

## ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI BRIMO MENGGUNAKAN METODE UTAUT 2 (*THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2*) PADA BRI UNIT DWIKORA PALEMBANG

Fatah Dwi Kurniawan<sup>1\*</sup>, Novri Hadinata<sup>2</sup>, Muhamad Ariandi<sup>3</sup>, Andri<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Bina Darma Palembang, Indonesia

[fatah.dwikurniawan25@gmail.com](mailto:fatah.dwikurniawan25@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [novri.hadinata@binadarma.ac.id](mailto:novri.hadinata@binadarma.ac.id)<sup>2</sup>,  
[muhamad\\_ariandi@binadarma.ac.id](mailto:muhamad_ariandi@binadarma.ac.id)<sup>3</sup>, [andri@binadarma.ac.id](mailto:andri@binadarma.ac.id)<sup>4</sup>

Received: 20-07-2024

Revised: 25-07-2024

Approved: 29-08-2024

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi BRImo di PT. Bank Rakyat Indonesia unit Dwikora Palembang, yang mencatat populasi nasabah pengguna sebanyak 18.016 orang hingga Maret 2023. Dengan meningkatnya tren transaksi digital, penting untuk menganalisis kepuasan nasabah. Metode yang digunakan adalah UTAUT 2, yang memungkinkan pengukuran faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor Performance Expectancy (ekspektasi kinerja), Effort Expectancy (persepsi kemudahan penggunaan), Price Value (persepsi nilai harga), dan Habit (kebiasaan) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku nasabah. Selain itu, analisis reliabilitas menekankan pentingnya keandalan instrumen pengukuran. Meskipun nilai Normal Fit Index (NFI) dari model Estimated lebih rendah dibandingkan Saturated Model, hasil uji R-Square menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diukur mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam niat perilaku dan perilaku penggunaan aplikasi.

**Kata Kunci:** BRI, BRImo, Model UTAUT 2

### PENDAHULUAN

Menurut Kasengkang and Moniharapon (2023) mengemukakan bahwa Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. tentu banyak fasilitas yang disediakan dari pihak Bank Rakyat Indonesia (BRI) untuk masyarakat salah satunya yaitu pelayanan melalui mobile banking. Mobile Banking yang diciptakan oleh Bank Rakyat Indonesia untuk memudahkan pelayanan yaitu aplikasi BRImo (Anjani and Mukhlis 2022). Layanan BRImo mempermudah nasabah dalam menjalankan bermacam-macam transaksi perbankan meliputi internet banking, mobile banking dan uang elektronik didalam sebuah aplikasi smartphone, selain itu fitur-fitur transaksi yang dibuat lebih baik dan bermacam-macam pelayanan bank yang dapat diakses melalui BRImo (Caissar et al. 2022).

PT. Bank Rakyat Indonesia memiliki cabang yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia Palembang A. Rivai unit Dwikora. Berdasarkan data di aplikasi BRISIM milik PT. Bank Rakyat Indonesia unit Dwikora jumlah nasabah pengguna aplikasi BRImo pada BRI unit Dwikora Palembang sampai dengan bulan Maret 2023 sebanyak 18.016 orang dari 20.394 jumlah nasabah pada BRI unit Dwikora Palembang (Dewantara et al. 2022). Berdasarkan data tersebut, ini menyatakan bahwa Nasabah di Dwikora Palembang sekarang cenderung melakukan transaksi secara digital. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan, memuaskan nasabah adalah sebuah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah hal yang penting (Ginting, Silitonga, and

Maelina 2019). Dengan demikian, peneliti merasa adanya analisis mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi BRImo. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi BRImo peneliti menggunakan metode UTAUT 2 karena terdapat variabel *price value* (nilai harga) dan *expectancy* (harapan) yang dapat memberikan kekuatan penjelas yang baik dalam memprediksi minat individu (Handayani and Sumaryanto 2023)

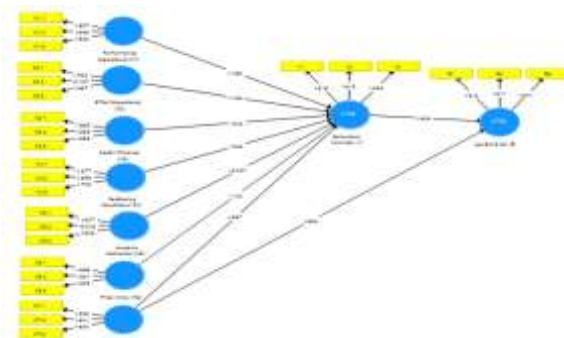
Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti akan melakukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi BRImo dengan mengambil judul penelitian “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi Brimo Menggunakan Metode UTAUT 2 (*The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2*) Pada BRI Unit Dwikora Palembang”.

### **METODE PENELITIAN**

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di lingkungan kantor BRI unit Dwikora Palembang yang beralamat Jl. Kapten Marzuki No.528D, 20 Ilir D. III, Kec. Ilir Timur. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129. Dalam penelitian kuantitatif, kegiatan analisis data terbagi menjadi dua yakni kegiatan mendeskripsikan data dan melakukan uji statistik (inferensi)(Sugiyono 2020). Analisis data dalam penelitian ini merupakan analisa kuantitatif(Suharsimi 2018), yaitu analisis data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring) mulai dari sangat tidak setuju dengan skor 1 sampai 5 sangat setuju. Untuk mengukur tanggapan dan pendapat dari responden dalam peneliian ini, maka penulis menggunakan metode Skala Likert(Susana 2022)(Usman and S.A 2018). Tahap untuk mengevaluasi model. Pertama adalah melihat signifikansi hubungan antar konstruk(Kesumawati 2018). Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur (*path coefficient*) yang menggambarkan kekuatan hubungab antara konstruk. Langkah selanjutnya mengevaluasi nilai R2. Penjelasan nilai R2 yaitu besarnya variability variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen. Populasi yang digunakan adalah semua nasabah pengguna aplikasi Brimo di Dwikora Palembang dengan jumlah populasi sebesar 18.016 orang dan diperkirakan jumlah sampeel yang dibutuhkan mencapai sekitar 100 sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* dimana populasi memiliki strata secara proporsional.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Data hasil penelitian pada penelitian Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi Brimo Menggunakan Metode UTAUT 2 (*The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2*) Pada BRI Unit Dwikora Palembang diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0 (Jufrizen and Rahmadhani 2020) bagan berikut:



Gambar 1. Hasil Olah Data

### Uji Discriminant Validity

Penilaian *discriminant validity* telah menjadi prasyarat yang diterima secara umum untuk menganalisis hubungan antar variabel laten. Untuk pemodelan persamaan struktural berbasis varian, seperti kuadrat terkecil parsial, kriteria *FornellLarcker* dan pemeriksaan *cross-loading* adalah pendekatan yang dominan untuk mengevaluasi validitas diskriminan (Imamah and Safira 2021). *Discriminant validity* adalah tingkat diferensi suatu indikator dalam mengukur konstruk instrumen.

Untuk menguji *discriminant validity* dapat dilakukan dengan pemeriksaan *Cross Loading* yaitu koefisien korelasi indikator terhadap konstruk asosasinya (*crossloading*) dibandingkan dengan koefisien korelasi dengan konstruk lain (*cross loading*) (Iriani 2018). Nilai konstruk korelasi indikator harus lebih besar terhadap konstruk asosiasinya daripada konstruk lain. Nilai yang lebih besar tersebut mengindikasikan kecocokan suatu indikator untuk menjelaskan konstruk asosiasinya dibandingkan menjelaskan konstruk-konstruk yang lain.

Tabel1.  
 Hasil Uji Validitas

	Behavioral Intention (Y)	Effort Expectancy (X2)	Facilitating Conditions (X4)	Habit (X7)	Hedonic Motivation (X5)	Performance Expectancy (X1)	Price Value (X6)	Social Influence (X3)	Use Behavior (Z)
Behavioral Intention (Y)	0.911								
Effort Expectancy (X2)	0.714	0.764							
Facilitating Conditions (X4)	0.719	0.785	0.853						
Habit (X7)	0.843	0.708	0.740	0.919					
Hedonic Motivation (X5)	0.676	0.756	0.718	0.705	0.756				
Performance Expectancy (X1)	0.671	0.666	0.661	0.637	0.728	0.914			
Price Value (X6)	0.709	0.673	0.744	0.732	0.695	0.606	0.904		
Social Influence (X3)	0.592	0.576	0.644	0.595	0.535	0.614	0.598	0.866	
Use Behavior (Z)	0.782	0.763	0.786	0.822	0.808	0.712	0.787	0.592	0.898

Variabel *Behavioral Intention* (Y) memiliki koefisien korelasi yang cukup tinggi dengan variabel *Habit* (X7) dan *Hedonic Motivation* (X5), menunjukkan bahwa niat perilaku memiliki hubungan kuat dengan kebiasaan dan motivasi hedonik. Variabel *Effort Expectancy* (X2) dan *Facilitating Conditions* (X4) memiliki koefisien korelasi yang moderat, mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan faktor-faktor pendukung memiliki hubungan yang cukup signifikan. Variabel *Price Value* (X6) dan *Use Behavior* (Z) memiliki koefisien korelasi yang cukup tinggi, menunjukkan adanya

keterkaitan antara persepsi nilai harga dan perilaku penggunaan. *Social Influence* (X3) memiliki korelasi yang lebih rendah dengan variabel lain, mengindikasikan bahwa pengaruh sosial cenderung memiliki hubungan yang lebih terbatas dengan variabel lain. Secara keseluruhan, hasil ini memberikan wawasan tentang sejauh mana variabel-variabel dalam penelitian ini mampu membedakan satu sama lain, yang mendukung validitas diskriminan konsep yang diukur (Jainuri 2021).

Secara khusus, variabel *Behavioral Intention* (Y) memiliki koefisien korelasi yang tinggi dengan variabel *Habit* (X7) dan *Hedonic Motivation* (X5), menunjukkan korelasi kuat antara niat perilaku dan kebiasaan serta motivasi hedonik. Variabel *Effort Expectancy* (X2) dan *Facilitating Conditions* (X4) memiliki nilai korelasi yang cukup signifikan. Variabel *Price Value* (X6) dan *Use Behavior* (Z) memiliki korelasi yang lebih tinggi, menunjukkan hubungan yang signifikan antara persepsi nilai harga dan perilaku penggunaan (Janna and Herianto 2021).

### Uji Composite Reability

Tabel 2.  
Hasil Uji *Composite Reability*

Variabel	Cronbach's Alpha
<i>Behavioral Intention</i> (Y)	0.898
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	0.381
<i>Facilitating Conditions</i> (X4)	0.812
<i>Habit</i> (X7)	0.908
<i>Hedonic Motivation</i> (X5)	0.476
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	0.901
<i>Price Value</i> (X6)	0.888
<i>Social Influence</i> (X3)	0.833
<i>Use Behavior</i> (Z)	0.880

Tabel yang diberikan memperlihatkan nilai *Cronbach's Alpha*, yang menggambarkan reliabilitas internal dari masing-masing variabel dalam penelitian. Nilai *Cronbach's Alpha* mengukur sejauh mana item-item dalam skala pengukuran saling konsisten dan mencerminkan keseragaman hasil yang diperoleh dari responden.

- 1) *Performance Expectancy* (X1) (0.901): Variabel ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi, menandakan bahwa item-item yang mengukur ekspektasi kinerja memiliki konsistensi tinggi dan reliabilitas yang baik.
- 2) *Effort Expectancy* (X2) (0.381): Nilai *Cronbach's Alpha* yang rendah pada variabel ini menunjukkan bahwa item-item yang mengukur persepsi kemudahan penggunaan (*Effort Expectancy*) memiliki masalah dalam konsistensi internal. Ini bisa mengindikasikan bahwa ada variasi besar dalam cara responden menanggapi item-item tersebut.
- 3) *Social Influence* (X3) (0.833): Variabel ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang cukup tinggi, menandakan bahwa item-item yang mengukur pengaruh sosial memiliki konsistensi internal yang baik.
- 4) *Facilitating Conditions* (X4) (0.812): Nilai *Cronbach's Alpha* yang cukup tinggi pada variabel ini menandakan bahwa item-item yang mengukur faktor-faktor pendukung dalam penggunaan memiliki konsistensi internal yang baik.

- 5) *Hedonic Motivation* (X5) (0.476): Nilai *Cronbach's Alpha* yang rendah pada variabel ini mengindikasikan bahwa item-item yang mengukur motivasi hedonik memiliki masalah dalam konsistensi internal, dan hasil yang diperoleh mungkin kurang reliabel.
- 6) *Price Value* (X6) (0.888): Variabel ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi, menunjukkan bahwa item-item yang mengukur persepsi nilai harga memiliki konsistensi tinggi dan reliabilitas yang baik
- 7) *Habit* (X7) (0.908): Variabel ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi, menunjukkan bahwa item-item yang mengukur kebiasaan memiliki konsistensi tinggi dan reliabilitas yang baik.
- 8) *Behavioral Intention* (Y) (0.898): Variabel ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi, menunjukkan konsistensi tinggi antara item-item yang mengukur niat perilaku. Ini menunjukkan bahwa skala pengukuran niat perilaku memiliki reliabilitas yang baik
- 9) *Use Behavior* (Z) (0.880): Variabel ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi, menunjukkan bahwa item-item yang mengukur perilaku penggunaan memiliki konsistensi tinggi dan reliabilitas yang baik.

### **Hasil Analisis Inner Model**

Setelah melakukan evaluasi model dan diperoleh bahwa setiap konstruk telah memenuhi syarat *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*, maka yang berikutnya adalah evaluasi model struktural yang meliputi pengujian kecocokan model (*Model Fit*), *Path Coefficient*, dan  $R^2$ . Pengujian kecocokan model (*Model Fit*) digunakan untuk mengetahui apakah suatu model memiliki kecocokan dengan data (Jelina, Marbun, and Panjaitan 2023). Nilai *path coefficient* atau nilai koefisien jalur antara masing-masing variable eksogen ke variable endogen. Outer loading, biasa digunakan untuk mengukur apakah indikator benar – benar mampu mewakili variabelnya. *Direct effect*, *indirect effect* dan *total effect* pada penelitian Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi Brimo Menggunakan Metode UTAUT 2 (*The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2*) Pada BRI Unit Dwikora Palembang.

**Tabel 3.**  
**Path Coefficient**

<b>Variabel</b>	<b>Behavior Intention</b>
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0.155
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	0.138
<i>Social Influence (X3)</i>	0.023
<i>Facilitating Conditions (X4)</i>	0.030
<i>Hedonic Motivation (X5)</i>	-0.047
<i>Price Value (X6)</i>	0.104
<i>Habit (X7)</i>	0.567

- 1) *Performance Expectancy* (X1) (0.155): Variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. Setiap kenaikan dalam *Performance Expectancy* (harapan terhadap kinerja) dikaitkan dengan peningkatan sekitar 0.155 dalam *Behavioral Intention*.

- 2) *Effort Expectancy* (X2) (0.138): Variabel ini juga memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. Kenaikan dalam *Effort Expectancy* (persepsi kemudahan penggunaan) terkait dengan peningkatan sekitar 0.138 dalam *Behavioral Intention*.
- 3) *Social Influence* (X3) (0.023): Variabel ini memiliki pengaruh positif yang lebih kecil terhadap *Behavioral Intention*. Pengaruhnya kurang signifikan, dengan kenaikan dalam *Social Influence* hanya terkait dengan peningkatan sekitar 0.023 dalam *Behavioral Intention*.
- 4) *Facilitating Conditions* (X4) (0.030): Variabel ini memiliki pengaruh positif yang juga relatif kecil terhadap *Behavioral Intention*. Setiap kenaikan dalam *Facilitating Conditions* (faktor-faktor pendukung) dikaitkan dengan peningkatan sekitar 0.030 dalam *Behavioral Intention*.
- 5) *Hedonic Motivation* (X5) (-0.047): Variabel ini memiliki pengaruh negatif terhadap *Behavioral Intention*. Namun, pengaruhnya juga tergolong kecil, dengan kenaikan dalam *Hedonic Motivation* (motivasi hedonik) terkait dengan penurunan sekitar 0.047 dalam *Behavioral Intention*.
- 6) *Price Value* (X6) (0.104): Variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*. Peningkatan dalam *Price Value* (persepsi nilai harga) terkait dengan peningkatan sekitar 0.104 dalam *Behavioral Intention*.
- 7) *Habit* (X7) (0.567): Variabel ini memiliki pengaruh yang sangat positif dan kuat terhadap *Behavioral Intention*. Kenaikan dalam *Habit* (kebiasaan) dikaitkan dengan peningkatan sekitar 0.567 dalam *Behavioral Intention*.

Hasil ini memberikan pandangan tentang sejauh mana setiap variabel independen mempengaruhi *Behavioral Intention*. Variabel *Habit* (X7) memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap *Behavioral Intention*, diikuti oleh *Performance Expectancy* (X1), *Effort Expectancy* (X2), dan *Price Value* (X6). Sementara itu, *Social Influence* (X3), *Facilitating Conditions* (X4), dan *Hedonic Motivation* (X5) memiliki pengaruh yang lebih rendah terhadap *Behavioral Intention*.

**Tabel 4.**  
***Path Coeffisient Use Behavior***

<b>Variabel</b>	<b><i>Behavior Intention</i></b>
<i>Behavioral Intention</i> (Y)	0.309
<i>Habit</i> (X7)	0.562

Hasil koefisien jalur (coefficient path) dalam tabel menunjukkan pengaruh dari variabel *Behavioral Intention* (Y) dan *Habit* (X7) terhadap variabel Behavior Intention.

- 1) *Behavioral Intention* (Y) (0.309): Variabel *Behavioral Intention* (Y) memiliki pengaruh positif terhadap dirinya sendiri. Ini berarti bahwa peningkatan dalam *Behavioral Intention* (niat perilaku) akan berkontribusi pada peningkatan sekitar 0.309 dalam *Behavioral Intention* itu sendiri.
- 2) *Habit* (X7) (0.562): Variabel *Habit* (X7) juga memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap *Behavioral Intention*. Setiap kenaikan dalam *Habit* (kebiasaan) dikaitkan dengan peningkatan sekitar 0.562 dalam *Behavioral Intention*.

Hasil ini menunjukkan bahwa dalam konteks ini, variabel *Behavioral Intention* (Y) dipengaruhi oleh dirinya sendiri (yang menggambarkan pengaruh niat perilaku

terhadap dirinya sendiri) dan juga sangat dipengaruhi oleh variabel *Habit (X7)*, yang menggambarkan peran kuat kebiasaan dalam memengaruhi *Behavioral Intention*[14].

**Tabel 5.**  
**Model Fit**

	<b>Saturated Model</b>	<b>Estimated Model</b>
NFI	0.661	0.646

Hasil *Model Fit* dalam tabel menyajikan nilai indeks kecocokan model untuk model *Saturated* (model yang benar-benar cocok dengan data) dan *Estimated Model* (model yang diestimasi berdasarkan data). Dalam hal ini, indeks yang digunakan adalah *Normal Fit Index (NFI)*.

- 1) *Saturated Model* (0.661): Nilai NFI untuk *Saturated Model* adalah 0.661. Model ini adalah referensi untuk ukuran kecocokan sempurna dengan data, dan nilai NFI mendekati 1.00 menunjukkan kesesuaian yang sangat baik antara model dan data.
- 2) *Estimated Model* (0.646): Nilai NFI untuk *Estimated Model* adalah 0.646. Model ini adalah model yang diestimasi berdasarkan data aktual. Semakin tinggi nilai NFI semakin baik, karena itu, nilai 0.646 mengindikasikan bahwa model yang diestimasi memiliki tingkat kecocokan yang baik, meskipun tidak sebaik model referensi *Saturated*.

Perbandingan nilai NFI antara *Saturated Model* dan *Estimated Model* mengindikasikan bahwa *Estimated Model* memiliki tingkat kecocokan yang cukup baik, meskipun tidak sebaik model referensi *Saturated*. Namun, dalam interpretasi *Model Fit*, penting untuk mempertimbangkan beberapa indeks kecocokan lainnya dan konteks penelitian secara keseluruhan (Kasengkang and Moniharapon 2023) (Nopiani and Putra 2021).

*Inner model (inner relation, structural model, dan substantive theory)* menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model *structural* di evaluasi dengan menggunakan *R-Square* untuk konstruk dependen. Nilai  $R^2$  dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel endogen tertentu dan variabel eksogen apakah mempunyai pengaruh substantive (Ghozali, 2014).

**Tabel 6.**  
**R-Square**

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Behavioral Intention (Y)</i>	0.758	0.740
<i>Use Behavior (Z)</i>	0.703	0.697

Hasil uji *R-Square* (koefisien determinasi) dalam tabel menggambarkan seberapa baik variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh satu atau lebih variabel independen dalam model regresi. Nilai *R-Square* berkisar antara 0 hingga 1, dan semakin tinggi nilainya (Sanaky 2021), semakin baik variabilitas dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model.

- *Behavioral Intention (Y)*:
- *R-Square*: 0.758
- *R-Square Adjusted*: 0.740

Ini berarti model dapat menjelaskan sekitar 75.8% dari variasi dalam *Behavioral Intention* (niat perilaku). Nilai *R-Square Adjusted* yang lebih rendah mengindikasikan bahwa penambahan variabel tambahan mungkin tidak signifikan untuk menjelaskan variasi dalam *Behavioral Intention*.

- *Use Behavior (Z)*:
- *R-Square*: 0.703
- *R-Square Adjusted*: 0.697

Model dapat menjelaskan sekitar 70.3% dari variasi dalam *Use Behavior* (perilaku penggunaan). Nilai *R-Square Adjusted* yang hampir sama dengan *R-Square* menunjukkan bahwa penambahan variabel tambahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjelaskan variasi dalam *Use Behavior* (Saragih and Rikumahu 2022). Kedua nilai *R-Square* yang tinggi menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Namun, nilai *R-Square Adjusted* memberikan informasi lebih lanjut tentang kompleksitas model dan dampak penambahan variabel independen (Yusuf and Astuti 2020).

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini mengkaji hubungan antara berbagai faktor yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan dalam suatu konteks tertentu. Dari analisis yang dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan penting.

- 1) Pertama, faktor-faktor seperti Performance Expectancy (ekspektasi kinerja), Effort Expectancy (persepsi kemudahan penggunaan), Price Value (persepsi nilai harga), dan Habit (kebiasaan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku. Khususnya, Habit (kebiasaan) memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk niat perilaku, menunjukkan bahwa kebiasaan yang terbentuk dari pengalaman masa lalu memiliki dampak kuat pada niat individu untuk melakukan suatu perilaku.
- 2) Kedua, hasil analisis reliabilitas skala pengukuran menyoroti pentingnya memastikan keandalan instrumen pengukuran. Beberapa variabel menunjukkan reliabilitas yang baik, sementara variabel lainnya memerlukan perbaikan untuk memastikan konsistensi dalam pengukuran.
- 3) Ketiga, meskipun model Estimated memiliki nilai Normal Fit Index (NFI) yang lebih rendah daripada Saturated Model, namun NFI yang tinggi pada model Estimated mengindikasikan bahwa model yang diestimasi memiliki kecocokan yang baik dengan data aktual.
- 4) Terakhir, hasil uji R-Square menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diukur dalam penelitian ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam niat perilaku dan perilaku penggunaan. Ini menegaskan pentingnya variabel-variabel yang diuji dalam memprediksi dan menjelaskan perilaku individu.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anjani, and Mukhlis. 2022. "Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking." *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen* 21(2). doi: <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30570>.
- Caissar, Hardiyana, Nurhadian, and Kadir. 2022. "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan." *Acman: Accounting and Management Journal*

- 2(1):11–19. doi: <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.27>.
- Dewantara, Cakranegara, Wahidin, Muditomo, and Sudipa. 2022. "Implementasi Metode Preference Selection Index Dalam Penentuan Jaringan Dan Pemanfaatan Internet Pada Provinsi Indonesia." *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)* 6(2):1226–1238.
- Ginting, Silitonga, and Ivo Maelina. 2019. "Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan Dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Manajemen* 5(2):195–204.
- Handayani, and Sumaryanto. 2023. "Analysis of Factors Affecting Interest in Entrepreneurship." *Information and Management* 6(1):353–362.
- Imamah, and Ayu Safira. 2021. "Pengaruh Mobile Banking Terhadap Profitabilitas Bank Di Bursa Efek Indonesia." *Profit* 15(1):95–103. doi: <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.10>.
- Iriani. 2018. "Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo." *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines* 2(2):100.
- Jainuri, Nurashiah. 2021. "Perancangan Dan Pembuatan Aplikasi Mobile Point Of Sale Pada Outlet Makaroni Judes Berbasis Android." *Jurnal IPSIKOM* 21(1):85–98.
- Janna, and Herianto. 2021. "Artikel Statistik Yang Benar." *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)* 7(1):1–12.
- Jelina, Marbun, and Panjaitan. 2023. "Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor PT. Perkebunan Nusantara IV Unit Bah Butong." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis METHOFEMA* 4(1):88–100.
- Jufrizen, Jufrizen, and Khairani Nurul Rahmadhani. 2020. "Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Lingkungan Kerja Sebagai Variabel Moderasi." *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 3(1). doi: [10.26533/jmd.v3i1.561](https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.561).
- Kasengkang, and Moniharapon. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Bri Mobile (BRIMO) Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Unit Tumpaan The Effect Of Bri Mobile Product Quality And Service Quality (BRIMO) On Customer Satisfaction Of BRI Tumpaan Units." *Jurnal EMBA* 11(1):1075–1084.
- Kesumawati, Nila. 2018. *Pengantar Statistika Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nopiani, and Putra. 2021. "Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking." *E-Jurnal Akuntansi* 31(10). doi: <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i10.p13>.
- Sanaky. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah." *Jurnal Simetrik* 11(1):432. doi: <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.
- Saragih, and Rikumahu. 2022. "Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay, OVO, Dan DANA Dengan Model UTAUT2 Pada Masyarakat Jawa Barat." *Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 11(1):70–87.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2018. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Susana, Heliyanti. 2022. "Penerapan Model Klasifikasi Metode Naive Bayes Terhadap

Penggunaan Akses Internet.” Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI) 4(1):1-8. doi: <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v4i1.96>.

Usman, Husnaini, and R. Purnomo S.A. 2018. Pengantar Statistika. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Yusuf, M., and Yuli Astuti. 2020. “System Usability Scale (SUS) Untuk Pengujian Usability Pada Pijar Career Center.” *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*. doi: [10.34010/komputika.v9i2.2873](https://doi.org/10.34010/komputika.v9i2.2873).