

ANALISIS PENERAPAN MODEL UTAUT2 (*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) 2) TERHADAP PERILAKU PENGGUNA *MOBILE BANKING*

Widya Wahyuni^{1*} & Febrina Wulandari^{2*}

*Politeknik Negeri Batam
Program Studi Akuntansi Manajerial
Jl. Ahmad Yani, Batam Centre, Kota Batam, 29461, Indonesia
E-mail: wahyuniwidya050@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan model UTAUT2 terhadap perilaku pengguna mobile banking. Data yang digunakan adalah data nominal dan ordinal, dan sumber data adalah data primer dari mahasiswa Politeknik Negeri Batam. Sampel penelitian sebanyak 131 mahasiswa dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan *Google Form*. Pengolahan data dilakukan dengan program SPSS, termasuk uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi. Penelitian ini juga melibatkan uji asumsi klasik, termasuk uji normalitas. Hasil penelitian menemukan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap pengguna mobile banking.

Kata kunci: Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitas, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan, Mobile Banking

Abstract

This research aims to analyze the application of the UTAUT2 model to mobile banking user behavior. The data used is nominal and ordinal data, and the data source is primary data from Batam State Polytechnic students. The research sample was 131 students selected using purposive sampling technique. Data was collected through a questionnaire using Google Form. Data processing was carried out using the SPSS program, including validity, reliability and regression analysis tests. This research also involves classical assumption tests, including normality tests. The research results found that Performance Expectancy, Effort Expectancy, Sosial Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, and Habit Behavior has a positive influence on mobile banking users.

Keywords: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Sosial Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit Behavior, Mobile Banking

1. Pendahuluan

Di zaman modern ini, kemajuan teknologi informasi dan sistem informasi telah mengubah banyak aspek kehidupan sehari-hari secara signifikan. Salah satu contoh terkemuka dari kemajuan ini adalah internet, yang telah memungkinkan berbagai aktivitas elektronik menjadi lebih mudah dan terintegrasi, termasuk di dalamnya layanan-layanan penting seperti perbankan elektronik, pemerintahan elektronik, dan perpustakaan elektronik. Dalam sektor perbankan, teknologi memainkan peran yang sangat krusial. Perkembangan dalam teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet telah menghasilkan berbagai aplikasi bisnis elektronik yang memfasilitasi transaksi, pengelolaan informasi, dan interaksi antara bank dengan nasabah. Evolusi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam operasi perbankan, tetapi juga memungkinkan pelayanan yang lebih cepat, aman, dan responsif terhadap kebutuhan nasabah.

Penggunaan teknologi informasi memang sangat penting dalam era modern ini, dan banyak perusahaan dan organisasi mulai menyadari manfaat besar yang bisa diperoleh dari sistem informasi yang baik. Namun, tidak semua implementasi teknologi informasi berjalan lancar. Beberapa organisasi mengalami kegagalan dalam menerapkan sistem informasi, yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor baik dari dalam organisasi maupun dari lingkungan eksternal mereka.

Penggunaan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional bank tetapi juga memberikan kemudahan dan aksesibilitas bagi nasabah, terutama di daerah-daerah yang mungkin sulit dijangkau oleh infrastruktur perbankan tradisional. Dengan demikian, mobile banking berperan penting dalam inklusi keuangan, memungkinkan lebih banyak orang untuk terlibat dalam sistem perbankan formal.

Perkembangan mobile banking saat ini adalah pengaruh dari adanya keinginan atau kemauan seseorang untuk menerima dan memakai suatu teknologi yang berkembang. Akibat yang timbul dari adanya persepsi pengguna teknologi informasi inilah

yang pada akhirnya akan mempengaruhi bagaimana sikap seseorang terhadap teknologi informasi tersebut, apakah mereka dapat menerima atau sebaliknya justru menolak. Untuk mengetahui bagaimana penerimaan suatu teknologi bagi pengguna maka digunakanlah suatu teori *Technology Acceptance*.

Di antara berbagai model *Technology Acceptance* yang ada, salah satu yang populer dan relevan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Dengan menggunakan pendekatan UTAUT 2, penelitian ini akan menganalisis data yang diperoleh dari responden mahasiswa untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mendorong atau menghambat penggunaan mobile banking.

Menurut Wu dkk. (2010), kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menawarkan beragam kemungkinan untuk sistem komunikasi, interaksi, dan penyampaian multimedia di universitas. Integrasi teknologi ini di sektor perbankan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan interaksi yang nyaman antara bank dan nasabah.

Di Indonesia, layanan perbankan online memiliki manfaat yang diatur oleh 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 via SMS. Mobile banking memudahkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo tanpa harus datang ke bank secara fisik.

Industri perbankan telah memperkenalkan berbagai saluran perbankan elektronik untuk mempermudah nasabah dalam mengakses layanan keuangan. Salah satu kemudahan yang ditawarkan perbankan di era digital ini adalah diperkenalkannya aplikasi mobile banking. Aplikasi ini memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyediakan berbagai layanan keuangan, mulai dari transfer dana, pembayaran tagihan, hingga pengecekan saldo, semuanya dapat dilakukan melalui ponsel.

Bank Indonesia mencatat kinerja transaksi ekonomi dan keuangan digital tetap kuat, didukung oleh sistem pembayaran yang aman, lancar, dan andal. Pada November 2023, nilai transaksi digital banking mencapai Rp5.163,76 triliun, mengalami pertumbuhan sebesar 13,21% year-on-year, seperti yang diinformasikan oleh Bank Indonesia dan dikutip oleh IDX Channel. Pertumbuhan ini mencerminkan meningkatnya kepercayaan dan penggunaan layanan digital oleh masyarakat. Keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk perbankan elektronik, seperti mobile banking, sangat dipengaruhi oleh minat dan kenyamanan seseorang. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat ini termasuk kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan ketersediaan fitur yang relevan dengan kebutuhan nasabah. Dengan demikian, perbankan terus berinovasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan menjamin keamanan layanan mereka, sehingga dapat menarik lebih banyak nasabah untuk beralih ke layanan digital.

Menurut Titalessy (2020), pemanfaatan mobile banking dapat membantu mengurangi salah satu penyebab inflasi di Indonesia. Mobile banking mampu mengurangi jumlah uang yang beredar di masyarakat dengan menyediakan prosedur yang nyaman, praktis, dan hemat biaya bagi individu untuk melakukan transaksi dan mengakses layanan keuangan. Dengan demikian, mobile banking tidak hanya mempermudah nasabah dalam bertransaksi tetapi juga berpotensi memberikan dampak positif pada perekonomian dengan mengendalikan jumlah uang yang beredar dan mendukung stabilitas ekonomi.

Dalam upaya mengisi gap permasalahan dalam menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan dan perilaku penggunaan mobile banking, penulis merujuk pada model yang mutakhir, yakni *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang digagas oleh Venkatesh et al, (2012). Melalui UTAUT 2, dapat diketahui bagaimana penerapan dan penggunaan teknologi dari sudut pandang mahasiswa sebagai konsumen pengguna teknologi informasi dan sistem informasi. Model

UTAUT 2 merupakan pengembangan dari model asli UTAUT yang bertujuan untuk lebih efektif memprediksi, menjelaskan, dan menganalisis perilaku penerimaan teknologi informasi dan sistem informasi oleh masyarakat.

Penelitian ini menjadi penting karena dapat membantu memprediksi seberapa sukses implementasi teknologi dalam suatu organisasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman lebih mendalam mengenai adopsi teknologi di kalangan mahasiswa dan dapat digunakan oleh penyedia layanan perbankan untuk mengoptimalkan strategi mereka dalam meningkatkan penggunaan mobile banking.

Penelitian ini juga akan memberikan wawasan praktis bagi pengembang aplikasi mobile banking dalam merancang fitur dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa, serta bagi institusi pendidikan dalam mengintegrasikan literasi digital ke dalam kurikulum mereka. Oleh karena itu, penulis akan mengangkat topik penelitian ini dengan judul “Analisis Penerapan Model (UTAUT2) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* Terhadap Perilaku Pengguna *Mobile Banking*”.

2. Kerangka Teori

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Pada tahun 2003, Venkatesh dan beberapa peneliti lain mengeluarkan sebuah ide metodologi penerimaan pengguna (*user acceptance*) yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Pada model ini terdapat 4 variabel yang memiliki peranan penting yaitu, *Performance expectancy* yang memiliki hubungan dengan lima variabel model sebelumnya yaitu *perceived usefulness* (TAM/TAM2 dan C-TAM- TPB), *extrinsic motivation* (MM), *job-fit* (MPCU), *relative advantage* (IDT), dan *outcome expectacuions* (SCT). *Effort expectancy* yang memiliki hubungan dengan tiga variabel dari model sebelumnya yaitu, *perceived ease of use* (TAM/TAM2), *complexity* (MPCU), dan *ease of use* (IDT). *Social influence* memiliki hubungan dengan

tiga variabel model sebelumnya yaitu, *subjective norm* (TAM2), *social factors* (MPCU) dan *image* (IDT). *Facilitating Conditions* memiliki hubungan dengan tiga variabel model sebelumnya yaitu, *perceived behavioral control* (TPB), *facilitating conditions* (MPCU), dan *compatibility* (IDT). Model UTAUT yang merupakan salah satu model penerimaan teknologi kemudian dikembangkan menjadi UTAUT2 pada tahun 2012 oleh Venkatesh et al. (2012). UTAUT2 merupakan perluasan dari UTAUT dengan menambahkan 3 konstruk utama untuk mengadopsi teknologi yaitu motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) tepat untuk digunakan karena teori/model ini adalah penerimaan teknologi terbaru yang merupakan unifikasi, sintesis, ataupun rangkuman dari delapan teori/model penerimaan teknologi yang telah ada sebelumnya. Tidak seperti UTAUT yang konteksnya adalah organisasional, UTAUT 2 mampu menjelaskan penerimaan teknologi yang konteksnya adalah *consumer use* (Venkatesh et al, 2012). Metode UTAUT 2 merupakan sintesis atau penggabungan dari pada elemen-elemen yang terdapat dalam delapan model penerimaan teknologi terkemuka lainnya dengan tujuan untuk memperoleh kesatuan pandangan mengenai user atau pengguna (Kusuma, 2015). Model UTAUT merupakan sebuah kerangka teoritis yang sangat berpengaruh yang digunakan secara luas untuk menyelidiki penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi.

Pengembangan Hipotesis

Metode UTAUT merupakan sebuah model penelitian penerimaan pengguna yang bertujuan untuk menjelaskan niat pengguna untuk menggunakan suatu system dan perilaku penggunaan selanjutnya (Venkatesh et al, 2003). Keunggulan UTAUT adalah mampu menjelaskan bagaimana perbedaan individu dapat mempengaruhi penggunaan teknologi yaitu mampu menjelaskan hubungan antara manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan niat untuk menggunakan suatu teknologi Venkateshet al (2003).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2

(UTAUT 2) tepat untuk digunakan karena teori/model ini adalah penerimaan teknologi terbaru yang merupakan unifikasi, sintesis, ataupun rangkuman dari delapan teori/model penerimaan teknologi yang telah ada sebelumnya. Tidak seperti UTAUT yang konteksnya adalah organisasional, UTAUT 2 mampu menjelaskan penerimaan teknologi yang konteksnya adalah *consumer use* (Venkatesh et al, 2012). Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan maka hipotesisnya adalah :

H1: *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna *mobile banking*.

H2: *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna *mobile banking*.

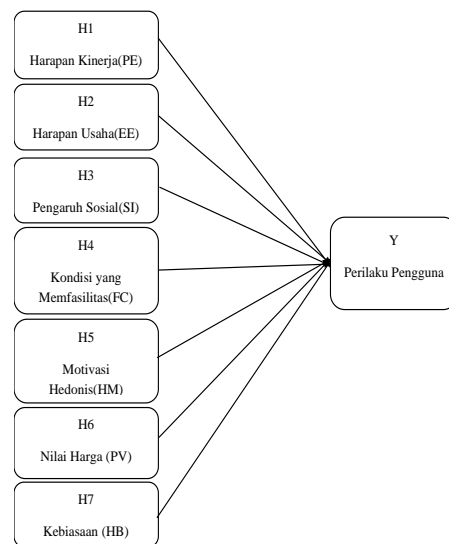
H3: *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna *mobile banking*.

H4: *Facilitating Condition* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna *mobile banking*.

H5: *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna *mobile banking*.

H6: *Price Value* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna *mobile banking*.

H7: *Habit Behavior* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pengguna *mobile banking*.



3. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Politeknik Negeri Batam, penelitian ini melibatkan 131 mahasiswa dan memanfaatkan data dari sumber primer yang dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan *Google Form*. Analisis dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25.0 yang meliputi uji validitas,

reliabilitas, dan regresi, serta uji asumsi klasik. Metode kuantitatif dipilih dikarenakan terdapat hipotesis yang ingin peneliti uji.

Teknik Penetapan Jumlah Sampel

Menurut data dari akademis Politeknik Negeri Batam ada 96 mahasiswa Program Studi Akuntansi Manajerial angkatan tahun 2020 kelas pagi, dan 101 mahasiswa kelas malam. Populasi dari penelitian ini berjumlah 197 mahasiswa dari Politeknik Negeri Batam Program Studi Akuntansi Manajerial angkatan tahun 2020. Teknik penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, karena dapat membantu menentukan ukuran sampel yang representatif atau akurat dan dapat dipercaya tanpa harus memeriksa seluruh populasi. Rumus Slovin dapat membantu menentukan ukuran sampel yang diperlukan untuk mencapai tingkat kepercayaan statistik yang diinginkan, dan memberi keuntungan dalam hal efisiensi biaya dan waktu dalam pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2017) penetapan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin adalah :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, kemudian dikuadratkan.

Berdasarkan rumus Slovin, besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah :

$$n = N / (1 + (197 \times 0,05^2))$$

$$n = 197 / (1 + (197 \times 0,0025))$$

$$n = 197 / (1 + 0,5)$$

$$n = 197 / 1,5$$

$$n = 131$$

Maka, besar sampel pada penelitian ini sebanyak 131 mahasiswa yang akan dijadikan responden.

Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel pada penelitian ini adalah secara acak atau *probability sampling*. *Probability sampling* yang akan peneliti gunakan adalah *sample random sampling*, karena sampel yang peneliti gunakan adalah mahasiswa Program Studi akuntansi manajerial angkatan tahun 2020. *Purposive sampling* dapat menghemat waktu dan mengidentifikasi sampel sesuai dengan karakteristik yang sudah dijabarkan.

Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menghitung korelasi antara score masing-masing butir pertanyaan dengan total score. Pada tampilan output SPSS dapat di lihat korelasi antara masing-masing butir pertanyaan terhadap total score, butir pertanyaan yang akan menunjukkan hasil yang signifikan pada 0,01 dan 0,05.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengukur sejauh mana alat pengukuran yaitu kuesioner memberikan hasil yang konsisten atau stabil jika diujikan kepada individu yang sama pada waktu yang berbeda. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas yaitu sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Menguji reliabilitas dapat menggunakan alat statistik seperti Cronbach's Alpha. Menurut Straub et al., (2004) untuk memenuhi kriteria konsistensi internal, Cronbach's alpha harus di atas 0,60 untuk survei eksplorasi, dan 0,70 untuk studi konfirmasi. Nilai Cronbach's Alpha mengindikasikan sejauh mana item-item dalam kuesioner saling konsisten atau memiliki hubungan yang kuat satu sama lain. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7, maka kuesioner dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Nilai di atas 0,8 dianggap sangat baik dalam hal reliabilitas. Rumus Alpha Cronbach adalah :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

R11 = Reliabilitas yang dicari

N = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 = Varians total

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel keterikatan atau kebebasan mempunyai distribusi normal atau tidak (Juliandi dkk., 2015). Menurut Ghozali (2018) ada dua metode yang umum digunakan untuk mengecek normalitas residual

dalam model regresi. Pengujian normalitas dapat dilihat dari P-P Plot (*Probability-Probability Plot*) adalah grafik yang membandingkan distribusi data dengan distribusi yang diharapkan (biasanya distribusi normal). Jika data berada di sekitar garis diagonal dengan baik, itu menunjukkan bahwa data tersebut sesuai dengan distribusi yang diharapkan.

Pengujian normalitas dapat dilihat dari histogram adalah representasi visual dari distribusi data. Jika distribusi data menyerupai kurva lonceng yang simetris dan berimbang di sekitar nilai tengah, itu menunjukkan kecenderungan distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi ketika terdapat korelasi yang kuat di antara variabel independen, yang bisa mengganggu interpretasi hasil regresi. Ada dua metode umum yang digunakan untuk mengidentifikasi multikolinearitas dalam analisis regresi, yaitu dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. VIF mengukur seberapa banyak varian dari suatu koefisien regresi diperbesar karena multikolinearitas. Umumnya, semakin tinggi nilai VIF, semakin besar pengaruh multikolinearitas. Batasan umum yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah ketika nilai VIF melebihi 10 atau jika nilai *tolerance* kurang dari 0,1.

Nilai *tolerance* menunjukkan seberapa banyak variasi dari variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel lain dalam model. *Tolerance* adalah kebalikan dari VIF. Batasan umumnya adalah nilai *tolerance* kurang dari 0,1, yang menunjukkan kemungkinan adanya multikolinearitas jika nilai tersebut sangat rendah. Ketika nilai VIF lebih dari 10 atau nilai *tolerance* kurang dari 0,1 untuk satu atau beberapa variabel independen dalam model regresi, itu bisa menjadi indikasi adanya multikolinearitas yang signifikan. Adanya multikolinearitas dapat menyulitkan interpretasi koefisien regresi, mengganggu analisis prediksi, dan mempengaruhi kestabilan model.

Uji Heteroskedastisitas

Analisis heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah varian dari residual (selisih antara nilai prediksi yang dihasilkan oleh model dan nilai yang sebenarnya dari data) konstan atau tidak konstan di seluruh rentang nilai variabel independen (Juliandi dkk., 2015). Untuk menentukan adanya heteroskedastisitas, salah satu metode yang umum digunakan adalah melalui grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya.

Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2010), analisis regresi linier berganda adalah alat analisis untuk memprediksi nilai pengaruh dua variabel independen atau lebih pada variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya variabel tersebut hubungan fungsional antara dua atau lebih variabel bebas menjadi satu variabel tak bebas. Analisis regresi digunakan untuk memeriksa hubungan antara variabel independen (harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitas, motivasi hedonis, kebiasaan, nilai harga) dengan variabel dependen (perilaku pengguna). Analisis ini dapat menentukan apakah ada hubungan positif atau negatif antara harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitas, motivasi hedonis, kebiasaan, nilai harga dengan perilaku pengguna. Dengan analisis regresi, dapat melakukan pengujian hipotesis statistik untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen signifikan secara statistik. Rumus dari analisis regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + b_5.X_5 + b_6.X_6 + b_7.X_7$$

Keterangan :

Y = Perilaku Pengguna

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$ = Koefisien regresi variabel bebas

X_1 = Harapan Kinerja

X_2 = Harapan Usaha

X_3 = Pengaruh Sosial

X_4 = Kondisi yang Memfasilitas

X_5 = Motivasi Hedonis

X_6 = Nilai Harga

X_7 = Kebiasaan

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Hasil uji Validitas

Tabel 1.

Harapan Kinerja (X1)

Item Pernyataan		Nilai Korelasi	Keterangan
Harapan	X1_1	0,720 > 0,1703	Valid

Kinerja X1	X1_2	0,716 > 0,1703	Valid
	X1_3	0,575 > 0,1703	Valid
	X1_4	0,645 > 0,1703	Valid

Sumber : SPSS. 25.00

Tabel 2.

Harapan Usaha (X2)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan	
Harapan Usaha X2	X2_5	0,785 > 0,1703	Valid
	X2_6	0,757 > 0,1703	Valid
	X2_7	0,728 > 0,1703	Valid
	X2_8	0,783 > 0,1703	Valid

Sumber : SPSS. 25.00

Tabel 3.

Pengaruh Sosial (X3)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan	
Pengaruh Sosial X3	X3_9	0,671 > 0,1703	Valid
	X3_10	0,712 > 0,1703	Valid
	X3_11	0,711 > 0,1703	Valid

Sumber : SPSS. 25.00

Tabel 4.

Kondisi yang Memfasilitas (X4)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan	
Kondisi yang Memfasilitas X4	X4_12	0,725 > 0,1703	Valid
	X4_13	0,547 > 0,1703	Valid
	X4_14	0,636 > 0,1703	Valid
	X4_15	0,483 > 0,1703	Valid

Sumber : SPSS. 25.00

Tabel 5.

Motivasi Hedonis (X5)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan	
Motifasi Hedonis X5	X5_16	0,659 > 0,1703	Valid
	X5_17	0,741 > 0,1703	Valid
	X5_18	0,744 > 0,1703	Valid
	X5_19	0,762 > 0,1703	Valid

Sumber : SPSS. 25.00

Tabel 6.

Nilai Harga (X6)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan	
Kebiasaan X6	X6_20	0,666 > 0,1703	Valid
	X6_21	0,560 > 0,1703	Valid

Sumber : SPSS. 25.00

Tabel 7.

Kebiasaan (X7)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan	
Nilai Harga X7	X7_22	0,785 > 0,1703	Valid
	X7_23	0,727 > 0,1703	Valid
	X7_24	0,699 > 0,1703	Valid

Sumber : SPSS. 25.00

Tabel 8.

Perilaku Pengguna (Y)

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan	
Perilaku Pengguna Y	Y_25	0,739 > 0,1703	Valid
	Y_26	0,567 > 0,1703	Valid
	Y_27	0,703 > 0,1703	Valid

Sumber : SPSS. 25.00

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa dari seluruh item yang diajukan terhadap responden dinyatakan bahwa seluruhnya valid. Data ini dilihat dari nilai korelasi pada variabel di atas lebih tinggi dari pada nilai r yaitu 0,1703. Tabel r yang 131 responden maka tingkat signifikan 0,05 sebesar 0,1703.

Uji Reliabilitas

Tabel 9.

Hasil uji Reliabilitas

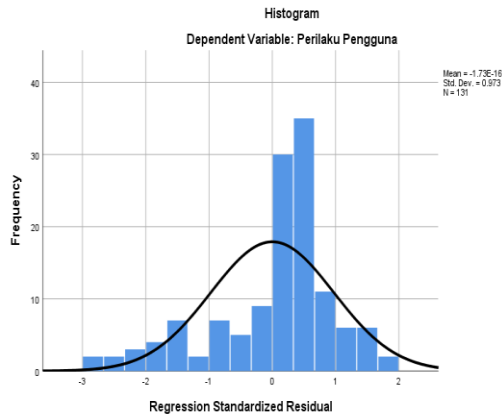
Variabel	Cronbach Alpha	R Tabel	Keterangan
Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitas, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan, Perilaku Pengguna	0,955	0,60	Reliabel

Sumber : SPSS. 25.00

Dari tabel, dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen penelitian sudah mencapai karena semua variabel > 0,60. Kesimpulan dari data ini bahwa item pernyataan dari setiap variabel sudah menjelaskan gambaran tentang variabel yang diteliti, instrument ini dikatakan reliabel atau terpercaya.

Analisis Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

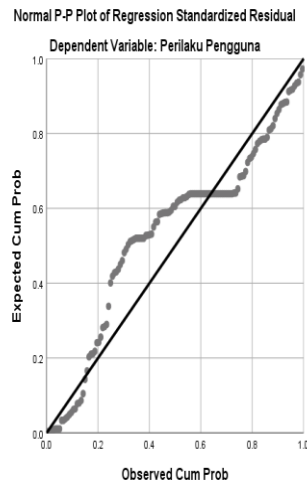


Sumber : SPSS. 25.00

Gambar 1. Histogram

Dari histogram di atas dapat dilihat bahwa uji ini dikatakan normal, karena data menyerupai kurva lonceng yang simetris dan berimbang di sekitar nilai tengah.

Pengujian normalitas dapat dilihat dari P-P Plot (Probability-Probability Plot) adalah grafik yang membandingkan distribusi data dengan distribusi yang diharapkan (biasanya distribusi normal).



Sumber : SPSS. 25.00

Gambar 2. Normal P-P Plot

Dari gambar di atas bisa kita lihat bahwa model regresi berdistribusi normal, karena data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal dengan baik.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 10 .

Hasil Uji Multikolinearitas

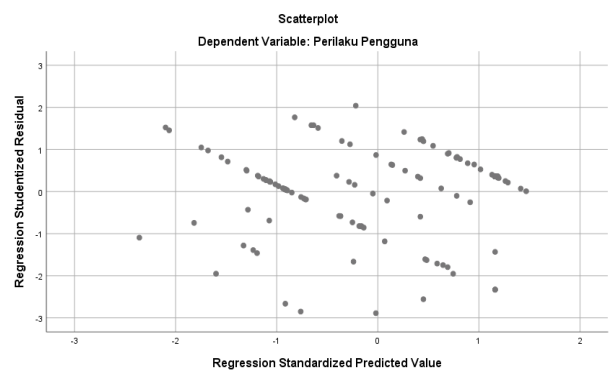
Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.976	1.043		.936	.351		
	Harapan Kinerja	-.023	.092	-.022	-.250	.803	.430	2.326
	Harapan Usaha	.031	.103	.036	.305	.761	.241	4.152
	Pengaruh Sosial	.316	.094	.291	3.354	.001	.457	2.189
	Kondisi yang Memfasilitas	-.162	.092	-.157	-1.751	.082	.430	2.327
	Motivasi Hedonis	.008	.114	.008	.070	.944	.274	3.653
	Nilai Harga	.245	.091	.196	2.673	.009	.642	1.559
	Kebiasaan	.601	.105	.496	5.708	.000	.456	2.194

a. Dependent Variable: Perilaku Pengguna

Sumber : SPSS. 25.00

Berdasarkan data table 10, diketahui bahwa nilai VIF variable Harapan Kinerja (X1) $2.326 < 10$, Harapan Usaha (X2) $4.152 < 10$, Pengaruh Sosial (X3) $2.189 < 10$, Kondisi yang Memfasilitas (X4) $2.327 < 10$, Motifasi Hedonis (X5) $3.653 < 10$, Nilai Harga (X6) $1.559 < 10$, dan variable Kebiasaan (X7) $2.194 < 10$. Nilai Tolerance variable Harapan Kinerja (X1) $0,430 > 0,1$, Harapan Usaha (X2) $0,241 > 0,1$, Pengaruh Sosial (X3) $0,457 > 0,1$, Kondisi yang Memfasilitas (X4) $0,430 > 0,1$, Motifasi Hedonis (X5) $0,274 > 0,1$, Nilai Harga (X6) $0,642 > 0,1$, dan variable Kebiasaan (X7) $0,456 > 0,1$. Maka kesimpulan dari data di atas adalah tidak terjadinya multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Sumber : SPSS. 25.00

Gambar 3. Scatterplot

Berdasarkan gambar 3 di atas bisa kita lihat bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas, karena tidak adanya pola yang jelas (bergelombang) pada gambar scatterplot, serta titik-titik menyebar di atas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 11 .

Hasil uji R-Squared

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.759 ^a	.577	.553	1.12714	

a. Predictors: (Constant), Kebiasaan, Nilai Harga, Kondisi yang Memfasilitas, Pengaruh Sosial, Harapan Kinerja, Motivasi Hedonis, Harapan Usaha

Sumber : SPSS. 25.00

R disebut juga sebagai korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R diperoleh 0,759 yang mempunyai arti korelasi antara variabel terhadap perilaku pengguna sebesar 0,759. Uji koefisien korelasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar hubungan linier variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Koefisien korelasi (R) memiliki nilai antara -1.00 hingga +1.00.

Uji R-squared tidak dilakukan secara terpisah, tetapi nilai R-squared secara inheren menjadi bagian terpenting dari proses analisis regresi. Nilai R-squared (koefisien determinasi) dapat digunakan sebagai indikator kemajuan dalam proses pengembangan model. Jika nilai R-squared meningkat setelah menambahkan variabel independen tambahan atau melakukan penyesuaian model lainnya, ini menunjukkan bahwa model tersebut semakin baik dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

Berdasarkan table 11 di atas R Square diperoleh 0,577 yang mempunyai arti Nilai R-squared (koefisien determinasi) sebesar 0,577 menunjukkan bahwa sekitar 57,7%. Menurut Hair et al, (2011) menyatakan bahwa nilai R square 0,75 termasuk ke dalam kategori kuat, nilai R square 0,50 termasuk kategori moderat dan nilai 0,25 termasuk kategori lemah. Variabilitas dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang diikutsertakan dalam model regresi. Dengan kata lain, sebagian besar variabilitas dalam variabel dependen tidak dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model. Artinya, meskipun model regresi memberikan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen, masih ada sejumlah besar variabilitas yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam model tersebut.

Tabel 12.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.976	1.043		.936	.351		
	Harapan Kinerja	-.023	.092	-.022	-.250	.803	.430	2.326
	Harapan Usaha	.031	.103	.036	.305	.761	.241	4.152
	Pengaruh Sosial	.316	.094	.291	3.354	.001	.457	2.189
	Kondisi yang Memfasilitas	-.162	.092	-.157	-1.751	.082	.430	2.327
	Motivasi Hedonis	.008	.114	.008	.070	.944	.274	3.653
	Nilai Harga	.245	.091	.196	2.673	.009	.642	1.559
	Kebiasaan	.601	.105	.496	5.708	.000	.456	2.194

a. Dependent Variable: Perilaku Pengguna

Sumber : SPSS. 25.00

Persamaan Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + b_4.X_4 + b_5.X_5 + b_6.X_6 + b_7.X_7$$

$$Y = 0,976 - 0,023 + 0,031 + 0,316 - 0,162 + 0,008 + 0,245 + 0,601$$

Nilai a sebesar 0,976 merupakan konstanta atau keadaan, Dalam persamaan regresi linier berganda ini, terdapat variabel dependen (Y) yang merupakan "Perilaku Pengguna" yang dipengaruhi oleh tujuh variabel independen.

X1 (Harapan Kinerja), variabel ini memiliki koefisien regresi yang bernilai -0,023. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif. Artinya, jika Harapan Kinerja (X1) naik sebesar 1 %, maka Perilaku Pengguna (Y) cenderung turun sebesar 0,023 unit, dengan asumsi bahwa variabel lainnya stabil. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harapan kinerja terhadap perilaku pengguna karena memiliki nilai sig > 0,05 yaitu, 0,803. Hasil penelitian ini menunjukkan jika penggunaan mobile banking tidak membantu pengguna dalam meningkatkan pekerjaannya dengan lebih baik dan efisien. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik Hidayat (2019) pada penggunaan E-Wallet menunjukkan bahwa variabel harapan kinerja terhadap perilaku pengguna tidak memiliki pengaruh secara signifikan dengan pengujian yang telah dilakukan. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh (Wibowo, Mursityo, dan Herlambang, 2019) yang menunjukkan jika variabel harapan kinerja terhadap perilaku pengguna tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada penggunaan aplikasi SIMPG.

X2 (Harapan Usaha), variabel ini memiliki koefisien regresi yang bernilai 0,031. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif. Artinya, jika Harapan Usaha (X2) naik sebesar 1%, maka Perilaku Pengguna (Y) cenderung naik sebesar 0,031 unit, dengan asumsi variabel independen lainnya stabil. Temuan pada

penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harapan usaha terhadap perilaku pengguna karena memiliki nilai $\text{sig} > 0,05$ yaitu, 0,761. Hasil penelitian ini menunjukkan jika penggunaan mobile banking masih sulit untuk digunakan dan kurang efisien dalam membantu pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hasan, dan Permana, 2021) melakukan penelitian yang menghasilkan variabel harapan usaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengguna pada penggunaan aplikasi shareit. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan (Fahlevi Renza dan Anthony, 2022) yang menghasilkan hubungan variabel harapan usaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengguna pada penggunaan situs belanja online.

X3 (Pengaruh Sosial), variabel ini memiliki koefisien regresi yang bernilai 0,316. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif. Artinya, jika Pengaruh Sosial (X3) naik sebesar 1%, maka Perilaku Pengguna (Y) cenderung naik sebesar 0,316 unit, dengan asumsi variabel independen lainnya stabil. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh sosial terhadap perilaku pengguna karena memiliki nilai $\text{sig} < 0,05$ yaitu, 0,001. Hal ini sejalan 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.

X4 (Kondisi yang Memfasilitas), variabel ini memiliki koefisien regresi yang bernilai -0,162. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif. Artinya, jika Kondisi yang Memfasilitas (X4) naik sebesar 1%, maka Perilaku Pengguna (Y) cenderung turun sebesar 0,162 unit, dengan asumsi bahwa variabel lainnya stabil. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kondisi yang memfasilitas terhadap perilaku pengguna karena memiliki nilai $\text{sig} > 0,05$ yaitu, 0,082. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna tidak akan menggunakan aplikasi mobile banking dikarenakan tidak adanya fasilitas atau intruksi dan terdapat adanya kesulitan dalam penggunaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putera Kosim and Legowo, 2021) yang menghasilkan tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel kondisi yang memfasilitas terhadap perilaku pengguna pada penggunaan fitur QR Payment di aplikasi mobile banking.

X5 (Motivasi Hedonis), variabel ini memiliki koefisien regresi yang bernilai 0,008. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif. Artinya, jika Motivasi Hedonis (X5) naik sebesar 1%, maka Perilaku Pengguna (Y) cenderung naik sebesar 0,008 unit,

dengan asumsi variabel independen lainnya stabil. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kondisi yang memfasilitas terhadap perilaku pengguna karena memiliki nilai $\text{sig} > 0,05$ yaitu, 0,944. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chia-Ming Chang¹, Li-Wei Liu, Hsiu-Chin Huang, dan Huey-Hong Hsieh pada tahun (2019), yang menyatakan bahwa pengaruh motifasi hedonis terhadap perilaku pengguna tidak signifikan.

X6 (Nilai Harga), variabel ini memiliki koefisien regresi yang bernilai 0,245. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif. Artinya, jika Nilai Harga (X6) naik sebesar 1%, maka Perilaku Pengguna (Y) cenderung naik sebesar 0,245 unit, dengan asumsi variabel independen lainnya stabil. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai harga terhadap perilaku pengguna karena memiliki nilai $\text{sig} < 0,05$ yaitu, 0,009. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohamed Merhi, Kate Hone, dan Ali Tarhini (2019) bahwa konsumen cenderung lebih memilih layanan dengan nilai harga yang baik, serta mengkonfirmasi hubungan yang signifikan antara harga dan adopsi teknologi baru.

X7 (Kebiasaan), variabel ini memiliki koefisien regresi yang bernilai 0,601. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif. Artinya, jika Kebiasaan (X7) naik sebesar 1%, maka Perilaku Pengguna (Y) cenderung naik sebesar 0,601 unit, dengan asumsi variabel independen lainnya stabil. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai harga terhadap perilaku pengguna karena memiliki nilai $\text{sig} < 0,05$ yaitu, 0,000. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohamed Merhi, Kate Hone, dan Ali Tarhini pada tahun (2019), menunjukkan bahwa kebiasaan perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengguna.

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bukti empiris bahwa harapan kinerja, harapan usaha, dan kondisi yang memfasilitas merupakan bagian dari faktor UTAUT 1 yang tidak mempengaruhi perilaku pengguna mahasiswa dalam menggunakan mobile banking, sedangkan pengaruh sosial berpengaruh pada perilaku pengguna mahasiswa. Pada model UTAUT 2 hanya motivasi hedonis yang tidak mempengaruhi perilaku pengguna mahasiswa dalam menggunakan mobile banking, sedangkan nilai harga dan kebiasaan mempengaruhinya. Pengalaman dalam hal mampu memoderasi hubungan antara nilai harga dengan kebiasaan dalam menggunakan mobile banking tetapi tidak mampu memperkuat hubungan antara motivasi

hedonis dengan perilaku pengguna mahasiswa dalam menggunakan mobile banking.

Saran

Aplikasi mobile banking diharapkan dapat ditingkatkan lagi oleh perusahaan perbankan dari segi promosi penggunaan mobile banking, pengembangan program bersama dengan pihak ketiga seperti ecommerce, dan pengembangan dari segi fitur-fitur yang bisa mengefisienkan dan memudahkan bagi para pengguna mobile banking sehingga para pengguna bisa puas dan terbiasa dalam penggunaan layanan digital banking yaitu mobile banking dengan memanfaatkan penggunaan smartphone, android, dan iphone untuk meningkatkan literasi perbankan pada pengguna mobile banking.

Daftar Pustaka

- Ariyanto², N. W. (2017). PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI KOTA DENPASAR. *Vol.18.2. Februari (2017): 1369-1397, 18.2, 1369-1397.*
- Fadhil Bima Anandia¹, E. N. (2023). Analisis Penerapan Model Utaut2 Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Bank. *Vol 4(1) 2023 : 264-275, 4, 264-275.*
- Pertiwi¹, N. W. (2017). PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI KOTA DENPASAR. *Vol.18.2. Februari (2017): 1369-1397, 18.2, 1369-1397.*
- Putr, Y. K. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mbanking pada Penerapan Model UTAUT 2. *Volume 7, Nomor 1, Januari 2023, 7, 381-387.*
- Salsabila², S. Z. (2019). Penerapan Model UTAUT untuk mengetahui perilaku dosen dalam menggunakan E-Learning. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informatika Volume 2 Nomor 1 November 2019, 2, 65-70.*
- Setiadi, H. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking pada bank buku 4 di Indonesia dengan menggunakan model unified theory of acceptance and use of technology 2. *Volume 5, Number 1, 2022, 5, 410-417.*
- Shafly, N. A. (2020). PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN BEHAVIORAL INTENTION DAN USE BEHAVIOR PENGGUNAAN MOBILE BANKING DI KOTA MALANG. *Vol 8, No 2 > Shafly.*
- Stevani Kahea¹, H. G. (2023). ANALISA PERILAKU PENGGUNA BSGDIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2. *urnal AkuntansiManado, Vol. 4 No. 2 Agustus 2023, 4, 450-463.*
- Suardikha², N. K. (2020). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *Vol. 30 No. 2Denpasar, Februari2020, 30, 540-555.*