berkembang, mengarah pada pengembangan model

¹ Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, Vol. 27 Iss. 3 pp. 425-478

² Viswanath Venkatesh, 2012, *Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*, *MIS Quarterly* Vol. 36 No. 1 pp. 157-178/March 2012

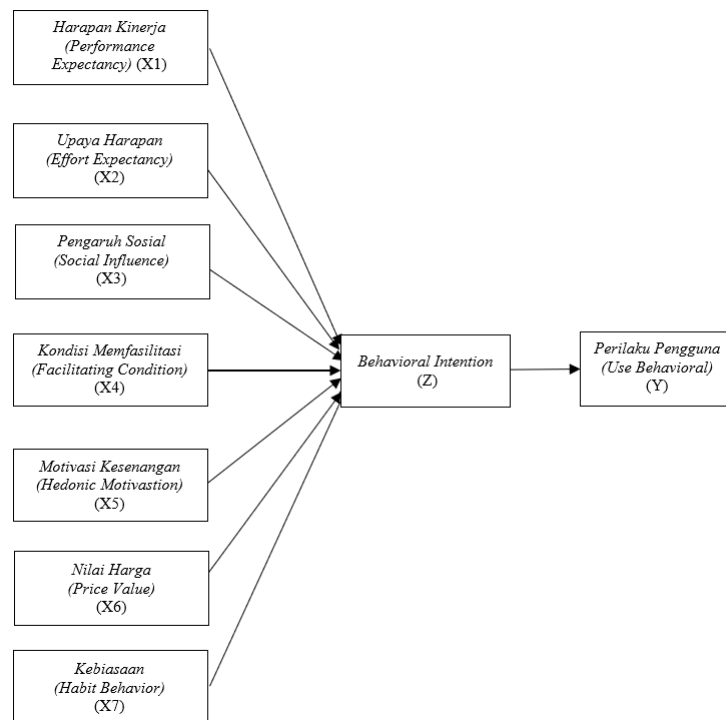
UTAUT 2. Model revisi ini, yang diperkenalkan oleh Pertiwi dan Ariyanto pada tahun 2017, menggabungkan tiga konstruksi tambahan: nilai harga, kebiasaan, dan motivasi hedonis, sehingga memperluas kerangka UTAUT yang asli.

Tujuan utama model UTAUT 2 adalah untuk memperkenalkan tiga elemen penting untuk memahami adopsi dan penerimaan teknologi di kalangan konsumen dan masyarakat umum. Hal ini bertujuan untuk memodifikasi hubungan yang ada dalam model UTAUT sambil mengidentifikasi koneksi baru. Dalam upaya mencari teori yang komprehensif, para peneliti mengajukan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)*. Model ini menggabungkan konstruksi seperti motivasi hedonis (HM), nilai harga (PV), dan kebiasaan (HT) untuk mengeksplorasi niat dan perilaku pengguna. Khususnya, UTAUT2 menunjukkan kekuatan penjelasan yang lebih besar dibandingkan dengan UTAUT asli.

Meskipun model UTAUT telah diterapkan dan divalidasi di berbagai disiplin ilmu, UTAUT2 relatif kurang terwakili dalam publikasi penelitian terbaru. Oleh karena itu, terdapat seruan bagi para peneliti lintas disiplin untuk mempertimbangkan penerapan UTAUT2 di bidang studi spesifik mereka, sehingga dapat memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan UTAUT2 di berbagai bidang penelitian.

Kerangka Penelitian

Gambar 2
Kerangka Penelitian



Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah

H1: Terdapat dugaan bahwa performance expectancy memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.

H2: Terdapat dugaan bahwa Effort Expectancy memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.

H3: Terdapat asumsi bahwa Social Influence memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.

H4: Terdapat dugaan bahwa Facilitating Condition memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.

H5: Terdapat hipotesis bahwa Hedonic Motivation memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.

H6: Terdapat dugaan bahwa Price Value memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.

H7: Terdapat asumsi bahwa Habit Behavior memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.

H8: Terdapat dugaan bahwa Facilitating Condition memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Use Behavioral.

H9: Terdapat dugaan bahwa Habit Behavior memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Use Behavioral.

H10: Terdapat hipotesis bahwa Behavioral Intention memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Use Behavioral.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan orientasi deskriptif. Metode kuantitatif, yang sejalan dengan filosofi positivis, digunakan untuk menyelidiki populasi dan sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel acak biasanya digunakan untuk pemilihan sampel, instrumen penelitian digunakan untuk pengumpulan data, dan analisis data terutama mengikuti pendekatan kuantitatif dan statistik untuk menilai hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.³

³ Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (2019 ed.). Alfabeta. hlm 05

Tabel 1
Variabel dan dimensi

| Variabel | Dimensi | Skala |
|-------------------------------|---|--------|
| <i>Performance Expectancy</i> | Persepsi tentang kemudahan manajemen | Likert |
| | Efisiensi dalam pelaksanaan | |
| | Manfaat kinerja | |
| | Motivasi | |
| <i>Effort Expectancy</i> | Kemudahan interaksi | Likert |
| | Tingkat kesulitan | |
| | Pandangan tentang kemudahan | |
| | Kemudahan dalam pembelajaran | |
| <i>Social Influence</i> | Aspek keluarga | Likert |
| | Pengaruh dari lingkungan sosial | |
| | Pengaruh teman | |
| | Faktor sosial | |
| <i>Facilitating Condition</i> | Individu yang memiliki pengaruh | Likert |
| | Fasilitas yang mendukung | |
| | Pengetahuan | |
| | Relevansi | |
| <i>Hedonic Motivation</i> | Penerimaan yang luas | Likert |
| | Kepuasan | |
| | Kesenangan | |
| <i>Price Value</i> | Hiburan | Likert |
| | Biaya yang terjangkau | |
| | Keuntungan finansial terbaik | |
| <i>Habit Behavior</i> | Nilai yang menguntungkan bagi pengguna | Likert |
| | Kebiasaan | |
| | Ketergantungan | |
| <i>Behavioral Intention</i> | Keharusan | Likert |
| | Niat untuk penggunaan ulang | |
| | Niat untuk penggunaan rutin | |
| <i>Use Behavioral</i> | Perencanaan untuk penggunaan yang sering | Likert |
| | Menginginkan penggunaan yang lebih intensif | |
| | Mempersiapkan diri untuk menggunakan dengan keyakinan yang tinggi | |

Sumber: Hasil Olahan, 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan memanfaatkan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan varian dari model persamaan struktural (SEM) berbasis komponen. SEM, salah satu cabang analisis statistik, memungkinkan penilaian secara bersamaan terhadap serangkaian hubungan rumit yang sulit

diukur.⁴ Menurut Ghozali, SEM berbasis PLS menghadirkan alternatif pergeseran dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi pendekatan berbasis varians.⁵ Meskipun SEM berbasis kovarian biasanya menilai kausalitas atau teori, PLS lebih condong ke arah pemodelan prediktif. Pada penelitian ini akan memanfaatkan analisis jalur melalui *Structural Equation Model* (SEM) dengan Partial Least Squares (PLS) menggunakan software Smart PLS 3.3.

A. Pengujian Outer Model (Model Pengukuran)

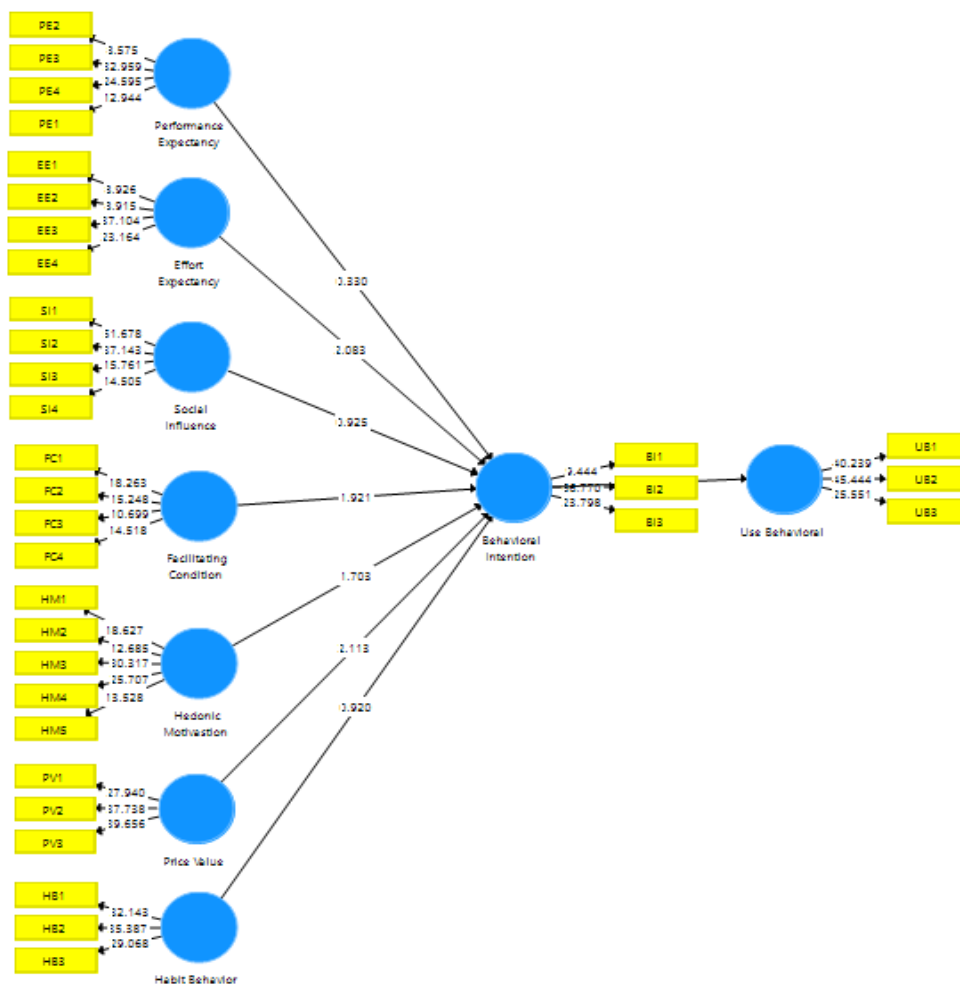
Penelitian ini meliputi analisis dengan bantuan Software Smart PLS 3.0 dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Penilaian terhadap indikator-indikator yang membentuk reliabilitas dan validitas konstruk laten dilakukan dengan memeriksa hasil pengukuran model (outer model).⁶ Berikut dilampirkan diagram *path algorithm* atas penelitian ini.

⁴ Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2019). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>

⁵ Ghozali. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiri*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

⁶ Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2019). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>

Gambar 3
Diagram Path Algorithm



Sumber: Hasil Olahan Data Smart PLS 3.0, 2023

Outer model dengan indikator reflektif dievaluasi melalui analisis faktor konfirmatori dengan menguji validitas konvergen dan validitas diskriminan.⁷

⁷ Ghozali. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiri*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

1. Hasil Uji Validitas Konvergen

Tabel 2
Nilai Loading Factor Konstruk

| | Behavioral Intention | Effort Expectancy | Facilitating Condition | Habit Behavior | Hedonic Motivation | Performance Expectancy | Price Value | Social Influence | Use Behavioral |
|-----|----------------------|-------------------|------------------------|----------------|--------------------|------------------------|-------------|------------------|----------------|
| BI1 | 0,709 | | | | | | | | |
| BI2 | 0,918 | | | | | | | | |
| BI3 | 0,891 | | | | | | | | |
| EE1 | | 0,784 | | | | | | | |
| EE2 | | 0,777 | | | | | | | |
| EE3 | | 0,888 | | | | | | | |
| EE4 | | 0,863 | | | | | | | |
| FC1 | | | 0,823 | | | | | | |
| FC2 | | | 0,813 | | | | | | |
| FC3 | | | 0,785 | | | | | | |
| FC4 | | | 0,787 | | | | | | |
| HB1 | | | | 0,914 | | | | | |
| HB2 | | | | 0,924 | | | | | |
| HB3 | | | | 0,911 | | | | | |
| HM1 | | | | | 0,833 | | | | |
| HM2 | | | | | 0,810 | | | | |
| HM3 | | | | | 0,875 | | | | |
| HM4 | | | | | 0,846 | | | | |
| HM5 | | | | | 0,784 | | | | |
| PE1 | | | | | | 0,810 | | | |
| PE2 | | | | | | 0,777 | | | |
| PE3 | | | | | | 0,891 | | | |
| PE4 | | | | | | 0,891 | | | |
| PV1 | | | | | | | 0,872 | | |
| PV2 | | | | | | | 0,899 | | |
| PV3 | | | | | | | 0,931 | | |
| SI1 | | | | | | | | 0,926 | |
| SI2 | | | | | | | | 0,887 | |
| SI3 | | | | | | | | 0,784 | |
| SI4 | | | | | | | | 0,856 | |
| UB1 | | | | | | | | | 0,913 |
| UB2 | | | | | | | | | 0,912 |
| UB3 | | | | | | | | | 0,881 |

Sumber: Hasil Olahan Data Smart PLS 3.0, 2023

Berdasarkan hasil pada Tabel 2 tersebut, dapat dilihat bahwa masing-masing konstruk memiliki nilai *outer loading* > 0.60.⁸ Namun dalam penelitian ini, konstruk tersebut tidak dihilangkan sebelumnya. Dengan demikian, nilai-nilai indikator selebihnya dapat dianggap sesuai atau valid untuk keperluan penelitian dan dapat dimanfaatkan untuk analisis lebih lanjut.

⁸ Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang
Harnanto. 2017. Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis. Yogyakarta: BPF..

2. Hasil Uji Validitas Diskriminan

Tabel 3
Nilai Cross Loading Konstruk

| | Beha vioral Inten tion | Effort Expec tancy | Facili tating Con dition | Habit Beha vior | Hedo nic Motivas tion | Perfor mance Expec tancy | Price Value | Social Influ ence | Use Beha vioral |
|-----|---------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|-----------------------|--------------------------------|-----------------------------------|----------------|-------------------------|-----------------------|
| BI1 | 0,709 | 0,415 | 0,639 | 0,513 | 0,557 | 0,348 | 0,523 | 0,499 | 0,578 |
| BI2 | 0,918 | 0,619 | 0,716 | 0,756 | 0,796 | 0,581 | 0,759 | 0,719 | 0,830 |
| BI3 | 0,891 | 0,579 | 0,688 | 0,720 | 0,727 | 0,550 | 0,726 | 0,695 | 0,727 |
| EE1 | 0,439 | 0,784 | 0,553 | 0,494 | 0,536 | 0,689 | 0,469 | 0,553 | 0,387 |
| EE2 | 0,409 | 0,777 | 0,536 | 0,498 | 0,511 | 0,771 | 0,510 | 0,616 | 0,501 |
| EE3 | 0,656 | 0,888 | 0,750 | 0,704 | 0,785 | 0,750 | 0,731 | 0,794 | 0,641 |
| EE4 | 0,577 | 0,863 | 0,683 | 0,703 | 0,745 | 0,658 | 0,745 | 0,764 | 0,640 |
| FC1 | 0,675 | 0,759 | 0,823 | 0,729 | 0,775 | 0,743 | 0,674 | 0,804 | 0,692 |
| FC2 | 0,674 | 0,549 | 0,813 | 0,639 | 0,703 | 0,500 | 0,577 | 0,580 | 0,594 |
| FC3 | 0,626 | 0,542 | 0,785 | 0,670 | 0,666 | 0,452 | 0,629 | 0,634 | 0,693 |
| FC4 | 0,604 | 0,629 | 0,787 | 0,508 | 0,679 | 0,609 | 0,548 | 0,674 | 0,581 |
| HB1 | 0,729 | 0,662 | 0,711 | 0,914 | 0,785 | 0,602 | 0,707 | 0,652 | 0,761 |
| HB2 | 0,756 | 0,678 | 0,722 | 0,924 | 0,794 | 0,628 | 0,759 | 0,726 | 0,727 |
| HB3 | 0,697 | 0,693 | 0,758 | 0,911 | 0,802 | 0,650 | 0,750 | 0,775 | 0,786 |
| HM1 | 0,679 | 0,698 | 0,733 | 0,682 | 0,833 | 0,654 | 0,702 | 0,680 | 0,629 |
| HM2 | 0,635 | 0,693 | 0,793 | 0,652 | 0,810 | 0,561 | 0,698 | 0,666 | 0,705 |
| HM3 | 0,742 | 0,760 | 0,787 | 0,778 | 0,875 | 0,665 | 0,739 | 0,810 | 0,758 |
| HM4 | 0,722 | 0,633 | 0,715 | 0,788 | 0,846 | 0,614 | 0,715 | 0,702 | 0,740 |
| HM5 | 0,660 | 0,521 | 0,631 | 0,684 | 0,784 | 0,520 | 0,589 | 0,541 | 0,608 |
| PE1 | 0,488 | 0,729 | 0,626 | 0,566 | 0,621 | 0,810 | 0,607 | 0,651 | 0,534 |
| PE2 | 0,470 | 0,630 | 0,501 | 0,475 | 0,505 | 0,777 | 0,470 | 0,589 | 0,470 |
| PE3 | 0,528 | 0,750 | 0,656 | 0,630 | 0,677 | 0,891 | 0,554 | 0,659 | 0,557 |
| PE4 | 0,520 | 0,770 | 0,638 | 0,627 | 0,647 | 0,891 | 0,631 | 0,641 | 0,584 |
| PV1 | 0,694 | 0,686 | 0,668 | 0,675 | 0,726 | 0,656 | 0,872 | 0,752 | 0,749 |
| PV2 | 0,767 | 0,668 | 0,707 | 0,743 | 0,769 | 0,555 | 0,899 | 0,731 | 0,765 |
| PV3 | 0,701 | 0,700 | 0,669 | 0,758 | 0,746 | 0,609 | 0,931 | 0,753 | 0,812 |
| SI1 | 0,673 | 0,774 | 0,732 | 0,679 | 0,737 | 0,675 | 0,789 | 0,926 | 0,731 |
| SI2 | 0,742 | 0,803 | 0,777 | 0,728 | 0,785 | 0,740 | 0,748 | 0,887 | 0,715 |
| SI3 | 0,608 | 0,605 | 0,755 | 0,688 | 0,680 | 0,592 | 0,560 | 0,784 | 0,630 |
| SI4 | 0,603 | 0,691 | 0,632 | 0,604 | 0,627 | 0,580 | 0,755 | 0,856 | 0,665 |
| UB1 | 0,757 | 0,636 | 0,699 | 0,733 | 0,745 | 0,574 | 0,842 | 0,745 | 0,913 |
| UB2 | 0,771 | 0,631 | 0,732 | 0,765 | 0,735 | 0,608 | 0,829 | 0,774 | 0,912 |
| UB3 | 0,776 | 0,543 | 0,728 | 0,738 | 0,766 | 0,542 | 0,660 | 0,631 | 0,881 |

Sumber: Hasil Olahan Data Smart PLS 3.0, 2023

Berdasarkan hasil pada Tabel 3 tersebut, dapat dilihat bahwa masing-masing konstruk menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk beserta indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstruk lainnya⁹. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk atau

⁹ Willy, Abdilah, dan Hartono (2015) telah menerbitkan buku berjudul "Partial Least Square (PLS) – Sebagai Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis" melalui penerbit Andi di Yogyakarta..

variabel laten menunjukkan validitas diskriminan yang kuat ketika membentuk variabel individualnya.

3. Hasil Uji *Average Variant Extracted* (AVE), Realibilitas Konstruk

Tabel 4
Nilai *Average Variant Extracted* (AVE), Realibilitas Konstruk

| | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>rho_A</i> | <i>Composite Reliability</i> | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> |
|-------------------------------|-------------------------|--------------|------------------------------|---|
| <i>Behavioral Intention</i> | 0,794 | 0,824 | 0,881 | 0,713 |
| <i>Effort Expectancy</i> | 0,850 | 0,882 | 0,898 | 0,688 |
| <i>Facilitating Condition</i> | 0,815 | 0,817 | 0,878 | 0,643 |
| <i>Habit Behavior</i> | 0,904 | 0,906 | 0,940 | 0,839 |
| <i>Hedonic Motivastion</i> | 0,887 | 0,890 | 0,917 | 0,689 |
| <i>Performance Expectancy</i> | 0,864 | 0,868 | 0,908 | 0,712 |
| <i>Price Value</i> | 0,883 | 0,886 | 0,928 | 0,811 |
| <i>Social Influence</i> | 0,887 | 0,895 | 0,922 | 0,748 |
| <i>Use Behavioral</i> | 0,885 | 0,885 | 0,929 | 0,814 |

Sumber: Hasil Olahan Data Smart PLS 3.0, 2023

Hasil pada Tabel 4 menunjukkan bahwa *Cronbach's alpha* melebihi 0,75,¹⁰ menunjukkan keandalan konstruk yang kuat dan memenuhi persyaratan ambang batas minimum. Selain itu, *rho_A* melampaui 0,70, mengonfirmasi bahwa semua variabel laten memenuhi kriteria yang ditentukan. Selain itu, nilai reliabilitas kompositnya melebihi 0,70, sehingga menegaskan reliabilitas kuesioner. Koefisien ini mencerminkan reliabilitas yang tinggi dari semua variabel dan rata-rata korelasi item-ke-item dalam model yang dapat diandalkan yang sedang diuji. Kesimpulannya, seluruh variabel konstruk memenuhi kriteria reliabilitas.

B. Pengujian Inner Model (Model Pengukuran)

1. Hasil Uji *R Square*

Tabel 5
Nilai *R Square* Konstruk

| | R Square | R Square Adjusted |
|-----------------------------|-----------------|--------------------------|
| <i>Behavioral Intention</i> | 0,774 | 0,756 |
| <i>Use Behavioral</i> | 0,725 | 0,722 |

Sumber: Hasil Olahan Data Smart PLS 3.0, 2023

¹⁰ Willy Loc Cit

Berdasarkan temuan yang disajikan pada Tabel 4, terlihat bahwa nilai R-square untuk konstruk niat berperilaku adalah sebesar 0,774 yang menandakan adanya pengaruh yang besar dari ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan perilaku kebiasaan dibangun pada niat berperilaku. Hal ini menyumbang 77,4% varian, dan 22,6% sisanya disebabkan oleh konstruksi eksternal yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini. Begitu pula dengan nilai R-square konstruk use behavior sebesar 0,725 yang menunjukkan bahwa gabungan pengaruh konstruk performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, dan Habit Behavior terhadap Use Behavior sebesar 72,5%. , menyisakan 27,5% varians sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang belum diperiksa.

2. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 6
Hasil Uji Hipotesis (*Direct Effect*)

| | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | <i>T Statistics (O/STDEV)</i> | <i>P Values</i> |
|--|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------|
| <i>Behavioral Intention -> Use Behavioral</i> | 0,852 | 0,851 | 0,029 | 29,592 | 0,000 |
| <i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i> | -0,252 | -0,205 | 0,121 | 2,083 | 0,020 |
| <i>Effort Expectancy -> Use Behavioral</i> | -0,214 | -0,174 | 0,103 | 2,089 | 0,020 |
| <i>Facilitating Condition -> Behavioral Intention</i> | 0,296 | 0,249 | 0,154 | 1,921 | 0,029 |
| <i>Facilitating Condition -> Use Behavioral</i> | 0,252 | 0,211 | 0,130 | 1,933 | 0,028 |
| <i>Habit Behavior -> Behavioral Intention</i> | 0,174 | 0,192 | 0,190 | 0,920 | 0,180 |
| <i>Habit Behavior -> Use Behavioral</i> | 0,149 | 0,166 | 0,164 | 0,908 | 0,183 |
| <i>Hedonic Motivastion -> Behavioral Intention</i> | 0,276 | 0,275 | 0,162 | 1,703 | 0,046 |
| <i>Hedonic Motivastion -> Use Behavioral</i> | 0,235 | 0,232 | 0,135 | 1,738 | 0,043 |
| <i>Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i> | -0,026 | -0,045 | 0,079 | 0,330 | 0,371 |
| <i>Performance Expectancy -> Use Behavioral</i> | -0,022 | -0,038 | 0,067 | 0,331 | 0,371 |
| <i>Price Value -> Behavioral Intention</i> | 0,320 | 0,294 | 0,151 | 2,113 | 0,019 |
| <i>Price Value -> Use Behavioral</i> | 0,272 | 0,250 | 0,129 | 2,104 | 0,019 |
| <i>Social Influence -> Behavioral Intention</i> | 0,117 | 0,145 | 0,127 | 0,925 | 0,179 |
| <i>Social Influence -> Use Behavioral</i> | 0,100 | 0,123 | 0,108 | 0,923 | 0,179 |

Sumber: Hasil Olahan Data Smart PLS 3.0, 2023

Berdasarkan pada Tabel 6 tersebut, dapat ditarik kesimpulan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, seperti yang ditunjukkan oleh hasil yang disajikan pada Tabel 6. Nilai sampel asli, dengan nilai t-statistik 1,66, berada pada 0,330, lebih kecil dari nilai nilai kritis t-tabel sebesar 1,66. Selain itu, nilai p melebihi tingkat signifikansi ($0,371 > 0,05$), sehingga menyebabkan penolakan hipotesis alternatif (H_a) dan penerimaan hipotesis nol (H_0).

2. Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*

Temuan penelitian menunjukkan dampak signifikan dari *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*. Hal ini terlihat dari data pada Tabel 6, dimana nilai original sample sebesar 2,089 melebihi nilai t-statistic sebesar 1,66 ($2,089 > t\text{-tabel } 1,66$), dan p-value lebih kecil dari alpha ($0,020 < 0,05$), sehingga menyebabkan terhadap penolakan H_0 dan penerimaan H_a .

3. Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention*

Hasil penelitian menunjukkan nilai original sample sebesar 0,925 dengan nilai t-statistik sebesar 1,66 lebih kecil dari nilai kritis t-tabel sebesar 1,66. Selanjutnya p-value melebihi level alpha yaitu dengan nilai 0,179 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap niat berperilaku.

4. Pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention*

Berdasarkan hasil pada Tabel 6, terlihat bahwa nilai sampel asli adalah 1,921 dengan t-statistik sekitar 1.66, atau dengan kata lain ($1,921 > 1.66$ t-tabel). Selain itu, p-value lebih kecil daripada alpha, yaitu ($0.029 < 0.05$). Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa kita menolak H_0 dan menerima H_a . Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari *facilitating condition* terhadap use behavioral.

5. Pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*

Dari data yang tertera di Tabel 6, terlihat bahwa original sample memiliki nilai sekitar 1.703, sedangkan t-statistik adalah sekitar 1.66, atau dengan kata lain, ($1.703 > 1.66$). Selain itu, nilai p-value kurang dari alpha, yaitu $0.046 < 0.05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari hedonic motivation terhadap behavioral intention.

6. Pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention*

Berdasarkan hasil pada Tabel 6 tersebut, dapat dilihat bahwa nilai *original sample* sebesar 2,113 dengan nilai t-statistik yakni 1.66 atau ($2,113 > t\text{-tabel } 1.66$) dengan nilai p-value lebih kecil dari dari alpha ($0.019 < 0.05$) maka dapat diperoleh H_0 ditolak H_a diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price value* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

7. Pengaruh *habit behavior* terhadap *behavioral intention*

Dari data yang tercantum dalam Tabel 6, terlihat bahwa nilai sampel asli adalah 0,920 dengan statistik t bernilai 1,66 atau ($0,920 < 1,66$), dan nilai p-value lebih besar dari tingkat signifikansi alpha ($0,180 > 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima sementara H_a ditolak. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengaruh habit behavior terhadap *behavioral intention* tidak signifikan.

8. Pengaruh *facilitating condition* terhadap *use behavioral*

Hasil yang tertera pada Tabel 6 mengindikasikan bahwa angka sampel asli adalah 1.933, dengan nilai statistik t sekitar 1.66, atau lebih besar dari nilai t tabel 1.66. Selain itu, nilai p-value lebih rendah daripada tingkat signifikansi alpha ($0.028 < 0.05$). Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa H_0 (hipotesis nol) harus ditolak, sementara H_a (hipotesis alternatif) dapat diterima. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor "facilitating condition" berdampak signifikan pada perilaku penggunaan (*use behavioral*).

9. Pengaruh *habit behavior* terhadap *use behavioral*

Berdasarkan data yang tercantum dalam Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa nilai sampel asli adalah 0,908 dengan t-statistik sebesar 1,66 ($0,908 < t\text{-tabel } 1,66$), dan nilai p-value lebih rendah dari alpha ($0,183 > 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari habit behavior terhadap *use behavioral*.

10. Pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavioral*

Hasil yang terdapat di Tabel 6 menunjukkan bahwa *original sample* memiliki nilai sebesar 29,592, dengan t-statistik sebesar 1.66, atau dengan kata lain ($29,592 > t\text{-tabel } 1.66$). Selain itu, nilai p-value yang diperoleh lebih kecil dari alpha ($0.000 < 0.05$). Oleh karena itu, H_0 dapat ditolak dan H_a diterima. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavioral*.

Tabel 7
Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis | Pernyataan | Nilai Probability | Taraf Signifikansi | Hasil |
|------------------|--|------------------------------|-------------------------------|--------------|
| H1 | Diduga <i>performance expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 0,371 | 0.05 | Ditolak |
| H2 | Diduga <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 0,020 | 0.05 | Diterima |
| H3 | Diduga <i>Social Influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 0,179 | 0.05 | Ditolak |
| H4 | Diduga <i>Facilitating Condition</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 0,029 | 0.05 | Diterima |
| H5 | Diduga <i>Hedonic Motivation</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 0,046 | 0.05 | Diterima |
| H6 | Diduga <i>price value</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 0,019 | 0.05 | Diterima |
| H7 | Diduga <i>habit behavior</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> | 0,180 | 0.05 | Ditolak |
| H8 | Diduga <i>facilitating condition</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavioral</i> | 0,028 | 0.05 | Diterima |
| H9 | Diduga <i>habit behavior</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavioral</i> | 0,183 | 0.05 | Ditolak |
| H10 | Diduga <i>behavioral intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Use Behavioral</i> | 0,000 | 0.05 | Diterima |

Sumber: Hasil Olahan Data Smart PLS 3.0, 2023

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengimplementasikan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*

Tidak terdapat pengaruh yang nyata dari ekspektasi performa terhadap niat perilaku. Hal ini dapat disimpulkan berdasarkan hasil sampel awal yang menunjukkan nilai sebesar 0,330, dengan nilai t-statistik sebesar 1,66, atau ($0,330 < t\text{-tabel } 1,66$), serta nilai p-value yang lebih besar dari alpha ($0,371 > 0,05$). Temuan penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara ekspektasi kinerja terhadap niat berperilaku. Hal ini bertentangan dengan teori Venkatesh, yang berpendapat bahwa ekspektasi kinerja mewakili sejauh mana seseorang percaya bahwa memanfaatkan teknologi informasi akan menghasilkan manfaat kinerja dalam pekerjaannya. Menurut teori ini, meningkatkan ekspektasi kinerja harus mengarah pada peningkatan perilaku pengguna. Hal ini berbeda dengan kesimpulan yang dicapai oleh Mohamed Merhi, Kate Hone, dan Ali Tarhini (2019), yang menyatakan bahwa ekspektasi kinerja memang memberikan pengaruh penting terhadap niat berperilaku.¹¹

2. Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*

Ada pengaruh yang signifikan dari expectance effort terhadap niat perilaku. Hal ini terlihat dari nilai sampel asli yang mencapai 2.089, dengan nilai t-statistik sekitar 1.66 atau ($2.089 > t\text{-tabel } 1.66$), dan nilai p-value yang lebih kecil dari alpha ($0.020 < 0.05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dari effort expectancy terhadap behavioral intention. Temuan ini mendukung teori Venkatesh yang menyatakan bahwa tingkat usaha yang diperlukan oleh individu dalam menggunakan suatu sistem untuk mendukung pekerjaannya sangat penting. Dalam hal ini, konsumen cenderung lebih suka mengadopsi teknologi yang memerlukan usaha yang minim untuk digunakan secara efisien. Dengan peningkatan tingkat usaha yang diharapkan dari pengguna, perilaku mereka juga cenderung meningkat. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohamed Merhi, Kate Hone, dan Ali Tarhini pada tahun 2019, yang juga menunjukkan bahwa effort expectancy memiliki dampak signifikan terhadap behavioral intention.¹²

3. Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention*

¹¹ Mohamed Merhia, Kate Honea, Ali Tarhini, A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. Contents lists available at ScienceDirect, Technology in Society, journal homepage: www.elsevier.com/locate/techsoc, 09 July 2019.

¹² Ibid

Tidak ada dampak yang berarti dari pengaruh sosial terhadap niat perilaku. Ini terlihat dari hasil sampel awal sebesar 0,925 dengan statistik t sekitar 1,66, atau ($0,925 < t\text{-tabel } 1,66$), dengan nilai p-value yang lebih besar dari taraf signifikansi ($0,179 > 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari social influence terhadap behavioral intention. Temuan ini bertentangan dengan teori Venkatesh yang menggambarkan pengaruh sosial sebagai tingkat keyakinan individu akan kebutuhan untuk mengadopsi sistem baru berdasarkan pengaruh orang lain. Sebagai contoh, seorang pengguna mungkin memilih untuk melakukan pembelian online karena melihat orang-orang di sekitarnya juga melakukannya. Namun, dalam penelitian ini, kontrasnya terjadi karena sistem informasi akademis bukanlah platform yang memengaruhi sosial dengan baik seperti tren setter. Sistem ini lebih berfokus pada pemenuhan kebutuhan akademis daripada pengaruh sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penemuan Mohamed Merhi, Kate Hone, Ali Tarhini (2019) yang menunjukkan bahwa social influence tidak memiliki dampak signifikan pada behavioral intention.¹³

4. Pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention*

Ada pengaruh yang signifikan dari facilitating condition terhadap use behavioral, seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian. Nilai original sample sebesar 1,921, dengan nilai t-statistik sekitar 1.66, atau dengan kata lain ($1,921 > t\text{-tabel } 1,66$), dan nilai p-value lebih kecil dari alpha ($0,029 < 0,05$). Hasil penelitian ini secara kuat mendukung teori Venkatesh yang menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi merujuk pada sejauh mana individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis mendukung penggunaan sistem. Dengan peningkatan kondisi yang memfasilitasi bagi pengguna, perilaku pengguna juga meningkat. Temuan ini sejalan dengan penelitian lain oleh Chia-Ming Chang, Li-Wei Liu, Hsiu-Chin Huang, dan Huey-Hong Hsieh pada tahun 2019, yang juga menegaskan bahwa facilitating condition memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavioral intention.¹⁴

5. Pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*

Ada pengaruh yang nyata dari motivasi hedonik terhadap perilaku penggunaan. Ini terlihat dari nilai sampel asli sebesar 1,703, dengan nilai statistik t sekitar 1,66, atau ($1,703 > \text{nilai kritis } t\text{-tabel } 1,66$), dan nilai p-value yang lebih rendah dari tingkat signifikansi alpha ($0,046 < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari hedonic motivation terhadap behavioral intention. Temuan ini mendukung definisi hedonic motivation oleh

¹³ Ibid

¹⁴ Chia-Ming Chang, Li-Wei Liu, Hsiu-Chin Huang dan Huey-Hong Hsieh Factors Shaping Online Hotel Reservation: Expanding UTAUT2 with Age, Gender, and Experience as Moderating Factors - Published in 2019, Volume 10, Page 281; doi: 10.3390/info10090281 available at www.mdpi.com/journal/information

Venkatesh sebagai penilaian secara keseluruhan terhadap manfaat pengalaman dan pengorbanan untuk mencapai hiburan dan pelarian. Ini berbeda dengan kesimpulan yang diambil dalam penelitian oleh Chia-Ming Chang¹, Li-Wei Liu, Hsiu-Chin Huang, dan Huey-Hong Hsieh pada tahun 2019, yang menyatakan bahwa pengaruh hedonic motivation terhadap behavioral intention tidak signifikan.¹⁵

6. Pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention*

Pengaruh yang signifikan dari price value terhadap perilaku penggunaan dapat diamati melalui nilai sampel asli sebesar 2,113, serta nilai statistik t sebesar 1.66, yang menunjukkan bahwa ($2,113 > t\text{-tabel } 1.66$). Selain itu, nilai p-value yang lebih kecil dari alpha, yaitu $0.019 < 0.05$, juga mengindikasikan signifikansi pengaruh tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa price value memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavioral intention, yang mendukung teori Venkatesh tentang harga sebagai pertimbangan kognitif konsumen antara manfaat aplikasi dan biaya moneter. Bukti empiris juga mengonfirmasi bahwa konsumen cenderung lebih memilih layanan dengan nilai harga yang baik, serta mengonfirmasi hubungan yang signifikan antara harga dan adopsi teknologi baru, sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Mohamed Merhi, Kate Hone, dan Ali Tarhini (2019).

7. Pengaruh *habit behavior* terhadap *behavioral intention*

Tidak terdapat dampak yang berarti dari kebiasaan (*habit behavior*) terhadap perilaku penggunaan (*use behavioral*). Ini terlihat dari hasil sampel asli yang menunjukkan nilai sebesar 0,920, dan juga nilai statistik t, yaitu 1,66 ($0,920 < t\text{-tabel } 1,66$). Selain itu, nilai p-value lebih tinggi daripada tingkat signifikansi alpha ($0,180 > 0,05$). Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima, sementara hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Menurut hasil penelitian, tidak ada pengaruh signifikan dari kebiasaan perilaku terhadap niat perilaku. Temuan ini bertentangan dengan pandangan dari teori Venkatesh yang menyatakan bahwa kebiasaan merupakan tingkat perilaku otomatis yang berkembang setelah penggunaan teknologi secara berulang. Secara lebih spesifik, seiring pelanggan menggunakan teknologi lebih sering, kebiasaan akan terbentuk. Dalam banyak penelitian sebelumnya, niat perilaku pelanggan dalam menggunakan teknologi telah diprediksi dengan mempertimbangkan kebiasaan sebagai faktor penentu. Hasil penelitian yang lain, yang dilakukan oleh Mohamed Merhi, Kate Hone, dan Ali Tarhini pada tahun 2019, menunjukkan bahwa kebiasaan perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku.

8. Pengaruh *facilitating condition* terhadap *use behavioral*

Terdapat dampak yang nyata dari kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan. Ini dapat diamati dari hasil sampel asli sebesar 1,933 dengan nilai t-statistik sekitar 1,66, atau

¹⁵ Ibid

lebih besar dari nilai kritis t-tabel sekitar 1,66. Selain itu, nilai p-value lebih rendah dari tingkat signifikansi alpha ($0,028 < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavioral*. Menurut Venkatesh, *facilitating condition* merujuk pada tingkat keyakinan individu terhadap ketersediaan infrastruktur organisasi dan teknis yang mendukung penggunaan sistem. Dengan meningkatnya *facilitating condition* pada seorang pengguna, perilaku pengguna juga cenderung meningkat. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trie Handayani dan Sudiana pada tahun 2015, yang juga mengungkapkan bahwa *facilitating condition* berdampak signifikan terhadap *use behavioral*.

9. Pengaruh *habit behavior* terhadap *use behavioral*

Tidak ada pengaruh yang signifikan dari *facilitating condition* terhadap *use behavioral*. Hal ini bisa dilihat dari hasil sampel awal yang mencapai 0,908 dengan nilai t-statistik sekitar 1,66 atau ($0,908 < t\text{-tabel } 1,66$). Nilai p-value juga lebih kecil dari alpha, yaitu $0,183 > 0,05$, yang mengakibatkan penolakan hipotesis alternatif (H_a) dan penerimaan hipotesis nol (H_0). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara *habit behavior* dan *use behavioral*. Hasil ini bertentangan dengan teori Venkatesh, yang menyatakan bahwa kebiasaan perilaku berkembang sebagai respons terhadap rangsangan tak sadar yang menghasilkan kepuasan. Dengan kata lain, semakin sering pelanggan menggunakan teknologi, maka kebiasaan akan terbentuk. Dalam banyak penelitian, niat perilaku pelanggan dalam menggunakan teknologi diprediksi dengan menggunakan kebiasaan sebagai salah satu faktor kunci. Penelitian yang dilakukan oleh Mohamed Merhi, Kate Hone, dan Ali Tarhini pada tahun 2019, justru menunjukkan bahwa *habit behavior* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *use behavioral*.¹⁶

10. Pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavioral*

Ada pengaruh yang kuat dari niat perilaku terhadap perilaku penggunaan. Hal ini terbukti oleh angka sampel asli sebesar 29,592 dengan statistik t bernilai 1,66, atau dengan kata lain ($29,592 > t\text{-tabel } 1,66$), serta nilai p-value yang lebih rendah dari alpha ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, kita dapat menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat perilaku memiliki dampak yang signifikan pada perilaku penggunaan. Oleh karena itu, semakin banyak pengguna yang bersedia menggunakan layanan, semakin besar pula penggunaan layanan di masa depan. Penelitian yang dilakukan oleh Raman

¹⁶ Trie Handayani dan Sudiana dalam jurnal "Angkasa" Volume VII, Nomor 2, November 2015, menganalisis bagaimana Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) diterapkan dalam memahami perilaku pengguna Sistem Informasi, dengan studi kasus pada Sistem Informasi Akademik di STTnas Yogyakarta.

& Don (2013) juga mengkonfirmasi bahwa niat perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan pada perilaku penggunaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian, hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Expectancy memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan positif terhadap Behavioral Intention.
2. Effort Expectancy memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.
3. Social Influence memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan positif terhadap Behavioral Intention.
4. Facilitating Condition memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.
5. Hedonic Motivation memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.
6. Price Value memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.
7. Habit Behavior memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan positif terhadap Behavioral Intention.
8. Facilitating Condition memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Use Behavioral.
9. Habit Behavior memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan positif terhadap Use Behavioral.
10. Behavioral Intention memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Use Behavioral.

DAFTAR PUSTAKA

- Chia-Ming Chang, Li-Wei Liu, Hsiu-Chin Huang dan Huey-Hong Hsieh Factors Influencing Online Hotel Booking: Extending UTAUT2 with Age, Gender, and Experience as Moderators 2019, 10, 281; doi:10.3390/info10090281 www.mdpi.com/journal/information
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. SemarangHarnanto. 2017. Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis. Yogyakarta: BPFE..
- Ghozali. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiri*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali. (2020). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiri*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2019). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>

- Dian Milenia Putri, Eva Sundari: Analisis Penerapan Model UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) terhadap Perilaku Pengguna *Mobile Banking*: Studi Kasus Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* di Pekanbaru
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2019). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Mohamed Merhia, Kate Honea, Ali Tarhini, A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. Contents lists available at ScienceDirect, *Technology in Society*, journal homepage: www.elsevier.com/locate/techsoc, 09 July 2019.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (2019 ed.). Alfabeta. hlm 05
- Trie Handayani dan Sudiana, Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta), *Jurnal Angkasa*, Volume VII, Nomor 2, November 2015
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, Vol. 27 Iss. 3 pp. 425-478
- Viswanath Venkatesh, 2012, *Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*, *MIS Quarterly* Vol. 36 No. 1 pp. 157-178/March 2012
- Willy, Abdilah. dan Hartono, Jogiyanto. 2015. Partial Least Square (PLS) – Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. Penerbit Andi: Yogyakarta.