

Eksplorasi Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* Sebagai Pemediiasi Dan Dampaknya Terhadap Minat Dan Perilaku Dalam Menggunakan Livin' By Mandiri

Herman Sjahrudin¹⁾, Ade Putra Akbar²⁾, Abdul Rauf Alhayra³⁾, Ade Cahyaprandy Saputra⁴⁾, Andi Nazalia Ramadhani⁵⁾, Jumsiani Jumsiani⁶⁾

^{1*} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya
^{2,3,4,5,6} Program Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya

Email*: herman.sjahrudin@stiem-bongaya.ac.id

ABSTRACT

This research is motivated by the continued progress of information technology. The sophistication of information technology has brought various changes to human life. One of the changes caused by technology is in the field/activity of easier transactions. Technology shifts transaction activities that are usually carried out traditionally (via ATM centers) to activities or transaction processes that can be carried out in a sophisticated and practical way (without visiting an ATM center). Livin' by Mandiri is a mobile banking application from Bank Mandiri that helps customers manage their finances easily. Apart from that, Electronic Commerce or e-commerce is all buying and selling activities or transactions carried out using electronic media (the internet). This research aims to determine the factors that influence interest and behavior in using the Livin' by Mandiri application as measured by variables in the UTAUT 2 model. This quantitative research uses a survey method with a total of 149 respondents using the Livin' by Mandiri application. Samples were taken using a purposive sampling technique. Data The analysis technique used is the SEM-PLS method, and the data is processed using SMART PLS 3.0 software. The research results show that the factors that have a significant influence on the behavior of using the Livin' by Mandiri application are behavioral influence, facilitating conditions, and social influence. Then the significant influence on behavioral interest in using the Livin' by Mandiri application is significantly influenced by Facilitating Conditions and Social Influence.

Keywords: Behavioral Interest, Usage Behavior, UTAUT, UTAUT 2

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi informasi terus mengalami kemajuan. Kecanggihan dari teknologi informasi membawa perubahan yang beragam dalam kehidupan manusia. Salah satu perubahan yang disebabkan dengan adanya teknologi terdapat pada bidang/aktivitas transaksi lebih mudah. Teknologi menggeser bagaimana aktivitas transaksi yang biasanya dilakukan secara tradisional (melalui atm center) menjadi aktivitas atau proses transaksi yang dapat dilakukan secara canggih dan praktis (tanpa berkunjung ke atm center). Livin' by Mandiri merupakan aplikasi mobile banking dari Bank Mandiri yang membantu nasabah untuk kelola keuangan dengan mudah. Selain itu Electronic Commerce atau e-commerce adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku penggunaan aplikasi Livin' by Mandiri yang diukur dengan variabel pada model UTAUT 2. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei dengan jumlah responden 149 orang menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri. Sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data Teknik analisis yang digunakan adalah metode SEM-PLS, dan data diolah menggunakan software SMART PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan aplikasi Livin' by Mandiri adalah pengaruh perilaku, Kondisi yang Memfasilitasi, dan Pengaruh Sosial. Kemudian pengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan aplikasi Livin' by Mandiri dipengaruhi secara signifikan oleh kondisi yang memfasilitasi dan pengaruh sosial.

Kata kunci: Minat perilaku, penggunaan, utaut 2,

1. PENDAHULUAN

Pada era ini, teknologi informasi terus mengalami kemajuan. Kecanggihan dari teknologi informasi membawa perubahan yang beragam dalam kehidupan manusia. Salah satu perubahan yang disebabkan dengan adanya teknologi terdapat pada bidang/aktivitas transaksi lebih mudah. Teknologi menggeser bagaimana aktivitas transaksi yang

biasanya dilakukan secara tradisional (melalui ATM center) menjadi aktivitas atau proses transaksi yang dapat dilakukan secara canggih dan praktis (tanpa berkunjung ke ATM center). Livin' by Mandiri merupakan aplikasi mobile banking dari Bank Mandiri yang membantu nasabah untuk kelola keuangan dengan mudah, selain itu *Electronic Commerce* atau *e-commerce* adalah segala kegiatan

jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet).

Salah satu bank di Indonesia yang menerapkan sistem layanan *m-banking* yaitu Bank Mandiri dengan nama Mandiri Online yang diluncurkan pada tanggal 21 Maret 2017. Mandiri Online adalah layanan integrasi dari mandiri internet dan mandiri mobile yang dibuat dengan tampilan baru untuk meningkatkan kenyamanan dan juga kemudahan bagi nasabah Bank Mandiri dalam memperoleh informasi serta melakukan aktifitas transaksi keuangan. terdapat dua bentuk layanan yang dapat dipilih oleh nasabah, yaitu: Mandiri Online Web dan Mandiri Online App. pada Tahun 2018, bank mandiri akan fokus pada pengembangan berbagai fitur yang dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi finansial maupun non finansial, namun juga tetap memperhatikan pada aspek keamanan (Elena, 2022).

Tabel 1. Perbandingan Pengguna Mobile Banking di Indonesia Tahun 2020 dan 2021

Merek	2020	2021
M-BCA	45.5%	47.5%
BRI Mobile	20.5%	17.0%
BNI Mobile	13.8%	14.0%
M-Banking Mandiri	11.3%	12.9%

Untuk mengetahui bagaimana penggunaan *m-banking* dari beberapa bank yang ada di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1 diatas tentang urutan penggunaan *m-banking* pada bank di Indonesia. Dari data diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2020 dan 2021, *m-banking* Bank Mandiri berada di posisi terakhir pada jumlah pengguna *mbanking*, yang dimana pada tahun 2020 dengan persentase yaitu 11.3% sementara pada tahun 2021 dengan persentase 12.9%. Hal ini berbeda dengan *m-banking* dari Bank BCA yang selalu berada di posisi pertama selama dua tahun terakhir. Meskipun Bank Mandiri sudah berinovasi dengan sangat baik pada layanan *m-banking* nya namun masih berada diposisi terendah dibandingkan dengan para pesaingnya seperti BNI Mobile, BRI Mobile, dan M-BCA. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pengguna *m-banking* Mandiri masih sangat kurang dibandingkan dengan pengunanya.

Melihat dari fenomena diatas, keputusan dalam mengadopsi sistem teknologi informasi tergantung pada penerimaan dan penggunaan masing-masing pengguna. Perilaku pengguna teknologi dibentuk melalui sikap dan persepsi sistem informasi. Sehingga, salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan teknologi aplikasi yaitu dengan mengevaluasi dan mengetahui sudah sampai mana pengguna berminat dalam menerima dan menggunakan aplikasi tersebut. Selain dengan cara tersebut, juga digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna aplikasi Livin' by Mandiri. Pendekatan yang digunakan pada

penelitian ini untuk mengetahui hal tersebut adalah menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Model ini cocok untuk digunakan karena model UTAUT 2 merupakan teori penerimaan dan penggunaan terbaru dari teori penerimaan yang sudah ada sebelumnya. Menurut Venkatesh terdapat tujuh indikator yang berkaitan dengan perilaku penggunaan konsumen yaitu *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value* dan *Habit* (Hafifah et al., 2022).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sistem Informasi

Sistem informasi diartikan oleh Laudon dan Laudon sebagai seperangkat unsur yang berkoneksi dan memiliki tujuan untuk menghimpun, memproses, menyimpan, serta menyalurkan informasi guna mendukung pembentukan keputusan dan proses pengawasan dalam suatu organisasi (Utami, 2018). Terdapat banyak manfaat yang dapat diberikan dari penerapan dan penggunaan sistem informasi bagi perusahaan menggunakan teknologi informasi dapat membantu perusahaan memiliki keunggulan dalam bersaing di pasar (Darmawan, & Fauzi, 2013), sedangkan bagi pengguna individualnya, sistem informasi dapat membantu dalam peningkatan kinerja pekerjaannya (Utami, 2018). Memahami penerimaan individu dan penggunaan teknologi informasi adalah salah satu aliran penelitian sistem informasi yang paling matang (Venkatesh et al., 2012). Penggunaan sistem informasi perlu dipahami lebih lanjut, agar perusahaan mampu menerapkannya dengan baik (Setyorini & Meiranto, 2021).

2.2. Minat Penggunaan dan Perilaku Penggunaan

Minat penggunaan atau *behavioral intention* didefinisikan sebagai sikap atau perilaku konsumen selaku pengguna sistem yang memiliki keinginan untuk menggunakan suatu sistem atau layanan di masa depan (Utami, 2018). Seseorang akan memutuskan untuk melakukan pengadopsian sistem apabila dalam dirinya memiliki keinginan untuk menggunakan sistem tersebut (Sjahrudin et al, 2023). Minat merupakan *predictor* terbaik untuk menilai perilaku penggunaan teknologi informasi, karenanya *behavioral intention* memiliki hubungan langsung dan signifikan terhadap *use behavior* (Venkatesh et al., 2012). Pada penelitian ini, besarnya minat yang timbul untuk menggunakan layanan aplikasi Livin'by Mandiri akan mencerminkan bagaimana perilaku penggunaan aktual dari individu saat menggunakan layanan aplikasi Livin' by Mandiri tersebut.

Use Behavior didefinisikan sebagai intensitas ataupun frekuensi penggunaan suatu sistem oleh pemakai sistem. Ketika calon pengguna memiliki keyakinan bahwa sistem baru mampu meningkatkan kinerjanya, maka sistem tersebut akan diadopsi

(Venkatesh et al., 2012). *Use behavior* berkaitan pada evaluasi pengguna dari sistem yang digunakan, jika penggunaan sistem baik maka penerimaan teknologi informasi dapat dikatakan berhasil (Utami & Irwansyah, 2022). Realitas tersebut memperlihatkan jika penggunaan layanan aplikasi *Livin'by Mandiri* dinilai oleh individu mampu untuk meningkatkan kinerjanya, maka pengguna dapat menggunakan layanan secara terus-menerus.

2.3. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

UTAUT ialah model analisis untuk mengetahui tingkat penerimaan dan penggunaan suatu sistem serta menilai perilaku penggunanya, model yang tersusun dari konsep-konsep dasar (teori) mengenai penerimaan teknologi. Kedelapan teori tersebut yaitu; TAM dan TAM2, IDT, TRA, TPB, MM, *Combination-TAM-TPB*, MPCU, dan STC (Venkatesh et al., 2003).

2.4. *Performance expectancy (X₁)*

Faktor ini diartikan sebagai tingkat kepercayaan individu bahwa dengan mengadopsi suatu sistem baru akan berdampak pada peningkatan kinerja pekerjaannya (Venkatesh et al., 2012). *Performance expectancy* akan terpenuhi apabila individu merasa dengan mengadopsi teknologi akan membantu pekerjaannya (Wirasmini, 2022; Desvira & Aransyah, 2023). Dalam penelitian ini, *performance expectancy* dapat dirasakan oleh pengguna melalui manfaat dan kegunaan yang ditawarkan melalui fitur-fitur pada aplikasi *Livin'by Mandiri* untuk bertransaksi secara digital.

2.5. *Effort Expectancy (X₂)*

Effort Expectancy dapat didefinisikan sebagai tingkat harapan atau ekspektasi individu terhadap penggunaan sistem, ekspektasi individu mengenai pengadopsian sistem dalam pekerjaannya mampu meminimalisasikan upaya dan waktu yang dibutuhkan (Venkatesh et al., 2012; Hafifah, et al., 2022).

2.6. *Social Influence (X₃)*

Ialah kemampuan lingkungan atau keadaan sosial yang mampu meningkatkan kepercayaan individu bahwa ia perlu mengadopsi suatu sistem yang baru (Venkatesh et al., 2012).

2.7. *Facilitating Conditions (X₄)*

Facilitating Conditions dapat didefinisikan sebagai keyakinan individu mengenai tersedianya infrastruktur organisasi atau teknik yang dapat mendukung penggunaan sistem informasi baru (Venkatesh et al., 2012). Pada penelitian ini, seseorang akan menggunakan fitur aplikasi *Livin'by Mandiri* apabila didukung dengan infrastruktur yang memadai seperti *smartphone*, pulsa data dan internet. Selain itu, persepsi bahwa seseorang memiliki keterampilan untuk mengoperasikan ponsel hingga menghubungkannya ke internet.

2.8. *Hedonic Motivation (X₅)*

Hedonic motivation adalah dorongan perasaan individu yang diperoleh dari penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Individu tidak hanya menaruh kepedulian terhadap kinerja suatu sistem, namun juga terhadap perasaan yang ditimbulkan dari penggunaan suatu sistem.

2.9. *Price Value (X₆)*

Price Value menggambarkan nilai dari pengorbanan kognitif pengguna antara keuntungan atau manfaat yang diperoleh dari penggunaan sistem dengan besarnya biaya yang perlu dikeluarkan untuk penggunaan sistem. Nilai harga diasumsikan bahwa pengguna biasanya menanggung biaya moneter dari penggunaan teknologi sedangkan pengembang tidak. *Price value* bernilai positif apabila konsumen memperoleh manfaat yang lebih dibandingkan pengeluaran biaya untuk mengakses teknologi dan hal ini akan menimbulkan dampak positif pada niat pengadopsian teknologi (Venkatesh et al., 2012).

2.10. *Habit (X₇)*

Habit menjelaskan sejauh mana manfaat dari penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan minatnya yang kemudian individu akan menggunakan sistem dalam aktivitasnya. Individu yang melakukan kinerja/aktivitas yang berulang dapat menimbulkan minat, yang kemudian secara otomatis menimbulkan perilaku penggunaan (Venkatesh et al., 2012; Salimon et al., 2023).

3. METODOLOGI

3.1. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif yang merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang dipergunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Malhotra et al., 2017).

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini seluruh Mahasiswa Pascasarjana STIEM Bongaya Makassar pengguna fitur dompet digital aplikasi *Livin'by Mandiri*. Teknik *purposive sampling* digunakan dengan menetapkan kriteria responden yang secara khusus telah menggunakan fitur *Livin'by Mandiri* minimal telah menggunakan 2 kali pada setiap bulan terakhir. Jumlah populasi pengguna aplikasi *Livin'by Mandiri* di Indonesia tidak diketahui secara pasti besarnya, sehingga sampel minimum dapat diketahui melalui perhitungan dengan formula Lemeshow untuk besaran populasi yang tidak diketahui, perhitungannya (Winduwiratsoko, 2018). Sehingga jumlah sampel yang diperlukan ialah sebanyak 149 responden (Ghozali & Latan, 2015).

3.3. Sumber Data

Data primer yang digunakan untuk menunjang penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada calon responden. Kuesioner yang dibagikan kepada responden berbentuk digital menggunakan *link* Google Form.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas (Keabsahan Instrumen)

Uji validitas dengan program SmartPLS 3.0 dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Syarat yang biasanya digunakan untuk menilai validitas yaitu nilai *loading factor* harus lebih dari 0,70. Lebih lanjut, validitas *discriminant* berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (*manifest variable*) konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi, cara untuk menguji *discriminant validity* dengan indikator refleksif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus > 0,70 dan nilainya lebih tinggi dari variabel lainnya (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 2. Keabsahan Instrumen

Causality	Original Sample	T Statistics (O/STDEV)
Comp <- EFEX	0,849	30,108
Compat <- FC	0,895	35,791
EOU <- EFEX	0,895	57,892
Emo <- FE	0,881	47,953
Facon <- FC	0,859	25,854
Imag <- SI	0,759	18,785
Jf <- FE	0,885	43,967
Outex <- FE	0,730	18,779
PBC <- FC	0,870	37,944
PWM <- BI	0,941	83,643
Peof <- EFEX	0,794	20,159
Puse <- FE	0,741	14,720
RI <- BI	0,893	54,880
Relad <- FE	0,876	47,742
Sequa <- BI	0,844	30,018
Sofac <- SI	0,915	66,299
Subnor <- SI	0,894	57,258
Usafre <- UB	0,954	143,186
Usati <- UB	0,928	78,372
Usva <- UB	0,838	26,987

Sumber: Smart-PLS (data diolah, 2023)

Tabel tersebut menunjukkan jika keseluruhan indikator memenuhi *discriminant validity* karena nilai *cross loading* pada seluruh indikator > 0,70 (I. dan H. L. Ghozali, 2015). Nilai *discriminant validity* tertinggi pada variabel *Use Behavior* ditunjukkan

pada indikator *Usage Frequency*. Nilai *discriminant validity* terendah pada variabel *performance expectancy* ditunjukkan pada indikator *outcome expectations*.

4.2. Uji Reliabilitas (Kehandalan Instrumen)

Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan cara menghitung nilai *composite reliability*. Syarat yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6 – 0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory* (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 3. Kehandalan Instrumen

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Behavioral Intention (Z)	0,872	0,922
Effort Expectancy (X ₂)	0,808	0,884
Facilitating Conditions (X ₃)	0,847	0,907
Performance Expectancy (X ₄)	0,882	0,914
Social Influence (X ₅)	0,818	0,893
Use Behavior (Y)	0,893	0,934

Sumber: Smart-PLS (data diolah, 2023)

Nilai reliabilitas konstruk atau *composite reliability* pada Tabel 3 tersebut menunjukkan hasil harus *composite reliability* > 0,7 sehingga dapat dinyatakan jika syarat realibilitas konstruk terpenuhi karena penelitian ini bersifat *confirmatory* faktor. Nilai *composite reliability* tertinggi ditunjukkan melalui variabel *Use Behavior* = 0,934 > 0,7 dan yang terendah dibuktikan melalui *Effort Expectancy* dengan = 0,891 > 0,7. Variabel yang digunakan pada model penelitian ini memiliki tingkat kehandalan data yang tinggi.

4.3. Average variant extracted (AVE)

Selain mengamati nilai *cross loading*, *discriminant validity* juga dapat diketahui melalui metode lainnya yaitu dengan melihat nilai *average variant extracted* (AVE) untuk masing-masing indikator dipersyaratkan nilainya harus > 0,5 untuk model yang baik (I. dan H. L. Ghozali, 2015).

Tabel 4. Average variant extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	P Values
BI	0,798	0,000
EFEX	0,717	0,000

FC	0,765	0,000
FE	0,682	0,000
SI	0,737	0,000
UB	0,825	0,000

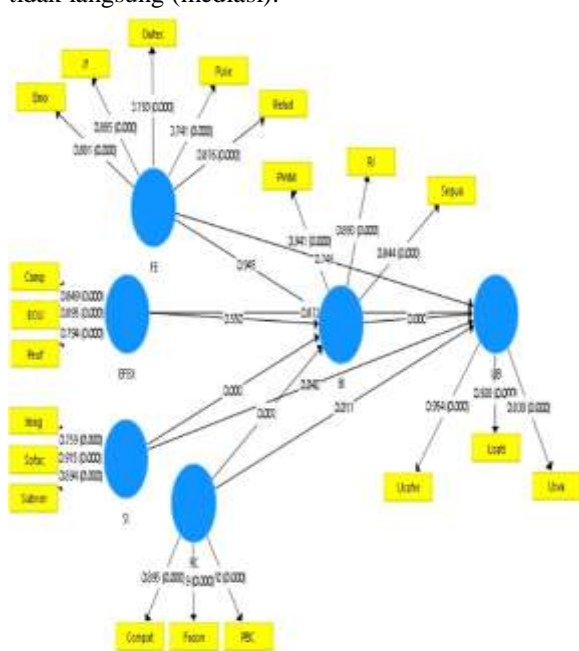
Sumber: Smart-PLS (data diolah, 2023)

Tabel tersebut menunjukkan jika variabel *Behavioral Intention, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, Performance expectancy Social Influence* dan *Use Behavior* memiliki nilai AVE > 0.5.

4.4. Pengujian Model Struktural dan Hipotesis Penelitian

Model struktural (*Inner model*) dievaluasi dengan melihat nilai koefisien parameter jalur hubungan antara variabel laten. Pengujian model struktural (*inner model*) dilakukan setelah model hubungan yang dibangun dalam riset ini sesuai dengan data hasil observasi dan kesesuaian model secara keseluruhan (*goodness-of-fit model*). Tujuan pengujian terhadap model hubungan struktural untuk mengetahui hubungan antara variabel laten yang dirancang dalam studi ini. Dari output model PLS, pengujian model struktural dan hipotesis dilakukan dengan melihat nilai estimasi koefisien jalur dan nilai titik kritis (t-statistik) yang signifikan pada $\alpha = 0,05$.

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian ini, maka pengujian model hubungan dan hipotesis antara variabel dapat dilakukan dengan dua tahapan yaitu: (1) pengujian koefisien jalur pengaruh langsung, dan (2) pengujian koefisien jalur pengaruh tidak langsung (mediasi).



Gambar 1. Hipotesis Langsung dan Tidak Langsung

Sumber : Smart-PLS (data diolah, 2023)

Nilai t-statistik diperoleh dari hasil *bootstrapping* dengan software Smart PLS 3. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Perbandingan t- statistik dengan t-tabel digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Penggunaan SMART-PLS mensyaratkan skor *koefisien path* yang ditunjukkan oleh nilai *T-statistic*, harus di atas 1,96 untuk hipotesis dua arah (*two-tailed*) dan di atas 1,64 untuk hipotesis satu arah (*one-tailed*). Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan nilai *statistic*, maka untuk nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan Hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika t-statistik > 1,96.

Tabel 5. Hypotesis testing

Variabel			t-statistic	p-values
Eksogen	Mediating	Endogen		
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	➔	<i>Use Behavior</i> (UB)	4,496	0,000
<i>Effort Expectancy</i> (EFEX)	➔	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0,599	0,550
<i>Effort Expectancy</i> (EFEX)	➔	<i>Use Behavior</i> (UB)	0,398	0,691
<i>Facilitating Conditions</i> (FC)	➔	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	3,070	0,002
<i>Facilitating Conditions</i> (FC)	➔	<i>Use Behavior</i> (UB)	5,290	0,000
<i>Performance Expectancy</i> (FE)	➔	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0,069	0,945
<i>Performance Expectancy</i> (FE)	➔	<i>Use Behavior</i> (UB)	0,391	0,696
<i>Social Influence</i> (SI)	➔	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	23,020	0,000
<i>Social Influence</i> (SI)	➔	<i>Use Behavior</i> (UB)	3,803	0,000
<i>Effort Expectancy</i> (EFEX)	➔	<i>Use Behavior</i> (UB)	0,586	0,558
<i>Facilitating Conditions</i> (FC)	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	<i>Use Behavior</i> (UB)	2,477	0,014
<i>Performance Expectancy</i> (FE)	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	<i>Use Behavior</i> (UB)	0,067	0,947

<i>Social Influence</i> (SI)	<i>Behavioral Intention</i> (BI)	<i>Use Behavior</i> (UB)	4,361	0,000
---------------------------------	-------------------------------------	-----------------------------	-------	-------

Sumber: Smart-PLS (data diolah, 2023)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan t-statistik dengan t-tabel. Perbandingan t-statistik dengan t-tabel digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel, jika t-statistik > t-tabel maka hipotesis penelitian dinyatakan diterima, demikian pula sebaliknya jika nilai t-statistik < t-tabel maka hipotesis yang diajukan dinyatakan ditolak.

4.5. Pembahasan Hasil Penelitian

1) *Use behavior* berpengaruh terhadap *behavioral intention*

Pengujian koefisien jalur pada H₁ dinyatakan **diterima**, karena mempunyai nilai t-statistik (4,496>1.96). Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan dukungan pada V. Venkatesh, (2003) yang menyebutkan bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh langsung terhadap *use behavior*. Temuan ini mengindikasikan keinginan seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi informasi. Artinya seseorang akan menggunakan sistem informasi jika mereka percaya bahwa sistem itu bisa dipercaya. Sehingga memberikan keunggulan dalam bersaing di pasar serta peningkatan kinerja seseorang (Febriani et al., 2023).

2) *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention*

Pengujian koefisien jalur pada H₂ dinyatakan ditolak karena mempunyai nilai t-statistik (0,599<1.96). Hasil pengujian tidak sejalan dengan hipotesis yang diajukan. Hasil ini menjelaskan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Temuan ini mengindikasikan minat dari sikap atau perilaku konsumen dalam penggunaan sistem informasi atau layanan di masa depan. Artinya seseorang menggunakan sistem informasi jika memiliki keinginan akan penggunaan sistem tersebut (Christiono, 2018).

3) *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *use behavioral*

Pengujian koefisien jalur pada H₃ menunjukkan nilai negative atau **ditolak** karena mempunyai nilai t-statistik yakni sebesar (0,398<1,96), Hasil ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *use behavioral*. Hal ini mengindikasikan harapan atau ekspektasi individu terhadap penggunaan sistem, dan ekspektasi individu mengenai pengadopsian system dalam pekerjaannya. Kemudahan penggunaan saat

mengakses teknologi dan rasa nyaman saat menggunakannya (Febriani et al., 2023).

4) *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *behavioral intention*

Pengujian H₄ dinyatakan **diterima** karena mempunyai nilai t-statistik (3,070>1.96). Hasil pengujian ini menunjukkan dukungan terhadap hipotesis yang di ajukan bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil ini menjelaskan bahwa jika fasilitas atau infrastruktur organisasi mendukung penggunaan informasi baru maka akan mempengaruhi keinginan, sikap atau perilaku konsumen untuk menggunakan sistem informasi pada perusahaan.

5) *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *Use Behavior*

Nilai koefisien jalur pada H₅ dinyatakan **diterima** karena mempunyai nilai t-statistik (5,290>1.96). Hasil pengujian ini menunjukkan dukungan terhadap hipotesis yang di ajukan bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh terhadap *use behavior*. Hasil ini menjelaskan bahwa jika fasilitas atau infrastruktur organisasi mendukung penggunaan informasi baru maka akan mempengaruhi bagaimana konsumen menggunakan sistem informasi yang ada, bahwa mahasiswa memiliki kepercayaan yang tinggi jika infrastruktur yang mereka gunakan dapat mendukung dalam menggunakan teknologi sehingga berdampak pada tingginya intensitas mahasiswa dalam menggunakan teknologi informasi (Pangestu, 2022).

6) *Performance expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*

Pengujian koefisien jalur pada H₆ **ditolak** karena mempunyai nilai t-statistik (0,069>1.96). Hasil pengujian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang di ajukan. Pengujian yang dilakukan menjelaskan bahwa *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil ini menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu sistem akan mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan sistem informasi (Gunawan, 2019).

7) *Performance expectancy* berpengaruh terhadap *use behaviour*

Pengujian koefisien jalur pada H₇ dinyatakan **ditolak** karena mempunyai nilai t-statistik (0,069>1.96). Hasil pengujian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang di ajukan. Pengujian yang dilakukan menjelaskan bahwa *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *use behaviour*. Hasil ini menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu sistem akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan sistem informasi.

8) *Social Influence berpengaruh terhadap behavioral intention*

Nilai koefisien jalur pada pengujian H_8 dinyatakan **diterima** karena mempunyai nilai t-statistik ($23,020 > 1.96$). Hasil pengujian ini menunjukkan dukungan terhadap hipotesis yang di ajukan bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil ini menjelaskan bahwa kemampuan lingkungan atau keadaan sosial mempengaruhi niat konsumen dalam penggunaan sistem informasi, bahwa semakin baik keadaan social yang dirasakan, maka semakin tinggi (baik) perilaku mahasiswa untuk memiliki keinginan menggunakan *livin'by Mandiri* secara terus menerus (Julyazti et al., 2023).

9) *Social Influence berpengaruh terhadap Use Behavior*

Pengujian koefisien jalur pada H_9 dinyatakan **diterima** karena mempunyai nilai t-statistik ($23,020 > 1.96$). Hasil pengujian ini menunjukkan dukungan terhadap hipotesis yang di ajukan bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap *use behavior*. Hasil ini menjelaskan bahwa kemampuan lingkungan atau keadaan sosial mempengaruhi perilaku dan keinginan konsumen dalam menggunakan sistem informasi.

10) *Effort Expectancy berpengaruh terhadap use behavior dimediasi behavioral intention*

Nilai koefisien jalur pada H_{10} dinyatakan **ditolak** karena mempunyai nilai t-statistik ($0,586 > 1.96$). Hasil pengujian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang di ajukan. Pengujian yang dilakukan menjelaskan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *use behaviour* yang dimediasi *behavioral intention*. Hasil ini menjelaskan bahwa *behavioral intention* tidak mampu memediasi secara sempurna *effort expectancy* terhadap *use behavior*. Hal ini dapat terjadi karena konsumen tidak selalu mengharapkan atau percaya terhadap penggunaan sistem informasi.

11) *Facilitating Conditions berpengaruh terhadap use behavior dimediasi behavioral intention*

Hasil pengujian H_{11} dinyatakan **diterima** karena mempunyai nilai t-statistik ($2,477 > 1.96$). Hasil pengujian ini sejalan dengan hipotesis yang di ajukan. Pengujian yang dilakukan menjelaskan bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh terhadap *use behaviour* yang dimediasi *behavioral intention*. Hasil ini menjelaskan bahwa *behavioral intention* mampu memediasi secara sempurna *facilitating conditions* terhadap *use behavior*. Hal ini dapat terjadi karena fasilitasi yang dimiliki membuat konsumen tertarik untuk menggunakan sistem informasi. Selain itu pengguna lebih mempertimbangkan faktor lainnya seperti pengaruh sosial, kepercayaan maupun kebiasaan.

12) *Performance expectancy berpengaruh terhadap use behavior dimediasi behavioral intention*

Pengujian H_{12} dinyatakan **ditolak** karena mempunyai nilai t-statistik ($0,067 > 1.96$). Hasil pengujian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang di ajukan. Pengujian yang dilakukan menjelaskan bahwa *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *use behaviour* yang dimediasi *behavioral intention*. Hasil ini menjelaskan bahwa *behavioral intention* tidak mampu memediasi secara sempurna *performance expectancy* terhadap *use behavior*. Hal ini dapat terjadi karena konsumen tidak selalu mempertimbangkan manfaat yang akan dirasakan dengan penggunaan sistem informasi. manfaat yang dirasakan pengguna biasanya akan dirasakan diawal penggunaan sedangkan untuk penggunaan selanjutnya pengguna lebih mempertimbangkan faktor lainnya seperti kepercayaan maupun kebiasaan.

13) *Social Influence berpengaruh terhadap use behavior dimediasi behavioral intention*

Pengujian H_{13} dinyatakan **diterima** karena mempunyai nilai-nilai t-statistik ($4,361 > 1.96$). Hasil pengujian ini sejalan dengan hipotesis yang di ajukan. Pengujian yang dilakukan menjelaskan bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap *use behaviour* yang dimediasi *behavioral intention*. Hasil ini menjelaskan bahwa *behavioral intention* mampu memediasi secara sempurna *social influence* terhadap *use behavior*. Hal ini berarti semakin tinggi *social influence* yang dimediasi *behavioral intention* menimbulkan pengaruh terhadap meningkatnya *use behavior* sistem informasi pada *livin' by mandiri*.

5. KESIMPULAN

Hasil pengujian untuk pengaruh langsung ini menunjukkan bahwa *behavioral intention*, *Facilitating Conditions*, *Social Influence*, berpengaruh terhadap *Use Behavior*, sedangkan *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *use behavioral*. Adapun hasil pengaruh langsung menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions*, *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Pada pengujian lainnya menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* dan *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *use behaviour* yang dimediasi *Behavioral Intention*, sedangkan *Effort Expectancy* dan *Performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *use behaviour* yang dimediasi *behavioral intention*.

DAFTAR PUSTAKA

Christiono, D. I. (2018). Analisis pengaruh performance expectancy dan effort expectancy terhadap behavioral intention pada online

- marketplace. *Agora*, 6(2).
- Desvira, N. S., & Aransyah, M. F. (2023). Analysis of Factors Influencing Interest and Behavior in Using ShopeePay Features Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(2), 178-191.
- Darmawan, D., & Fauzi, K. N. (2013). *Sistem Informasi Manajemen*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Elena, M. (2022). *BI Catat Nilai Transaksi E-commerce Tembus Rp 401 Triliun pada 2021*, " *Jan*, 27, 2022. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220127/9/1494047/bi-catat-nilai-transaksi-e-commerce-tembus-rp401-triliun-pada-2021>.
- Febriani, N. K. D., Utami, N. W., & Putri, I. G. A. P. D. (2023). Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Pada UMKM Dengan Metode UTAUT 2 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 17(1), 67-82.
- Ghozali, I. & Latan H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Gunawan, C. F. (2019). Pengaruh Performance Expectancy Dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention Di Aplikasi Hijabenska. *Agora*, 7(2).
- Hafifah, L. L., Utami, N. W., & Putri, I. G. A. P. D. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech ShopeePay Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 15(2). doi: 10.30813/jab.v15i2.3574.
- Julyazti, N. F., Alfarisi, M. F., & Adrianto, F. (2023). Pengaruh Behavioral Intention dan User Behavioral terhadap Gender sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 187-197.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing research: An applied approach*. Pearson.
- Pangestu, M. G. (2022). Behavior intention penggunaan digital payment qris berdasarkan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)(Studi pada UMKM sektor industri makanan & minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(1).
- Salimon, M. G., Kareem, O., Mokhtar, S. S. M., Aliyu, O. A., Bamgbade, J. A., & Adeleke, A. Q. (2023). Malaysian SMEs m-commerce adoption: TAM 3, UTAUT 2 and TOE approach. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(1), 98-126.
- Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) dengan Menggunakan Model UTAUT 2 (Studi Empiris pada Pengguna Sistem Informasi manajemen Daerah (SIMDA) di Kota Salatiga). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1).1-15.
- Sjahrudin, H., Sutaguna., Par, M., Wibowo, T. S., & Kom, M. (2023). *Pengenalan Dasar Manajemen*. CV Rey Media Grafika.
- Utami, R. A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku UMKM Menggunakan E-Commerce (Studi Kasus Pada Aplikasi Pesan Bungkus di Kota Samarinda). *Universitas Mulawarman*.
- Utami, R. A., & Irwansyah, I. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi E-Wallet Dana Di Kota Samarinda. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 11(2), 60-70.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178.
- Winduwiratsoko. (2018). *Analisis Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*.
- Wirasmini, T. C. M. (2022). *Pengaruh Faktor Ekspektasi Kinerja, Nilai Harga, Motivasi Hedonis dan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Buleleng dalam Penggunaan Mobile Banking* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).