

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BEHAVIORAL INTENTION*: STUDI PENERAPAN *UNIFIED THEORY TO ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY* (UTAUT) 2

Kezia Natalie Setiawan^{1*}, Siti Asiah Murni²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

E-mail : kezianatalie21@gmail.com¹, sitiasiahmurni@uwks.ac.id²

ABSTRAK

Pada era digital, orang sangat bergantung pada teknologi dan lebih cenderung mengadopsi aplikasi *mobile banking*. Melalui peningkatan transaksi online maka PT. Bank Central Asia Tbk (BCA) merilis BCA Mobile dan MyBCA sebagai *mobile banking* BCA. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi adopsi serta faktor penentu potensial dalam penggunaan *mobile banking* oleh nasabah. Responden pada penelitian ini yaitu 119 nasabah Bank BCA yang menggunakan MyBCA serta BCA Mobile secara reguler. Model yang meneliti faktor-faktor pada penelitian ini menggunakan konstruk dalam teori perluasan penerimaan teknologi terpadu oleh pengguna (UTAUT), UTAUT 2. Kepercayaan yang dirasakan terhadap niat dan risiko yang dirasakan dimasukkan untuk memprediksi niat perilaku. Melalui penggunaan perangkat lunak WarpPLS, analisis faktor konfirmatori dilakukan untuk mengevaluasi konstruk dan pemodelan pemerataan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Perceived Trust (PT)* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention (BI)*.

Kata Kunci: Behavioral Intention, Mobile Banking, Perceived Trust, Perceived Risk, UTAUT 2.

ABSTRACT

In the digital era, people are highly dependent on technology and are more likely to adopt mobile banking applications. Through increasing online transactions, PT. Bank Central Asia Tbk (BCA) released BCA Mobile and MyBCA as BCA mobile banking. This research aims to identify adoption and potential determining factors in the use of mobile banking by customers. The respondents in this research were 119 BCA Bank customers who used MyBCA and BCA Mobile regularly. The model that examines the factors in this study uses constructs in the expanded theory of integrated acceptance of technology by users (UTAUT), UTAUT 2. Perceived trust in intentions and perceived risk are included to predict behavioral intentions. Through the use of WarpPLS software, confirmatory factor analysis was conducted to evaluate the construct and structural equity modeling. The main results show that Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Perceived Trust (PT) influence Behavioral Intention (BI).

Keywords: Behavioral Intention, Mobile Banking, Perceived Trust, Perceived Risk, UTAUT 2.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital khususnya industri di Indonesia semakin berkembang pesat. Dengan fenomena peningkatan transaksi online yang semakin besar, maka industri perbankan di Indonesia mulai melakukan perkembangan digital dengan menciptakan layanan digital yang dapat mendukung proses digitalisasi dalam transaksi di internet, inovasi digital menjadi hal penting dalam menjaga loyalitas nasabah terhadap perbankan. Salah satu bentuk inovasi dari para penyedia jasa bank di Indonesia adalah munculnya *mobile banking* dimana nasabah dengan mudah dapat mengakses sebagian besar dari kebutuhan perbankan mereka tanpa harus datang ke cabang bank. PT. Bank Central Asia Tbk (BCA) memiliki dua *mobile banking* yakni BCA Mobile dirilis pada tahun 2011 dan MyBCA yang diluncurkan pada 2021 silam hadir dengan fitur yang lebih lengkap.

Pada penelitian terdahulu oleh Taufan & Wardani (2023) menunjukkan bahwa seluruh variabel kecuali *Habit* (HB) dapat mempengaruhi niat pengguna atau *behavioral intention* (BI) secara aktual dalam penggunaan Bank digital. Layanan bank dinilai menjadi hal utama dari nasabah yang dapat mempengaruhi niat penggunaan untuk melakukan transaksi online dengan *mobile banking*. Kemudian, dalam analisis oleh Yuliana & Aprianingsih (2022) menjelaskan bahwa keamanan serta privasi merupakan hal utama yang menjadi poin dari nasabah untuk menggunakan layanan bank digital karena pada saat ini transaksi *online* dengan menggunakan *mobile banking* memiliki resiko untuk *cyber crime* yang lebih besar. Keamanan penggunaan layanan bank digital juga berpotensi untuk menjadi tolak ukur bagi nasabah dalam memilih bank yang tepat

sebagai transaksi online, hal ini juga dilakukan oleh nasabah Bank BCA. Penelitian ini melakukan identifikasi *mobile banking* dengan UTAUT 2 dengan menambahkan faktor kepercayaan dan juga faktor risiko dalam niat penggunaan *mobile banking* BCA di daerah Surabaya.

Model *Unified Theory to Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah suatu teori yang digunakan dalam mengetahui niat pengguna untuk menggunakan sistem informasi. Terdapat beberapa penelitian yang melakukan analisis dalam mengetahui penerimaan teknologi di masyarakat. Salah satunya yaitu teori UTAUT yang dikembangkan pada tahun 2023 oleh Venkatesh. UTAUT merupakan model yang memiliki delapan teori penggunaan serta penerimaan pada model sebelumnya dan kemudian digabungkan menjadi sebuah model konstruksi. Delapan teori yang terdapat dalam model UTAUT yaitu teori *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Reasoned Action* (TRA), teori *Motivation Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), teori *Extension of the Technology Acceptance Model* (TAM2), teori *Model of PC Utilization* (MPCU), teori *Diffusion of Innovation* (DOI), serta *Social Cognitive Theory* (SCT). Kemudian, dalam pengembangan delapan teori tersebut diperbarui menjadi model *Unified Theory to Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) sebagai bentuk pembaharuan dari model UTAUT pertama.

Bank digital berperan penting dalam distribusi fisik melalui lapisan elektronik sebagai bentuk transformasi digital di masyarakat (Skinner, 2014). Selain itu, bank digital juga dianggap sebagai suatu perkembangan teknologi digital yang

memiliki peranan besar serta bermanfaat bagi kepentingan perekonomian yang didukung dengan transaksi online. Kebiasaan dari generasi digital yang menggunakan setiap barang serba digital sebagai gadget untuk mempermudah kehidupan menjadi peluang yang tepat untuk memunculkan bisnis baru. Peluang ini kemudian diadopsi oleh perbankan dalam menghadirkan transaksi secara online dengan kemudahan digitalisasi serta adanya transaksi bank secara virtual yang dinilai mulai menggantikan layanan bank konvensional. Pelayanan bank digital mempermudah masyarakat khususnya nasabah dalam mengurus setiap keperluan dalam suatu perbankan serta memberikan cara yang efektif maupun efisien untuk memenuhi kebutuhan setiap nasabah agar tetap menjaga loyalitas terhadap layanan bank (Best, 2018). Tujuan penelitian ini adalah menguji faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioural intention* dalam UTAUT 2.

TINJAUAN PUSTAKA

Performance Expectancy (PE)

Performance Exspectancy (PE) merupakan suatu bentuk keyakinan yang dimiliki oleh individu dalam menunjukkan niat penggunaan dengan tolak ukur meningkatkan kinerja secara lebih efektif. Dengan ekspektasi kinerja, maka individu mengukur manfaat yang diberikan oleh teknologi dalam meningkatkan kinerja pada aktivitas tertentu serta mempermudah pekerjaan individu (Venkatesh et al., 2003). Taufan & Wardani (2023) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap niat penggunaan atau *behavioral intention* individu pada suatu teknologi. Ekspektasi kinerja juga dinilai memberikan pengaruh

dalam niat penggunaan individu terhadap teknologi pada penelitian yang dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya (Yuliana & Aprianingsih, 2022; Taufan & Wardani, 2023; Santosa et al., 2021; Anjani & Mukhlis, 2022; Rita & Fitria, 2021). Melalui hasil analisis terdahulu, maka dapat disimpulkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : *Perfomance Expectancy (PE)* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

Effort Expectancy (EE) dinilai sebagai suatu bentuk penerimaan teknologi dengan tolak ukur usaha yang dilakukan individu terhadap penggunaan sistem informasi. Usaha yang dikeluarkan oleh individu dalam menggunakan teknologi dapat menjadi nilai utama untuk menggunakan teknologi karena individu cenderung menginginkan usaha yang lebih sedikit dengan manfaat yang besar (Venkatesh et al., 2003). Hasil penelitian Taufan & Wardani (2023) menunjukkan bahwa PE memberikan pengaruh secara signifikan dalam penentuan *behavioral intention*. Dengan ini, maka hasil penelitian tersebut dinilai sejalan dengan penelitian lain yang dilakukan terkait model UTAUT 2 (Yuliana & Aprianingsih, 2022; Taufan & Wardani, 2023; Santosa et al., 2021; Anjani & Mukhlis, 2022; Rita & Fitria, 2021). Melalui penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan hipotesis penelitian yaitu sebagai berikut:

H2 : *Effort Expectancy* dinilai memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

Social Influence (SI) dikenal sebagai suatu teori yang mengukur lingkungan sosial terhadap niat penggunaan individu pada suatu teknologi dengan mempercayai bahwa lingkungan sekitar menggunakan teknologi tersebut. Dengan pengaruh sosial ini, maka individu akan mempercayai manfaat dari

penggunaan teknologi melalui saran yang diberikan oleh teman atau keluarga maupun orang yang dapat dipercaya dalam memberikan informasi atau testimoni (Venkatesh et al., 2003). Taufan & Wardani (2023) menjelaskan bahwa pengaruh sosial dengan saran yang diberikan dari teman ataupun keluarga dapat meningkatkan keinginan individu dalam menggunakan teknologi yang berpengaruh terhadap *behavioral intention*., sehingga dapat disimpulkan hipotesis seperti berikut:

H3 : *Social Influence* memiliki pengaruh secara positif terhadap *Behavioral Intention*.

Facilitating Conditions (FC) dijelaskan sebagai kondisi fasilitas yang dibutuhkan oleh individu dalam menggunakan suatu teknologi digital. Melalui dukungan fasilitas yang tepat maka individu dapat dengan mudah menggunakan teknologi dan mendorong percepatan penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Dengan kondisi fasilitas yang baik maka dapat memberikan pengalaman penggunaan terbaik bagi individu dalam mempermudah kinerja individu dengan menggunakan teknologi. Dalam penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa kondisi fasilitas dapat mempengaruhi *behavioral intention* untuk ikut menggunakan teknologi digital sesuai dengan fasilitas yang diberikan (Taufan & Wardani, 2023). Dari hasil penelitian sebelumnya, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H4 : *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.

Hedonic Motivation (HM) merupakan suatu motivasi yang bersumber dari kesenangan yang dimiliki individu dalam menggunakan suatu teknologi digital. Kesenangan yang dimaksud merupakan manfaat dan hiburan yang dapat dihasilkan

dari penggunaan teknologi. Konsumen cenderung mengukur suatu teknologi digital dengan kemampuan dan kemudahan teknologi tersebut dalam memberikan kesenangan serta menjadi prediktor dalam niat penggunaan konsumen. Hasil penelitian Taufan & Wardani (2023) menunjukkan hasil bahwa motivasi *hedonis* berperan signifikan terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis berikut ini:

H5 : *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.

Price Value (PV) dijelaskan sebagai suatu pertukaran secara kognitif antara biaya penggunaan teknologi dengan manfaat atau benefit yang dapat dihasilkan dari teknologi digital tersebut. Taufan & Wardani, (2023) menunjukkan bahwa nilai harga menjadi penentu secara potensial terhadap *behavioral intention*. Melalui Hasil penelitian diatas maka dapat diajukan hipotesis seperti berikut:

H6 : *Price Value* memberikan pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*.

Habit (HB) merupakan pengaruh dari perilaku yang sering dilakukan secara berulang-ulang oleh individu sebagai bentuk pembelajaran pada perilaku yang sudah diterima sebelumnya dalam aktivitas penggunaan teknologi digital (Venkatesh et al., 2012). Penelitian terdahulu oleh Kadek et al. (2023) menunjukkan adanya pengaruh signifikan dalam kebiasaan terhadap *behavioral intention* sebagai bentuk faktor potensial dalam penggunaan suatu teknologi digital. Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka dapat hipotesis dikembangkan seperti berikut:

H7 : *Habit* memiliki pengaruh secara positif terhadap *Behavioral Intention*.

Perceived Trust (PT) adalah suatu keyakinan yang dimiliki individu dalam berperilaku dengan mengikuti cara yang etis untuk menggunakan suatu teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Kepercayaan juga dianggap sebagai suatu komitmen yang dilakukan dengan bergantung kepada pihak yang dipercaya dalam menggunakan suatu teknologi. Dalam hubungan bisnis, kepercayaan menjadi tolak ukur yang utama untuk membangun sebuah loyalitas dengan rekan bisnis yang kemudian juga diaplikasikan pada penggunaan teknologi. Kepercayaan sebagai peranan penting yang mendukung transaksi secara online maupun offline dengan pemahaman terhadap lingkungan sosial individu. Dengan hasil pada penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya peranan signifikan dalam Kepercayaan dapat terhadap *behavioral intention* (Taufan & Wardani, 2023) maka niat penggunaan konsumen terhadap kepercayaan dengan suatu teknologi menjadi faktor potensial. Dari pernyataan penelitian sebelumnya, maka dapat disusun hipotesis seperti berikut:

H8 : *Perceived Trust* memiliki pengaruh secara positif terhadap *Behavioral Intention*.

Perceived Risk (PR) merupakan suatu perasaan dimana individu menilai bahwa adanya kecemasan maupun ketidakpastian dalam penggunaan teknologi digital yang didukung dengan pelanggaran atau akses tidak sah ketika menggunakan *mobile banking* (Huang et al. 2024). Risiko dianggap sebagai ekspektasi yang dimiliki oleh nasabah dalam menggunakan layanan bank digital ketika bertransaksi secara online dengan adanya pengaruh lingkungan sosial yang tinggi (Ivanova & Yeon KIM, 2022), maka dari itu, Persepsi Risiko dalam menggunakan layanan bank digital dinilai

memiliki faktor potensial yang besar dalam niat penggunaan. Oleh karena itu, sejalan dengan literatur yang ada, hipotesis berikut : **H9** : *Perceived Risk* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Behavioral Intention*.

Efek demografis telah disarankan dalam beberapa penelitian mengenai penerimaan dan penggunaan sistem baru. Dalam penelitian UTAUT, efek moderasi dan hubungan usia antara konstruk independent dan niat berperilaku merupakan konstruk dependen (Venkatesh et al., 2003). Kedua penelitian tersebut menemukan bahwa *performance expectancy* (PE) memberikan efek yang kuat pada *behavioral intention* (BI) bagi nasabah muda (remaja), sedangkan bagi nasabah yang lebih tua, dampak pada *behavioral intention* (BI) dipengaruhi oleh *performance expectancy* (PE) dan *social influence* (SI), dandampaknya semakin kuat bagi nasabah yang lebih tua dalam hubungan antara *facilitating conditions* (FC) dan penggunaan teknologi. Venkatesh et al. (2012) menemukan bahwa dampak *facilitating conditions* (FC) lebih kuat pada nasabah yang lebih tua pada *behavioral intention* (BI), *hedonic motivation* (HM) memiliki pengaruh terbesar pada nasabah muda pada *behavioral intention* (BI), *habit* (HB) dan *price value* (PV) menunjukkan dampak substansial pada nasabah yang lebih tua pada *behavioral intention* (BI) dan *habit* (HB) membuat dampak penting pada nasabah yang lebih tua dalam penggunaan teknologi. Yu (2012) menemukan bahwa penelitian di segmen perbankan elektronik tidak menghasilkan demografi pengadopsi inovasi teknologi yang konsisten dalam hal umur, pendapatan, pendidikan, statussosial, dan pekerjaan.

METODE PENELITIAN

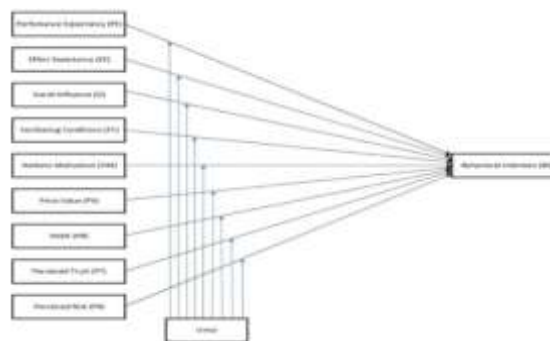
Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pengaruh teori terkait mengenai penggunaan serta penerimaan teknologi perbankan di Indonesia. Metode penelitian survey menggunakan jumlah sampel yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode penelitian yang lain dikarenakan menggunakan data riil dari kejadian yang dialami langsung oleh responden.

Populasi merupakan suatu jumlah wilayah yang telah digeneralisasi oleh peneliti dalam penentuan subjek yang memiliki kualitas sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan untuk dipelajari (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan populasi yaitu Keseluruhan dari nasabah BCA di Kota Surabaya yang menggunakan *mobile banking* dalam kegiatan sehari-hari. Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* melalui penggunaan kuisisioner. Peneliti menggunakan *google form online* yang kemudian disebar secara langsung kepada responden.

Teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan model *Partial Least Square* (PLS). Pengolahan data dilakukan dengan penggunaan aplikasi olah data yaitu WarpPLS untuk melakukan penghitungan data yang berasal dari responden penelitian. Analisis PLS menggunakan metode analisis dengan menghitung hasil pengolahan data secara kuat dan tidak menggunakan banyak persyaratan lainnya untuk menentukan hasil penelitian. Analisis PLS juga tidak memerlukan data yang terdistribusi secara normal, maka pengukuran model relatif dapat lebih mudah untuk digunakan dan lebih cepat dalam menampilkan hasil. Pengukuran indikator dengan olah data analisis PLS

memiliki skala yang digunakan yaitu skala ordinal, interval, nominal, dan rasio dengan menggunakan sampel relatif kecil (Ghozali, 2014). Model analisis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1
Model Analisis



HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Demografi Responden

Karakteristik responden dikategorikan berdasarkan usia, jenis kelamin, penghasilan dan wilayah responden berada. Demografi responden dapat dijelaskan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Karakteristik Responden

Karakteristik Responden			
Kategori	Pilihan	Jumlah	Presentasi
Usia	18 - 25	52	43,70%
	26 - 30	43	36,13%
	36 - 40	4	3,36%
	40 keatas	20	16,81%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	42	35,29%
	Perempuan	77	64,71%
Penghasilan	< Rp. 3.000.000	11	9,24%
	Rp. 3.000.001 - Rp. 6.000.000	53	44,54%
	Rp. 6.000.001 - Rp. 10.000.000	22	18,49%
	Rp. 10.000.001 - Rp. 15.000.000	12	10,08%
	> Rp. 15.000.000	21	17,65%
Wilayah	Surabaya Barat	61	51,26%
	Surabaya Timur	25	21,01%
	Surabaya Utara	5	4,20%
	Surabaya Selatan	17	14,29%
	Surabaya Pusat	11	9,24%

Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Metode PLS menunjukkan bagaimana konstruk dalam teori UTAUT mempengaruhi *behavioral intention*. Model pengukuran

yang digunakan adalah pengembangan model struktural yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya oleh Yuliana & Aprianingsih (2022) dalam UTAUT2. Tahap pertama adalah menilai kriteria validitas konvergen. Nilai *loading factor* digunakan sebagai pengukuran dalam hasil output pada nilai konvergensi yang berasal dari masing-masing instrumen ketika melakukan hasil uji validitas. Nilai *loading factor* yang digunakan dalam pengukuran output hasil uji validitas yaitu diatas 0,7 sebagai ketentuan dalam menentukan validitas suatu instrumen (Ghozali, 2014).

Hasil uji reliabilitas pada tiap variabel kemudian dilakukan dengan melakukan penghitungan pada nilai AVE, Cronbach's Alpha maupun *Composite Reliability* dengan ditetapkan batas minimum dari setiap nilai. Nilai kriteria AVE ditetapkan dengan minimal 0,5, Cronbach's Alpha minimal memiliki nilai 0,7 keatas dan untuk nilai *Composite Reliability* yaitu minimal 0,7 keatas (Ghozali, 2014). Dalam melihat hasil output yang diukur melalui nilai *loading factor*, maka nilai dari hasil uji Cronbach's Alpha, nilai dari *Composite Reliability* dan besaran nilai yang dihasilkan dari VIF diolah dengan bantuan aplikasi olah data yaitu WarpPLS yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Instrumen	Nilai Loading Factor	AVE	Cronbach's	Composite
PE	PE1	0,853	0,839	0,787	0,876
	PE2	0,887			
	PE3	0,789			
EE	EE1	0,821	0,820	0,752	0,859
	EE2	0,856			
	EE3	0,723			
SI	SI1	0,926	0,902	0,886	0,929
	SI2	0,942			
	SI3	0,833			
FC	FC1	0,905	0,913	0,900	0,938
	FC2	0,913			
	FC3	0,922			
HM	HM1	0,928	0,914	0,901	0,938
	HM2	0,926			
	HM3	0,888			
PV	PV1	0,909	0,895	0,876	0,923
	PV2	0,938			
	PV3	0,825			
HB	HB1	0,887	0,824	0,751	0,860
	HB2	0,924			
	HB3	0,627			
PT	PT1	0,913	0,909	0,893	0,934
	PT2	0,927			
	PT3	0,838			
PB	PB1	0,765	0,820	0,754	0,860
	PB2	0,879			
	PB3	0,812			
BI	BI1	0,910	0,821	0,813	0,884
	BI2	0,960			
	BI3	0,909			
	BI4	0,399			

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat dilihat bahwa nilai loading factor dalam setiap instrumen memiliki besaran nilai yang sama yakni di atas 0,7 kecuali HB3 dan BI4, sehingga nilai tersebut mencapai diatas batas persyaratan validitas pada kesleuruhan indikator. Untuk indikator HB3 dan BI4 yang memiliki nilai dibawah 0,7 tetapi nilai AVE dan *Composite* konstruk masih memenuhi kriteria. Oleh karena itu, penelititetap mempertahankan indikator yang berada dibawah batas persyaratan validitas. Berikutnya yaitu pada kolom AVE menunjukkan pada keseluruhan kolom nilai AVE pada dalam masing-masih variabel telah memiliki nilai diatas angka 0,5, yang memperlihatkan besar nilai AVE tersebut diperuntukkan bagi seluruh variabel yang kemudian dapat disimpulkan telah sesuai dengan persyaratan reabilitas. Serta dalam mengukur besarnya nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel telah memiliki nilai diatas 0,7. Kemudian untuk nilai uji *Composite Reliability* dapat dilihat bahwa pada masing-masing variabel memerlukan nilai lebih dari 0,7, sehingga memberikan kesimpulan bahwa dari setiap variabel diatas bersifat reliabel.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model UTAUT2 melalui perhitungan nilai berdasarkan pada besaran pengaruh yang dihasilkan antar variabel yang digambarkan dengan menggunakan uji model struktural. Peneliti menggunakan WarpPLS dengan metode SEM untuk mengukur bagaimana setiap variabel dalam model UTAUT 2 menghitung bobot signifikansi nilai hitung dan table antar variabel yang diuji. Perhitungan *path coefficient*, t-value, dan p-value dilakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Penilaian prediksi dan signifikansi dalam

pengujian hipotesis dapat dilihat dari t-value, dimana nilai tersebut di dapat dari

$$t = \text{path coefficient} / \text{standard error (SE)}$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode satu sisi untuk menyatakan hasil hipotesis secara eksplisit baik negatif maupun positif, untuk menentukan arah koefisien. Kemudian, kriteria pengujian yang dilakukan adalah jika t-value lebih besar dari 1,64, atau p-value kurang dari 0,05 maka H1 hingga H18 diterima dan sebaliknya. Terdapat pengaruh signifikan negatif antara *Performance Expectancy* dengan *Behavioral Intention* ($\beta = -0,142, t = -1,61, p < 0,05$). Oleh karena itu, H1 diterima. Mengenai H2, *Effort Expectancy* memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = -0,191, t = -2,20, p < 0,05$) sehingga H2 pun juga diterima. Kemudian *Social Influence* memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = -0,113, t = -1,27, p > 0,10$) yang berarti H3 diterima. Sedangkan *Facilitating Conditions* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = 0,10, t = 0,11, p < 0,05$) yang artinya H4 ditolak.

Kemudian, *Hedonic Motivation* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = -0,061, t = -0,68, p > 0,05$) yang berarti H5 ditolak. Serta *Price Value* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = -0,007, t = -0,08, p > 0,05$) yang juga hasilnya H6 ditolak. *Habit* juga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = 0,032, t = 0,35, p > 0,05$) yang artinya H7 ditolak. Sedangkan *Perceived Trust* memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = -0,172, t = -1,95, p < 0,05$) yang artinya H8 diterima. *Perceived*

Risk memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Behavioral Intention* ($\beta = 0,356, t = 4,24, p < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan H9 diterima.

Mengenai pengaruh moderasi usia pada ke sembilan variabel pada *Behavioral Intention*, tabel 3 menunjukkan hasil pengaruh untuk *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Conditions* (FC), *Motivation Hedonic* (HM), *Habit* (HB), *Price Value* (PV), *Perceived Trust* (PT), *Perceived Risk* (PR) yang dimoderasi oleh usia terhadap *Behavioral Intention*. Nilai masing-masing variabel yang dimoderasi oleh usia terhadap *Behavioral Intention* adalah PE ($\beta = 0,119, t = 1,34, p > 0,05$) ditolak, EE ($\beta = 0,093, t = 1,03, p > 0,05$) ditolak, SI ($\beta = 0,238, t = 2,77, p < 0,05$) diterima, FC ($\beta = -0,228, t = -2,62, p < 0,05$) diterima, HM ($\beta = -0,011, t = -0,12, p > 0,05$) ditolak, PV ($\beta = 0,045, t = 0,49, p > 0,05$) ditolak, HB ($\beta = -0,004, t = -0,04, p > 0,05$) ditolak, PT ($\beta = 0,052, t = 0,58, p > 0,05$) ditolak, PR ($\beta = 0,179, t = 2,03, p < 0,05$) diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan H12, H13, H18 diterima dan hipotesis lainnya yang dimoderasi usia memperoleh hasil ditolak.

Tabel 3
Uji Hipotesis

Hipotesis	Relationship	Path Coefficient (β)	T-value	P-value	Result
H1	PE → BI	-0,142	-1,61	* 0,05	Diterima
H2	EE → BI	-0,191	-2,20	* 0,016	Diterima
H3	SI → BI	-0,113	-1,27	** 0,10	Diterima
H4	FC → BI	0,010	0,11	0,46	Ditolak
H5	HM → BI	-0,061	-0,68	0,25	Ditolak
H6	PV → BI	-0,007	-0,08	0,47	Ditolak
H7	HB → BI	0,032	0,35	0,36	Ditolak
H8	PT → BI	-0,172	-1,95	* 0,03	Diterima
H9	PR → BI	0,356	4,24	* < 0,001	Diterima
H10	PE*Age → BI	0,119	1,34	0,09	Ditolak
H11	EE*Age → BI	0,093	1,03	0,15	Ditolak
H12	SI*Age → BI	0,238	2,77	* 0,003	Diterima
H13	FC*Age → BI	-0,228	-2,62	* 0,005	Diterima
H14	HM*Age → BI	-0,011	-0,12	0,45	Ditolak
H15	PV*Age → BI	0,045	0,49	0,31	Ditolak
H16	HB*Age → BI	-0,004	-0,04	0,48	Ditolak
H17	PT*Age → BI	0,052	0,58	0,28	Ditolak
H18	PR*Age → BI	0,179	2,03	* 0,022	Diterima

Pembahasan

Dilihat dari hasil pengolahan data pada tabel 3 serta penjabaran pengaruh hipotesis

dapat dinyatakan bahwa H1 diterima melalui hasil pengolahan data. Maka dari itu, melalui hasil uji hipotesis 1 dapat dinilai bahwa terdapat pengaruh yang dihasilkan oleh variabel Ekspektasi Kinerja secara negatif terhadap *Behavioral Intention* atau niat penggunaan konsumen dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Melalui olah data yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa dengan adanya ekspektasi kinerja yang tinggi, niat pengguna dalam menentukan untuk menggunakan *mobile banking* dapat semakin rendah. Secara teori, ekspektasi kinerja biasanya memiliki hubungan positif dengan niat pengguna karena pengguna lebih cenderung menggunakan *mobile banking* jika merasa hal itu meningkatkan kinerja mereka, namun, dalam hasil penelitian ini, hubungan yang ditemukan justru negatif, yang mungkin mencerminkan ekspektasi yang tidak realistis atau rasa kecewa terhadap kinerja *mobile banking*. Kesimpulannya yaitu meskipun *performance expectancy* signifikan secara statistik, arah pengaruhnya negatif, yang tidak sesuai dengan teori umum. Ini menunjukkan pentingnya edukasi, peningkatan kinerja, dan komunikasi yang realistis dalam memahami *mobile banking*.

Melalui hasil uji hipotesis 2 menyatakan bahwa Ekspektasi Usaha (EE) memberikan pengaruh secara negatif terhadap *Behavioral Intention* (BI) yang artinya semakin tinggi persepsi tentang usaha yang diperlukan untuk menggunakan teknologi, semakin rendah niat pengguna untuk menggunakannya. *Effort Expectancy* mencerminkan seberapa besar konsumen dapat mempercayai teknologi yang memudahkan pengguna. Hubungan negatif ini logis karena ketika pengguna merasa teknologi sulit digunakan, mereka menjadi kurang tertarik untuk menggunakannya. Kesimpulannya hubungan negatif antara *Effort Expectancy* dan *Behavioral Intention* menyoroti pentingnya desain teknologi yang sederhana dan ramah pengguna. Untuk mendorong penggunaan *mobile banking*,

bank perlu fokus pada desain, edukasi dan dukungan pengguna.

Pada uji hipotesis 3 bahwa *Social Influence* (SI) memiliki suatu pengaruh yang positif dalam penentuan *Behavioral Intention* (BI) dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya pengaruh sosial dari lingkungan sekitar dapat meningkatkan keyakinan dalam niat penggunaan konsumen pada suatu teknologi dengan adanya harapan sesuai dari pengaruh sosial. Dorongan dari lingkungan sekitar serta testimoni dari rekan ataupun keluarga dalam menggunakan layanan *mobile banking* dapat menjadi faktor pemicu konsumen untuk menggunakan layanan bank digital.

Berdasarkan uji hipotesis 4 menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* (FC) tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) dikarenakan *Facilitating Conditions* mengacu pada ketersediaan alat elektronik. Pengguna mungkin menganggap bahwa dukungan alat elektronik bukanlah hambatan utama dalam penggunaan *mobile banking* sehingga pengguna tidak mempertimbangkan secara eksplisit dalam pengambilan keputusan. Di tahun 2024 ini, siapa yang tidak memiliki *handphone* dan yang pastinya memiliki *mobile banking*. Hasil analisis uji hipotesis 5 menyatakan bahwa *Hedonic Motivation* (HM) tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) yang menunjukkan bahwa kesenangan atau kepuasan emosional dari penggunaan *mobile banking* tidak menjadi faktor untuk mempengaruhi niat konsumen dalam menggunakan suatu layanan bank digital. Hal ini dapat mencerminkan bahwa aplikasi *mobile banking* tidak dirancang untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan secara emosional, melainkan lebih kepada tujuan praktis.

Berdasarkan hasil pengolahan data uji hipotesis 6 menunjukkan bahwa *Price Value* (PV) tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI). *Price Value* yang

mencerminkan keseimbangan dalam *benefit* yang diberikan dari layanan dibandingkan dengan biaya yang digunakan untuk menggunakan teknologi, dinilai tidak mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *mobile banking*. Dalam transaksi *mobile banking*, pengguna tidak terlalu memprioritaskan biaya layanan perbankan (biaya transfer dan administrasi) memiliki jumlah yang relative kecil. Pengguna lebih terpengaruh oleh aspek fungsional dan manfaat teknologi, seperti kemudahan akses dan keamanan, daripada membandingkan harga atau biaya layanan.

Habit (HB) tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) dari hasil uji hipotesis 7. *Habit* yang mencerminkan sejauh mana kebiasaan memengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Pengguna *mobile banking* mungkin lebih dipengaruhi oleh kebutuhan situasional atau manfaat praktis dibandingkan kebiasaan, misalnya menggunakan aplikasi hanya saat diperlukan untuk transaksi tertentu. Untuk membangun *habit* suatu pengguna perlu adanya kepercayaan yang tinggi pada suatu teknologi tersebut sehingga tidak mudah untuk pengguna memiliki *habit* dalam penggunaan *mobile banking* terutama pada nasabah yang memiliki usia yang cukup tua.

Pada uji hipotesis 8 menguji hubungan antara *Perceived Trust* (PT) dengan *Behavioral Intention* (BI) adanya pengaruh negatif. Pengaruh negatif ini mungkin mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi bisa menyebabkan ketidakpercayaan dalam niat pengguna dalam mengoperasikan *mobile banking*, mungkin karena pengguna merasa "terlalu nyaman" dengan penggunaan *mobile banking* yang sangat menghemat waktu dan efisien. Dalam hasil analisis uji hipotesis 9 menyatakan bahwa *Perceived Risk* (PR) berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* (BI). *Perceived Risk* dapat mencakup berbagai risiko, seperti risiko

finansial (kerugian uang), risiko privasi (pencurian data pribadi), atau risiko operasional (kesalahan transaksi atau masalah teknis). Ketika pengguna sadar akan risiko yang mungkin mereka hadapi dalam penggunaan *mobile banking*, mereka mungkin merasa lebih terdorong untuk melakukan tindakan pencegahan atau mencari cara untuk memitigasi risiko tersebut. Ini dapat meningkatkan niat mereka untuk menggunakannya, karena mereka lebih siap untuk menghadapi potensi masalah. Jika *mobile banking* menyediakan alat keamanancanggih (misalnya, otentikasi dua faktor atau proteksi terhadap penipuan), pengguna mungkin merasa lebih aman meskipun mereka merasakan risiko. Kepercayaan ini bisa mendorong mereka untuk melanjutkan penggunaan layanan. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk mengedukasi pengguna dan terus meningkatkan fitur keamanan guna memitigasi persepsi risiko yang mungkin timbul.

Hipotesis 10 menguji interaksi antara *Performance Expectancy* (PE) dan usia yang menunjukkan bahwa moderasi tersebut tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Ini menunjukkan bahwa usia tidak memoderasi hubungan antara ekspektasi kinerja dan niat menggunakan *mobile banking* secara signifikan. Dengan kata lain, manfaat atau efisiensi yang dirasakan dari *mobile banking* tampaknya tidak dipersepsikan berbeda oleh kelompok usia yang berbeda.

Berdasarkan uji hipotesis 11 usia memoderasi *Effort Expectancy* (EE) dengan *Behavioral Intention* (BI) untuk penggunaan *mobile banking* menunjukkan bahwa interaksi antara *Effort Expectancy* dan usia tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan *mobile banking* tidak terlalu berbeda antara

kelompok usia yang lebih muda dan lebih tua. Dengan kata lain, kemudahan penggunaan mobile banking tampaknya dirasakan dengan cara yang serupa di berbagairentang usia, sehingga usia tidak menjadi faktor kunci dalam memperkuat hubungan ini. Oleh karena itu, pengembang aplikasi *mobile banking* dapat memfokuskan strategi mereka untuk meningkatkan *Effort Expectancy*nya harus memisahkanstrategiberdasarkankelompok usia tertentu.

Selanjutnya, uji hipotesis 12 dimana usia memoderasi hubungan antara *Social Influence* (SI) terhadap *Behavioral Intention* (BI) dalam penggunaan *mobile banking*. Hasil analisis menunjukkan bahwa interaksi ini berpengaruh secara statistik. Pengguna pada kelompok usia muda lebih terpengaruh oleh pendapat atau rekomendasi orang lain dalam keputusan mereka untuk menggunakan *mobile banking*. Berbeda halnya dengan pengguna usia tua karena sudah memilikipendirian yang kuat sehingga dalam melakukan transaksi perbankan lebih nyaman untuk transaksi di cabang dibandingkan menggunakan *mobile banking*.

Dilihat daripengolahan data pada tabel3, hipotesis 13 memiliki pengaruh negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa usia yang lebih tua cenderung mengurangi pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Pengguna yang lebih tua mungkin merasa bahwa meskipun ada dukungan teknis atau sumber daya yang tersedia, hal tersebut tidak cukup untuk meningkatkan niat mereka menggunakan *mobile banking*. Hal ini bisa terjadi karena pengguna yang lebih tua sering kali menghadapi hambatan psikologis, seperti ketidaknyamanan dengan teknologi baru, meskipun sumber daya pendukung tersedia. Sebaliknya, pengguna yang lebih muda lebih mungkin untuk memanfaatkan *Facilitating Conditions* (seperti tutorial, layanan bantuan, atau konektivitas yang baik) sebagai faktor utama yang mendorong

niat mereka untuk menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan penelitian ini, hipotesis 14, hipotesis 15, hipotesis 16, dan hipotesis 17 ditolak karena tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel yang dimoderasi dengan usia terhadap *Behavioral Intention* (BI). *Mobile banking* lebih ditekankan pada fungsi, efisiensi, dan kenyamanan. *Hedonic Motivation* (HM) tidak memainkan peran penting, dan perbedaan usia tidak memengaruhi cara pengguna merasakan kesenangan dari layanan ini. Serta persepsi nilai harga (PV) tidak menunjukkan interaksi yang signifikan dengan usia. Pengguna dari berbagai usia mungkin merasakan nilai harga (misalnya, biaya transaksi atau keuntungan layanan) dengan cara yang serupa, sehingga usia tidak memengaruhi hubungan ini. Kebiasaan menggunakan mobile banking tampaknya tidak dipengaruhi oleh usia. Jika seseorang sudah terbiasa menggunakan layanan ini, kebiasaan tersebut cenderung konsisten, terlepas dari usia mereka. Kepercayaan (*Trust*) terhadap *mobile banking* adalah faktor yang universal dan cenderung tidak dipengaruhi oleh usia. Semua kelompok usia mungkin memandang kepercayaan sebagai hal penting, tetapi dampaknya terhadap niat menggunakan *mobile banking* seragam dan tidak berbeda antar kelompok usia. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut cenderung memiliki pengaruh yang seragam di berbagai kelompok usia, atau kurang relevan dalam konteks teknologi berbasis fungsi seperti *mobile banking*.

Untuk yang terakhir uji hipotesis 18 menguji usia memoderasi hubungan antara *Perceived Risk* (PR) terhadap *Behavioral Intention* (BI) dengan hasil menunjukkan bahwa hubungan ini berpengaruh secara positif. Hasil ini mengindikasikan bahwa usia memiliki pengaruh terhadap cara pengguna memproses risiko yang dirasakan saat mempertimbangkan untuk menggunakan *mobile banking*. Kelompok

usia tertentu mungkin lebih sensitif terhadap risiko keamanan, privasi, atau kegagalan teknologi, yang pada akhirnya memengaruhi niat mereka untuk menggunakan layanan ini. Pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Behavioral Intention* meningkat dengan bertambahnya usia. Hal ini berarti kelompok usia yang lebih tua mungkin lebih peduli terhadap risiko, tetapi sensitivitas ini justru dapat mendorong mereka untuk lebih berhati-hati dan secara aktif mempertimbangkan penggunaan *mobile banking* untuk mengurangi potensi kerugian. Untuk mendukung pengguna dari semua kelompok usia, terutama mereka yang lebih tua, penyedia layanan harus secara proaktif menangani risiko yang dirasakan dengan komunikasi yang jelas, jaminan keamanan, dan pengalaman pengguna yang bebas gangguan. Dengan demikian, mereka dapat memanfaatkan pengaruh positif dari *Perceived Risk* dalam meningkatkan adopsi *mobile banking*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor yang diadaptasi dari UTAUT2, termasuk kepercayaan dan persepsi risiko, terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention*) dalam penggunaan *mobile banking* oleh nasabah BCA di wilayah Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), dan *Perceived Trust* (PT) memiliki pengaruh negatif terhadap *Behavioral Intention* (BI). Sebaliknya, *Perceived Risk* (PR) menunjukkan pengaruh positif. Variabel lainnya, seperti *Facilitating Conditions* (FC), *Hedonic Motivation* (HM), *Price Value* (PV), dan *Habit* (HB), tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI). Adapun analisis moderasi menunjukkan bahwa hanya *Social Influence* (SI), *Facilitating Conditions* (FC), dan *Perceived Risk* (PR) yang dimoderasi oleh usia memiliki pengaruh signifikan

terhadap *Behavioral Intention* (BI). Hasil ini menggarisbawahi pentingnya memberikan edukasi yang tepat kepada nasabah mengenai keamanan, manfaat, dan kemudahan penggunaan *mobile banking* untuk meningkatkan kepercayaan serta mengurangi risiko yang dirasakan. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pihak perbankan untuk lebih memahami faktor yang memengaruhi niat pengguna *mobile banking* dan menyusun strategi yang tepat guna meningkatkan penggunaan teknologi, khususnya melalui edukasi dan inovasi fitur keamanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Surabaya: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Venkatesh, V., J, T., & X, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of technology. *MIS Quarterly*, vol 36, 157-178.
- Anjani, W., & Mukhlis, I. (2022). *Penerapan Model UTAUT The Unified Theory of Accept*. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30570>
- Best, J. (2018). Front Matter. In *Breaking Digital Gridlock*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119421900.fmatter>
- Huang, T., Wang, G., & Huang, C. (2024). What promotes the mobile payment behavior of the elderly? *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-04031-z>

- Ivanova, A., & Yeon KIM, J. (2022). Acceptance and Use of Mobile Banking in Central Asia: Evidence from Modified UTAUT Model. *Journal of Asian Finance*, 9(2), 217–0227. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vo19.no2.0217>
- Kadek, N., Febriani, D., Widya Utami, N., Gusti, I., Pramesti, A., Putri, D., & Primakara, S. (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).
- Rita, R., & Fitria, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI Mobile Banking Pada Pekerja Migran Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 926–939. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.453>
- Santosa, A. D., Taufik, N., Prabowo, F. H. E., & Rahmawati, M. (2021). Continuance intention of baby boomer and X generation as new users of digital payment during COVID-19 pandemic using UTAUT2. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(4), 259–273. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00104-1>
- Skinner, C. (n.d.). *digital bank layout FP.indd*.
- Taufan, S., & Wardani, D. (2023). Analisis penerimaan bank digital dengan UTAUT 2 pasca pandemi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 6(2), 265–284. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v6i2.785>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. In *Source: MIS Quarterly* (Vol. 27, Issue 3).
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Yu, C.-S. (2012). *Factors Affecting Individuals To Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence From The Utaut Model*.