



Evaluasi penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking menggunakan model UTAUT 2

Lanto Ningrayati Amali, Rahman Takdir, Yulianti Diko, Nikmasari Pakaya, Sri Ayu Ashari, Sri Nilawaty Lahay, Mohamad Syafri Tuloli

Jurusan Teknik Informatika, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

Riwayat Artikel:

Diterima 10 Juni 2024
Direvisi 30 Oktober 2024
Disetujui 5 November 2024

Kata Kunci:

Mobile banking
Penerimaan Pengguna
PLS-SEM
UTAUT 2

ABSTRACT. This study aims to identify factors in the UTAUT 2 model that significantly influence the acceptance and use of the XYZtouch mobile banking application in Gorontalo City. The research employed a quantitative approach with data from 129 respondents analyzed using PLS-SEM. The results reveal that of the seven independent variables in the UTAUT 2 model, only three variables significantly influence behavioral intention: social influence ($\beta=0.133$, $p<0.05$), hedonic motivation ($\beta=0.153$, $p<0.05$), and habit ($\beta=0.374$, $p<0.001$). Meanwhile, performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and price value do not have significant effects. Based on these findings, the study recommends adoption enhancement strategies focusing on strengthening social influence, developing the hedonic aspects of the application, and establishing usage habits. This research contributes to validating the UTAUT 2 model for the context of regional bank mobile banking in Indonesia.

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dalam model UTAUT 2 yang secara signifikan mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking XYZtouch di Kota Gorontalo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data dari 129 responden yang dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tujuh variabel independen dalam model UTAUT 2, hanya tiga variabel yang berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention, yaitu social influence ($\beta=0,133$, $p<0,05$), hedonic motivation ($\beta=0,153$, $p<0,05$), dan habit ($\beta=0,374$, $p<0,001$). Sementara performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, dan price value tidak berpengaruh signifikan. Berdasarkan temuan ini, direkomendasikan strategi peningkatan adopsi yang berfokus pada penguatan pengaruh sosial, pengembangan aspek hedonis aplikasi, dan pembentukan kebiasaan penggunaan. Penelitian ini berkontribusi dalam validasi model UTAUT 2 untuk konteks mobile banking bank regional di Indonesia.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) license.



Penulis Korespondensi:

Yulianti Diko,
Jurusan Teknik Informatika,
Jl. Prof. Dr. B.J Habibie, Bone Bolango, Gorontalo, Indonesia.
Email: dikoyulianti27@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah paradigma layanan perbankan di era digital saat ini. Berdasarkan data Bank Indonesia, per April 2024 nominal transaksi digital banking mencapai Rp5.340,92 triliun atau tumbuh sebesar 19,08% (Damayanti, 2024)). Fenomena ini menunjukkan adanya transformasi preferensi nasabah dari transaksi perbankan konvensional menuju layanan perbankan digital yang menawarkan efisiensi dan efektivitas (Fuddin dkk., 2023). Mobile banking telah menjadi instrumen penting bagi industri perbankan untuk memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan kepuasan nasabah melalui aksesibilitas tanpa batasan waktu dan tempat (Singh & Srivastava, 2020; Tam & Oliveira, 2019).

Menghadapi era digital, berbagai bank di Indonesia berlomba mengembangkan aplikasi mobile banking untuk memenuhi kebutuhan nasabah (Andhika dkk., 2023; Amani & Indrayani, 2024). Salah satunya adalah Bank XYZ di Kota Gorontalo yang meluncurkan aplikasi XYZtouch sebagai solusi perbankan digital. Aplikasi ini dirancang untuk menyediakan berbagai layanan transaksi perbankan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan layanan lainnya. Namun, berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan nasabah, implementasi XYZtouch masih menghadapi beberapa kendala teknis. Meskipun dalam prakteknya masih ada beberapa kendala yang sering terjadi pada saat menggunakan aplikasi XYZtouch antara lain adanya permasalahan jaringan yang sering menyebabkan server mati sehingga respon sistem dalam menghasilkan informasi pun agak terganggu, sering terjadi aplikasi eror sehingga aplikasi tidak bisa di akses sama sekali meskipun jaringan bagus (Pakaya dkk., 2023). Adanya beberapa kendala di atas berpotensi mempengaruhi tingkat penerimaan dan penggunaan berkelanjutan dari aplikasi yang digunakan (Alalwan dkk., 2019; Merhi dkk., 2019).

Studi tentang penerimaan teknologi telah berkembang pesat dengan munculnya berbagai model teoretis. Model Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) telah banyak diaplikasikan untuk menjelaskan penerimaan teknologi. Namun, model ini memiliki keterbatasan dalam menjelaskan faktor-faktor sosial dan kontekstual (Venkatesh dkk., 2012; Bagozzi, 2007). Model System Usability Scale (SUS) dan End User Computing Satisfaction (EUCS) juga telah digunakan dalam riset-riset sebelumnya, tetapi lebih berfokus pada aspek usability dan kepuasan pengguna tanpa mengintegrasikan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penerimaan teknologi (Lewis & Sauro, 2018; Doll & Torkzadeh, 2015).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) yang dikembangkan oleh Venkatesh dkk. (2012) merupakan model komprehensif untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen. Model ini terdiri dari tujuh konstruk utama yaitu performance expectancy (ekspektasi kinerja), effort expectancy (ekspektasi usaha), social influence (pengaruh sosial), facilitating conditions (kondisi fasilitasi), hedonic motivation (motivasi hedonis), price value (nilai harga), dan habit (kebiasaan). UTAUT 2 dianggap lebih komprehensif dibandingkan model-model sebelumnya karena mempertimbangkan aspek motivasi hedonis, nilai ekonomis, dan faktor kebiasaan yang sangat relevan dalam konteks penggunaan teknologi oleh konsumen. Model ini telah terbukti memiliki kemampuan prediktif yang kuat dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi informasi (Venkatesh dkk., 2016; Dwivedi dkk., 2022).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengaplikasikan model UTAUT 2 untuk menganalisis penerimaan mobile banking. Suharsono dkk. (2023) menemukan bahwa hedonic motivation memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention dalam penggunaan aplikasi fintech. Pratita dan Suryanto (2024) mengidentifikasi social influence sebagai faktor signifikan yang mempengaruhi adopsi teknologi baru. Sementara itu, Murhum (2022) dan Melinda dan Setiawati (2022) menyoroti pentingnya habit dalam membentuk niat penggunaan berkelanjutan. Namun, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai pengaruh performance expectancy, effort expectancy, dan facilitating conditions terhadap penerimaan mobile banking (Abdennebi, 2023; Farah dkk., 2018; Baptista & Oliveira, 2022), serta belum banyak penelitian yang berfokus pada aplikasi mobile banking bank regional di Indonesia (Walean & Talumantak, 2021; Fadila dkk., 2022).

Berdasarkan research gap tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dalam model UTAUT 2 yang secara signifikan mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking XYZtouch di Kota Gorontalo. Penelitian ini memiliki kontribusi teoretis dengan memvalidasi model UTAUT 2 dalam konteks mobile banking bank regional di Indonesia, serta kontribusi praktis dengan memberikan wawasan bagi Bank XYZ dalam meningkatkan kualitas layanan digital mereka berdasarkan hasil analisis faktor-faktor yang berpengaruh signifikan. Hasil

penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi XYZtouch, sehingga dapat menjadi dasar dalam pengembangan strategi peningkatan layanan mobile banking yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi nasabah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori dengan tujuan tunggal untuk mengidentifikasi faktor-faktor dalam model UTAUT 2 yang secara signifikan mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking XYZtouch di Kota Gorontalo. Pendekatan kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antar variabel dan pengaruhnya secara statistik (Creswell & Creswell, 2018). Penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Sekaran & Bougie, 2022).

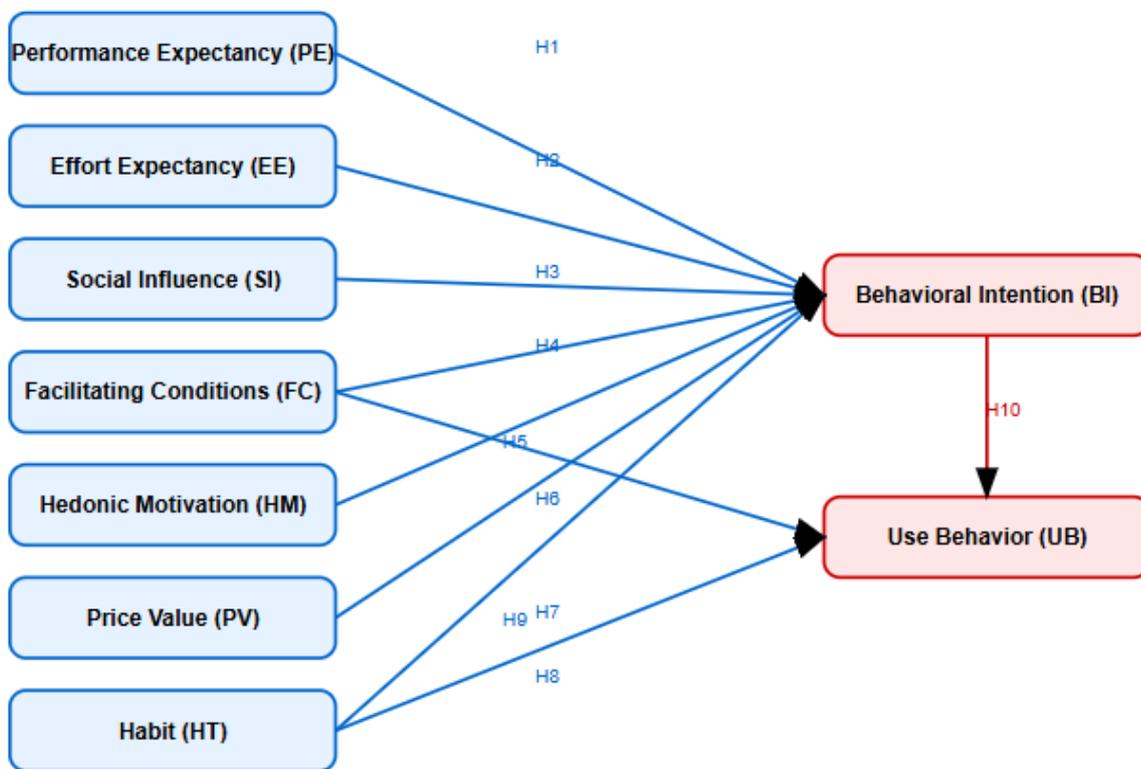
Kerangka Penelitian

Penelitian ini mengadopsi model UTAUT 2 yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2012) sebagai kerangka teoretis untuk mencapai tujuan penelitian. Model ini terdiri dari tujuh variabel independen: performance expectancy (PE), effort expectancy (EE), social influence (SI), facilitating conditions (FC), hedonic motivation (HM), price value (PV), dan habit (HT), serta dua variabel dependen: behavioral intention (BI) dan use behavior (UB). Definisi operasional dari masing-masing variabel dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Sumber
Performance Expectancy (PE)	Tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan aplikasi XYZtouch akan membantu meningkatkan kinerja dalam aktivitas perbankan	Venkatesh et al. (2012); Dwivedi et al. (2022)
Effort Expectancy (EE)	Tingkat kemudahan yang dirasakan terkait dengan penggunaan aplikasi XYZtouch	Venkatesh et al. (2012)
Social Influence (SI)	Tingkat persepsi bahwa orang-orang penting (keluarga, teman, rekan) meyakini bahwa seseorang harus menggunakan aplikasi XYZtouch	Venkatesh et al. (2012); Alalwan et al. (2019)
Facilitating Conditions (FC)	Tingkat kepercayaan bahwa infrastruktur organisasional dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan aplikasi XYZtouch	Venkatesh et al. (2012); Shaw & Sergueeva (2019)
Hedonic Motivation (HM)	Tingkat kesenangan atau kenikmatan yang diperoleh dari penggunaan aplikasi XYZtouch	Venkatesh et al. (2012); Suharsono et al. (2023)
Price Value (PV)	Persepsi pengguna tentang trade-off antara manfaat yang dirasakan dari aplikasi XYZtouch dan biaya moneter untuk menggunakannya	Venkatesh et al. (2012); Farah et al. (2018)
Habit (HT)	Tingkat di mana pengguna cenderung menggunakan aplikasi XYZtouch secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya	Venkatesh et al. (2012); Murhum (2022)
Behavioral Intention (BI)	Tingkat keinginan atau niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi XYZtouch di masa depan	Venkatesh et al. (2012); Baptista & Oliveira (2022)
Use Behavior (UB)	Frekuensi aktual penggunaan aplikasi XYZtouch oleh pengguna	Venkatesh et al. (2012); Tam & Oliveira (2019)

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi mobile banking XYZtouch di Kota Gorontalo. Karena jumlah pasti populasi tidak diketahui (populasi tak terhingga), maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow dkk. (1990), sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times P(1 - P)}{E^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- Z = Nilai Standar dengan tingkat kepercayaan 90% = 1,645
- P = Maksimal estimasi = 15% = 0,15
- E = Kesalahan sampling (margin of error) = 5% = 0,05

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus tersebut, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 138 responden. Namun dalam pelaksanaan penelitian ini, data yang berhasil dikumpulkan adalah sejumlah 129 responden. Hal ini masih dapat dianggap representatif karena mendekati jumlah sampel minimum yang dipersyaratkan (Hair et al., 2019). Pengambilan sampel menggunakan kombinasi teknik accidental sampling dan snowball sampling. Accidental sampling dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih responden berdasarkan ketersediaan dan kemudahan akses, yaitu siapa saja pengguna aplikasi XYZtouch yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti (Etikan

et al., 2016). Sementara itu, snowball sampling digunakan untuk memperluas jangkauan responden melalui referensi dari responden awal (Naderifar et al., 2017). Kombinasi kedua teknik ini dipilih untuk memastikan ketercapaian jumlah sampel yang dibutuhkan pada populasi yang tidak diketahui jumlahnya dengan pasti.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga metode:

1. **Studi Dokumentasi:** Mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan, dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian.
2. **Wawancara:** Melakukan wawancara awal dengan beberapa pengguna aplikasi XYZtouch untuk mengidentifikasi permasalahan dan memperkaya pemahaman tentang konteks penelitian.
3. **Kuesioner:** Instrumen utama pengumpulan data berupa kuesioner tertutup yang didistribusikan secara online dan offline kepada responden. Kuesioner terdiri dari dua bagian:
 - o Bagian A: Pertanyaan demografis (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, lama penggunaan aplikasi)
 - o Bagian B: Pertanyaan terkait variabel-variabel dalam model UTAUT 2.

Kuesioner menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Setuju, dan (4) Sangat Setuju. Skala empat poin dipilih untuk menghindari jawaban netral atau ragu-ragu, sehingga responden didorong untuk memberikan penilaian yang lebih tegas (Joshi et al., 2015).

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4.0 untuk menganalisis data dan menguji hipotesis. PLS-SEM dipilih karena memiliki keunggulan dalam menangani model kompleks dengan banyak konstruk dan indikator, serta dapat digunakan pada ukuran sampel yang relatif kecil (Hair et al., 2021). Metode ini juga tepat untuk penelitian eksplanatori yang bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi suatu variabel tertentu (Sarstedt et al., 2022).

Analisis PLS-SEM dilakukan melalui dua tahap:

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dengan kriteria:

- Convergent validity: loading factor $> 0,7$
- Discriminant validity: nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) lebih besar dari korelasi antar variabel laten
- Average Variance Extracted (AVE): nilai $> 0,5$
- Composite reliability: nilai $> 0,7$
- Cronbach's Alpha: nilai $> 0,7$

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel dengan kriteria:

- Path coefficient (β): mengukur kekuatan hubungan antar variabel, dinyatakan signifikan jika $p\text{-value} < 0,05$
- Coefficient of determination (R^2): mengukur seberapa besar variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen ($0,67 = \text{kuat}$; $0,33 = \text{moderat}$; $0,19 = \text{lemah}$)

- Effect size (f^2): mengukur besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen (0,02 = kecil; 0,15 = menengah; 0,35 = besar)
- T-test: menguji signifikansi pengaruh antar variabel (two-tailed, $\alpha = 5\%$, $t > 1,64$)
- Predictive relevance (Q^2): mengukur relevansi prediktif model (nilai > 0)
- Relative impact (q^2): mengukur besarnya pengaruh prediktif relatif (0,02 = kecil; 0,15 = menengah; 0,35 = besar)

Hasil analisis ini akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dan mencapai tujuan penelitian dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking XYZtouch di Kota Gorontalo.

HASIL DAN DISKUSI

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dari 129 responden pengguna aplikasi mobile banking XYZtouch di Kota Gorontalo. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan lama penggunaan aplikasi XYZtouch, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	56	43,4
	Perempuan	73	56,6
Usia	< 20 tahun	15	11,6
	20-30 tahun	63	48,8
	31-40 tahun	34	26,4
	> 40 tahun	17	13,2
Pendidikan	SMA/Sederajat	27	20,9
	Diploma	21	16,3
	Sarjana (S1)	68	52,7
	Pascasarjana (S2/S3)	13	10,1
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	38	29,5
	PNS/ASN	46	35,7
	Karyawan Swasta	28	21,7
	Wirausaha	12	9,3
	Lainnya	5	3,8
Lama Penggunaan	< 1 tahun	31	24,0
	1-2 tahun	73	56,6
	> 2 tahun	25	19,4
Frekuensi Penggunaan	1-3 kali/bulan	37	28,7
	4-6 kali/bulan	58	45,0
	> 6 kali/bulan	34	26,3

Berdasarkan data pada Tabel 1, mayoritas responden adalah perempuan (56,6%) dengan dominasi kelompok usia 20-30 tahun (48,8%). Dari segi pendidikan, sebagian besar responden memiliki latar

belakang pendidikan Sarjana (52,7%), dan pekerjaan terbanyak adalah PNS/ASN (35,7%). Sementara itu, dari segi pengalaman penggunaan aplikasi, mayoritas responden telah menggunakan XYZtouch selama 1-2 tahun (56,6%) dengan frekuensi penggunaan 4-6 kali per bulan (45,0%). Karakteristik responden ini menggambarkan pengguna aplikasi XYZtouch yang didominasi oleh generasi produktif dengan tingkat pendidikan tinggi, yang umumnya telah memiliki pengalaman cukup dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Bagian ini menyajikan hasil analisis PLS-SEM untuk mengidentifikasi faktor-faktor dalam model UTAUT 2 yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking XYZtouch di Kota Gorontalo. Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian melalui beberapa parameter sebagai berikut:

Convergent Validity

Pengujian convergent validity dilakukan untuk mengukur seberapa besar korelasi antara indikator dengan variabel latennya. Tabel 1, menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor $> 0,7$ dengan rentang nilai 0,799 hingga 1,000. Hasil ini mengindikasikan bahwa semua indikator valid dalam mengukur konstruk yang diteliti (Hair et al., 2021).

Tabel 1. Hasil pengujian convergent validity

Indikator	BI	EE	FC	HM	HT	PE	PV	SI	UB	Keterangan
BI1	0,905									Valid
BI2	0,924									Valid
BI3	0,924									Valid
EE1		0,834								Valid
EE2		0,923								Valid
EE3		0,920								Valid
EE4		0,896								Valid
FC1			0,848							Valid
FC2			0,844							Valid
FC3			0,830							Valid
FC4			0,822							Valid
HM1				0,885						Valid
HM2				0,896						Valid
HM3				0,804						Valid
HT1					0,806					Valid
HT2					0,822					Valid
HT3					0,874					Valid
HT4					0,883					Valid
PE1						0,799				Valid
PE2						0,899				Valid
PE3						0,851				Valid
PE4						0,895				Valid
PV1							0,934			Valid
PV2							0,927			Valid
PV3							0,897			Valid
SI1								0,862		Valid
SI2								0,870		Valid
SI3								0,868		Valid
UB									1,000	Valid

Discriminant Validity

Discriminant validity menunjukkan sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk (ditunjukkan pada diagonal) lebih besar dari nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki discriminant validity yang baik (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2021).

Tabel 2. Hasil pengujian discriminant validity

Konstruk	BI	EE	FC	HM	HT	PE	PV	SI	UB
BI	0,918								
EE	0,752	0,894							
FC	0,725	0,748	0,836						
HM	0,739	0,676	0,659	0,863					
HT	0,818	0,664	0,692	0,707	0,847				
PE	0,712	0,762	0,624	0,625	0,713	0,862			
PV	0,603	0,543	0,680	0,631	0,608	0,592	0,920		
SI	0,725	0,617	0,636	0,648	0,729	0,629	0,524	0,867	
UB	0,186	0,167	0,187	0,130	0,175	0,153	0,056	0,167	1,000

Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) mengukur jumlah varians yang dapat ditangkap oleh suatu konstruk dalam kaitannya dengan jumlah varians yang disebabkan oleh kesalahan pengukuran. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai AVE untuk semua konstruk berada di atas 0,5, berkisar antara 0,699 hingga 0,846. Hasil ini menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk latennya, sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen (Hair et al., 2021).

Tabel 3. Hasil pengujian AVE

Konstruk	Average Variance Extracted (AVE)	Nilai Yang Ditetapkan	Kesimpulan
BI	0,843	>0,5	Valid
EE	0,799	>0,5	Valid
FC	0,699	>0,5	Valid
HM	0,745	>0,5	Valid
HT	0,717	>0,5	Valid
PE	0,743	>0,5	Valid
PV	0,846	>0,5	Valid
SI	0,751	>0,5	Valid

Composite Reliability

Composite reliability mengukur reliabilitas internal dari konstruk dengan memperhatikan loading indikator yang berbeda-beda. Tabel 4 menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai composite reliability di atas 0,7, berkisar antara 0,897 hingga 0,943. Hasil ini menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki konsistensi internal yang tinggi (Hair et al., 2021).

Tabel 4. Hasil pengujian Composite Reliability

Konstruk	Composite reliability (rho_c)	Nilai Yang Ditetapkan	Kesimpulan
BI	0,941	>0,7	Reliabel
EE	0,941	>0,7	Reliabel
FC	0,903	>0,7	Reliabel
HM	0,897	>0,7	Reliabel
HT	0,910	>0,7	Reliabel
PE	0,920	>0,7	Reliabel
PV	0,943	>0,7	Reliabel
SI	0,901	>0,7	Reliabel

Cronbach's Alpha

Cronbach's alpha merupakan ukuran lain dari reliabilitas internal dengan asumsi bahwa semua indikator sama pentingnya. Tabel 5 menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai Cronbach's alpha di atas 0,7, berkisar antara 0,829 hingga 0,916. Hasil ini mengkonfirmasi bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik (Taber, 2018).

Tabel 5. Hasil pengujian Cronbach's Alpha

Konstruk	Cronbach's alpha	Nilai Yang Ditetapkan	Kesimpulan
BI	0,907	>0,7	Reliabel
EE	0,916	>0,7	Reliabel
FC	0,856	>0,7	Reliabel
HM	0,829	>0,7	Reliabel
HT	0,868	>0,7	Reliabel
PE	0,885	>0,7	Reliabel
PV	0,909	>0,7	Reliabel
SI	0,835	>0,7	Reliabel

Berdasarkan hasil evaluasi model pengukuran di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian ini memiliki validitas dan reliabilitas yang baik. Dengan demikian, model pengukuran ini layak untuk dilanjutkan ke tahap evaluasi model struktural.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian melalui beberapa parameter sebagai berikut:

Path Coefficient dan Pengujian Hipotesis

Path coefficient menunjukkan kekuatan hubungan antar variabel dalam model. Tabel 6 menyajikan hasil pengujian path coefficient dan signifikansi hubungan antar variabel yang diuji melalui nilai p-value dan t-statistics.

Tabel 6. Hasil pengujian path coefficient dan hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Original sample (O)	P values	T statistics (O/STDEV)	Kesimpulan
H1	PE -> BI	0,040	0,367	0,685	Ditolak
H2	EE -> BI	0,218	0,063	1,482	Ditolak
H3	SI -> BI	0,133	0,041	1,745	Diterima
H4	FC -> BI	0,087	0,195	1,271	Ditolak
H5	FC -> UB	0,102	0,184	0,766	Ditolak
H6	HM -> BI	0,153	0,031	1,872	Diterima
H7	PV -> BI	0,007	0,457	0,105	Ditolak
H8	HT -> BI	0,374	0,000	3,515	Diterima
H9	HT -> UB	0,038	0,390	0,045	Ditolak
H10	BI -> UB	0,080	0,294	0,357	Ditolak

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diidentifikasi tiga faktor yang secara signifikan mempengaruhi behavioral intention dalam penggunaan aplikasi XYZtouch, yaitu:

1. **Social Influence (SI)** dengan koefisien jalur 0,133 dan p-value 0,041 ($< 0,05$)
2. **Hedonic Motivation (HM)** dengan koefisien jalur 0,153 dan p-value 0,031 ($< 0,05$)
3. **Habit (HT)** dengan koefisien jalur 0,374 dan p-value 0,000 ($< 0,05$)

Sementara itu, tujuh hipotesis lainnya tidak didukung (ditolak) karena memiliki nilai p-value $> 0,05$.

Coefficient of Determination (R^2)

Coefficient of determination (R^2) mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Tabel 7 menunjukkan nilai R^2 untuk variabel dependen dalam model.

Tabel 7. Hasil Pengujian R^2

Variabel Dependen	R-square	Keterangan
BI	0,776	Kuat
UB	0,041	Lemah

Nilai R^2 untuk Behavioral Intention (BI) sebesar 0,776 mengindikasikan bahwa 77,6% variasi dalam niat perilaku menggunakan XYZtouch dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Nilai ini termasuk dalam kategori kuat karena lebih dari 0,67 (Hair et al., 2021). Sementara itu, nilai R^2 untuk Use Behavior (UB) sebesar 0,041 termasuk dalam kategori lemah, mengindikasikan bahwa hanya 4,1% variasi dalam perilaku penggunaan aktual XYZtouch yang dapat dijelaskan oleh model.

Effect Size (f^2)

Effect size (f^2) mengukur besarnya kontribusi relatif dari variabel prediktor terhadap variabel dependen. Tabel 8 menyajikan nilai f^2 untuk masing-masing hubungan dalam model.

Tabel 8. Hasil pengujian Effect Size (f^2)

Jalur	R^2 in	R^2 ex	f^2	Analisis
BI -> UB	0,041	0,045	-0,004	Kecil

Jalur	R ² in	R ² ex	f ²	Analisis
EE -> BI	0,776	0,763	0,058	Kecil
FC -> BI	0,776	0,774	0,008	Kecil
FC -> UB	0,041	0,036	0,005	Kecil
HM -> BI	0,776	0,767	0,040	Kecil
HT -> BI	0,776	0,734	0,187	Menengah
HT -> UB	0,041	0,040	0,001	Kecil
PE -> BI	0,776	0,041	3,281	Besar
PV -> BI	0,776	0,776	0,000	Kecil
SI -> BI	0,776	0,770	0,026	Kecil

Hasil menunjukkan bahwa Habit (HT) memiliki efek menengah terhadap Behavioral Intention (BI) dengan nilai f^2 sebesar 0,187, sementara Performance Expectancy (PE) memiliki efek besar terhadap BI dengan nilai f^2 sebesar 3,281, meskipun hubungan langsungnya tidak signifikan secara statistik. Variabel lainnya memiliki efek kecil dengan nilai f^2 kurang dari 0,15.

Predictive Relevance (Q²) dan Relative Impact (q²)

Nilai Q² dan q² mengukur kemampuan prediktif model dan kontribusi relatif variabel independen terhadap kemampuan prediksi. Tabel 9 dan Tabel 10 menyajikan hasil pengujian Q² dan q².

Tabel 9. Hasil pengujian Q²

Variabel	Q ² (=1-SSE/SSO)
BI	0,629
UB	0,018

Tabel 10. Hasil pengujian q²

Jalur	Q ² in	Q ² ex	q ²	Analisis
BI -> UB	0,018	0,020	-0,002	Kecil
EE -> BI	0,629	0,623	0,016	Kecil
FC -> BI	0,629	0,630	-0,001	Kecil
FC -> UB	0,018	0,020	-0,002	Kecil
HM -> BI	0,629	0,623	0,016	Kecil
HT -> BI	0,629	0,631	-0,005	Kecil
HT -> UB	0,018	0,023	-0,005	Kecil
PE -> BI	0,629	0,632	-0,008	Kecil
PV -> BI	0,629	0,631	-0,005	Kecil
SI -> BI	0,629	0,625	0,010	Kecil

Nilai Q² untuk BI sebesar 0,629 (> 0) menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik untuk niat perilaku penggunaan XYZtouch. Sementara nilai Q² untuk UB sebesar 0,018 (> 0) juga menunjukkan relevansi prediktif, meskipun relatif kecil. Nilai q² untuk semua hubungan berada

dalam kategori kecil ($< 0,15$), mengindikasikan bahwa kontribusi relatif masing-masing variabel independen terhadap kemampuan prediktif model relatif kecil.

Diskusi

Berdasarkan hasil analisis PLS-SEM, dapat diidentifikasi bahwa dari sepuluh hipotesis yang diuji, hanya tiga hipotesis yang diterima (H3, H6, dan H8). Ini menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap aplikasi mobile banking XYZtouch di Kota Gorontalo, yaitu social influence, hedonic motivation, dan habit.

Social Influence (SI)

Social influence memiliki pengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention dalam penggunaan aplikasi XYZtouch ($\beta = 0,133$, $p < 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan aplikasi XYZtouch dipengaruhi oleh dorongan dan persepsi positif dari lingkungan sosial seperti keluarga, teman, atau rekan kerja. Hasil ini konsisten dengan penelitian Pratita dan Suryanto (2024) yang menemukan bahwa faktor sosial berperan penting dalam adopsi teknologi baru. Dalam konteks budaya kolektif seperti di Indonesia, pengaruh sosial memang sering menjadi faktor kunci dalam keputusan adopsi teknologi (Baptista & Oliveira, 2022).

Pengaruh sosial yang signifikan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik masyarakat Gorontalo yang cenderung memiliki ikatan sosial kuat dan keputusan individu sering dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Ketika seseorang melihat orang-orang di sekitarnya menggunakan aplikasi XYZtouch dan mendapatkan manfaat darinya, mereka cenderung untuk ikut mengadopsi teknologi tersebut. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya strategi pemasaran yang memanfaatkan jaringan sosial, seperti program referral atau testimoni pengguna, untuk meningkatkan adopsi aplikasi XYZtouch.

Hedonic Motivation (HM)

Hedonic motivation juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention ($\beta = 0,153$, $p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa aspek kesenangan dan kenikmatan dalam menggunakan aplikasi XYZtouch berperan penting dalam mendorong niat penggunaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Suharsono dkk. (2023) yang menemukan bahwa motivasi hedonis menjadi faktor signifikan dalam penggunaan aplikasi fintech. Dalam konteks mobile banking, aspek kesenangan ini dapat berkaitan dengan desain antarmuka yang menarik, kemudahan navigasi, atau fitur-fitur interaktif yang membuat pengalaman perbankan menjadi lebih menyenangkan.

Signifikansi motivasi hedonis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa pengguna XYZtouch tidak hanya mencari utilitas atau kegunaan praktis, tetapi juga pengalaman yang menyenangkan. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi XYZtouch ke depan perlu memperhatikan aspek user experience dan interface design yang dapat meningkatkan kenikmatan pengguna saat berinteraksi dengan aplikasi. Peningkatan pada aspek ini dapat berupa personalisasi antarmuka, gamifikasi, atau reward system yang dapat meningkatkan keterlibatan dan kesenangan pengguna.

Habit (HT)

Habit memiliki pengaruh positif signifikan yang paling kuat terhadap behavioral intention ($\beta = 0,374$, $p < 0,001$). Temuan ini sesuai dengan penelitian Murhum (2022) dan Melinda & Setiawati (2022) yang mengidentifikasi kebiasaan sebagai faktor kunci dalam membentuk niat penggunaan berkelanjutan. Dalam konteks mobile banking, kebiasaan terbentuk melalui pengulangan perilaku penggunaan yang pada akhirnya menjadi otomatis dan tidak lagi memerlukan pertimbangan sadar.

Kekuatan pengaruh habit terhadap behavioral intention ($f^2 = 0,187$) yang termasuk dalam kategori menengah menunjukkan bahwa penggunaan XYZtouch telah mulai menjadi bagian dari rutinitas

perbankan sebagian nasabah. Namun, tidak signifikannya pengaruh habit terhadap use behavior menunjukkan bahwa kebiasaan ini belum sepenuhnya terinternalisasi menjadi perilaku aktual. Hal ini mungkin disebabkan oleh kendala teknis yang masih dihadapi pengguna seperti yang diidentifikasi dalam penelitian pendahuluan.

Faktor-Faktor yang Tidak Berpengaruh Signifikan

Performance Expectancy (PE) ($\beta = 0,040$, $p > 0,05$) tidak berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Venkatesh dkk. (2012) yang menemukan ekspektasi kinerja sebagai prediktor terkuat dalam adopsi teknologi. Hasil yang tidak signifikan ini mungkin disebabkan oleh kendala teknis yang masih dihadapi dalam penggunaan aplikasi XYZtouch, sehingga ekspektasi pengguna terhadap manfaat dan peningkatan kinerja belum terpenuhi secara optimal (Hidayat dkk., 2020).

Effort Expectancy (EE) ($\beta = 0,218$, $p > 0,05$) tidak berpengaruh signifikan meskipun memiliki koefisien yang cukup besar. Ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan bukan menjadi faktor penentu utama dalam adopsi XYZtouch. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmansyah (2023) dan Onibala dkk. (2021) yang menemukan bahwa seiring dengan meningkatnya literasi digital masyarakat, kemudahan penggunaan menjadi faktor yang taken for granted dan bukan lagi menjadi pertimbangan utama dalam adopsi teknologi.

Facilitating Conditions (FC) tidak berpengaruh signifikan baik terhadap behavioral intention ($\beta = 0,087$, $p > 0,05$) maupun use behavior ($\beta = 0,102$, $p > 0,05$). Temuan ini sejalan dengan penelitian Suntara dkk. (2023) dan Utami (2020), dan dapat dijelaskan oleh semakin tersedianya infrastruktur dan dukungan teknis yang memadai untuk menggunakan mobile banking, sehingga kondisi fasilitasi tidak lagi menjadi pembeda dalam keputusan adopsi.

Price Value (PV) ($\beta = 0,007$, $p > 0,05$) memiliki pengaruh yang sangat kecil dan tidak signifikan. Hal ini mungkin disebabkan oleh persepsi pengguna bahwa biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan aplikasi XYZtouch tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh, seperti yang ditemukan oleh Melania dkk. (2022).

Behavioral Intention (BI) ($\beta = 0,080$, $p > 0,05$) tidak berpengaruh signifikan terhadap use behavior. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Supriyanto dkk. (2020) dan mengindikasikan bahwa meskipun pengguna memiliki niat untuk menggunakan aplikasi XYZtouch, kendala teknis atau faktor situasional lainnya mungkin menghalangi terwujudnya niat tersebut menjadi perilaku penggunaan aktual.

Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memvalidasi model UTAUT 2 dalam konteks mobile banking bank regional di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam konteks spesifik ini, hanya tiga dari tujuh konstruk UTAUT 2 yang memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Temuan ini menyoroti pentingnya konteks dalam penerapan model penerimaan teknologi dan menunjukkan bahwa dalam konteks mobile banking regional di Indonesia, faktor-faktor sosial, hedonis, dan kebiasaan lebih berperan dibandingkan faktor-faktor utilitarian seperti ekspektasi kinerja atau kemudahan penggunaan.

Rendahnya nilai R^2 untuk use behavior (0,041) juga mengindikasikan adanya kesenjangan antara niat dan perilaku aktual yang mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model UTAUT 2, seperti kepercayaan, persepsi risiko, atau kualitas sistem yang spesifik untuk konteks mobile banking. Hal

ini menunjukkan perlunya pengembangan model yang lebih komprehensif untuk menjelaskan adopsi mobile banking di Indonesia, khususnya untuk bank-bank regional.

Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa rekomendasi praktis dapat dirumuskan untuk meningkatkan penerimaan dan penggunaan aplikasi mobile banking XYZtouch. Bank XYZ perlu mengembangkan strategi marketing yang memanfaatkan kekuatan jaringan sosial, seperti program referral, community engagement, atau ambassador program untuk meningkatkan adopsi XYZtouch. Mengingat signifikannya pengaruh sosial, pendekatan pemasaran berbasis komunitas dan testimoni pengguna dapat menjadi lebih efektif dibandingkan pemasaran massal konvensional. Selain itu, perlu dilakukan peningkatan pada user interface dan user experience aplikasi XYZtouch untuk memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pengguna, mencakup personalisasi, gamifikasi, atau implementasi sistem reward untuk meningkatkan keterlibatan. Bank XYZ juga perlu mengembangkan strategi untuk memperkuat kebiasaan penggunaan aplikasi XYZtouch, seperti fitur reminder untuk transaksi rutin atau program loyalitas berbasis frekuensi penggunaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan model UTAUT 2 dalam evaluasi penerimaan pengguna aplikasi mobile banking XYZtouch di Kota Gorontalo menunjukkan bahwa dari tujuh faktor dalam model UTAUT 2, hanya tiga faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention, yaitu social influence, hedonic motivation, dan habit. Faktor habit memiliki pengaruh terkuat dengan koefisien jalur sebesar 0,374 ($p < 0,001$), diikuti oleh hedonic motivation ($\beta = 0,153$, $p < 0,05$) dan social influence ($\beta = 0,133$, $p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan pola unik dalam adopsi mobile banking di lingkungan bank regional, di mana faktor-faktor non-utilitarian seperti pengaruh lingkungan sosial, aspek kesenangan dalam penggunaan, dan kebiasaan memiliki peran lebih dominan dibandingkan faktor utilitarian seperti ekspektasi kinerja atau kemudahan penggunaan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pendekatan psikososial dalam adopsi teknologi lebih berpengaruh dalam konteks penelitian ini. Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan teori dengan memvalidasi model UTAUT 2 dalam konteks spesifik mobile banking bank regional di Indonesia, sekaligus memberikan wawasan praktis bagi pengembang aplikasi XYZtouch untuk meningkatkan penerimaan pengguna melalui strategi yang berfokus pada tiga faktor signifikan tersebut. Penguatan pengaruh sosial dapat dilakukan melalui program referral dan community engagement, peningkatan aspek hedonis melalui perbaikan user interface dan experience, serta penguatan pembentukan kebiasaan melalui fitur-fitur yang mendorong penggunaan berulang.

REFERENSI

- Abdennebi, H. B. (2023). M-banking adoption from the developing countries perspective: A mediated model. *Digital Business*, 3(2), 100065. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100065>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2019). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Andhika, I., Pratama, A. R., & Pratama, Y. (2023). Analysis of mobile banking acceptance in Indonesia using extended TAM (Technology Acceptance Model). *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 16(2), 68-78. <https://doi.org/10.24036/jtip.v16i2.626>
- Bagozzi, R. P. (2007). The legacy of the technology acceptance model and a proposal for a paradigm shift. *Journal of the Association for Information Systems*, 8(4), 244-254. <https://doi.org/10.17705/1jais.00122>

- Baptista, G., & Oliveira, T. (2022). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418-430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.024>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Damayanti, D. (2024). Transaksi digital tumbuh pesat. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8279/transaksi-digital-tumbuh-pesat?lang=1>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (2015). The measurement of end-user computing satisfaction. *MIS Quarterly*, 12(2), 259-274. <https://doi.org/10.2307/248851>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2022). Re-examining the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): Towards a revised theoretical model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719-734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-banking adoption: Empirical evidence from the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386-1413. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>
- Fuddin, M. K., Firjatullah, A. N., Hizbullah, M., Sya'diyah, P. A., & Erlitasari, R. N. (2023). Revolusi perbankan digital: game changer dalam era digitalisasi. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 8(2), 174. <https://doi.org/10.15548/al-masraf.v8i2.598>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan pengguna E-Wallet menggunakan UTAUT 2 (Studi kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239-247. <http://dx.doi.org/10.22146/v9i3.227>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396-403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. John Wiley & Sons.
- Lewis, J. R., & Sauro, J. (2018). Item benchmarks for the system usability scale. *Journal of Usability Studies*, 13(3), 158-167.
- Melania, E., Mustika, D., & Januarita, D. (2022). Analisis minat dan perilaku masyarakat dalam penggunaan E-Wallet XYZ dengan UTAUT2. *Jurnal Riset Komputer*, 9(4), 1136-1144. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i4.4701>
- Melinda, T., & Setiawati, C. I. (2022). Analisis minat pengguna layanan telemedicine Halodoc di Kota Bandung dengan menggunakan model modifikasi UTAUT2. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 262-273. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2212>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59, 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Murhum, N. N., Durachman, Y., & Fetrina, E. (2022). Pengukuran penerimaan pengguna pada aplikasi kesehatan Halodoc dengan menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Jurnal Sains, Nalar, dan Aplikasi Teknologi Informasi*, 1(2), 89-96. <https://doi.org/10.20885/snati.v1i2.12>

- Naderifar, M., Goli, H., & Ghaljaie, F. (2017). Snowball sampling: A purposeful method of sampling in qualitative research. *Strides in Development of Medical Education*, 14(3), e67670. <https://doi.org/10.5812/sdme.67670>
- Onibala, A. A., Rindengan, Y., & Lumenta, A. S. (2021). Analisis penerapan model UTAUT 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) terhadap E-Kinerja Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara. *E-Journal Teknik Informatika*, 15(1), 1-12. <https://doi.org/10.35793/jti.15.1.2021.35054>
- Pakaya, T. S., Machmud, R., & Radji, D. L. (2023). Pengaruh kualitas sistem informasi (BSG Touch) terhadap kepuasan pengguna (Studi kasus pada nasabah Bank SulutGo cabang Boroko). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(3), 1169-1178. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i3.18223>
- Pratita, A., & Suryanto, T. L. M. (2024). Transformasi pendidikan era kecerdasan buatan: Simplifikasi model UTAUT 2 dalam evaluasi penggunaan ChatGPT oleh siswa SMA. *Switch: Jurnal Sains dan Teknologi Informasi*, 2(3), 01-13. <https://doi.org/10.62951/switch.v2i3.75>
- Rahmansyah, S. T., Sudarsono, H., Ruchba, S. M., & Susantun, I. (2023). Minat pelajar Muslim menggunakan mobile banking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3520-3528. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9052>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2022). Partial least squares structural equation modeling. *Handbook of Market Research*, 15, 587-632. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2022). *Research methods for business: A skill building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Shaw, N., & Sergueeva, K. (2019). The non-monetary benefits of mobile commerce: Extending UTAUT2 with perceived value. *International Journal of Information Management*, 45, 44-55. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.024>
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2020). Understanding the intention to use mobile banking by existing online banking customers: An empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*, 25, 86-96. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00074-w>
- Suntara, A. A., Widagdo, P. P., & Kamila, V. Z. (2023). Analisis penerapan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) terhadap perilaku pengguna sistem informasi uang kuliah tunggal Universitas Mulawarman. *KRETISI*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.30872/kretisi.v1i1.275>
- Suharsono, A. A., Hariadi, S., & Ariani, M. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi Atome di kalangan mahasiswa Universitas Surabaya. *JMBI UNSRAT Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 10(1), 43-63. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.44286>
- Supriyanto, S. R., Rolliawati, D., & Yalina, N. (2020). Evaluasi penerimaan modul kepegawaian SIESTA menggunakan model UTAUT2. *Edumatic*, 4(1), 11-20. <https://doi.org/10.29408/edumatic.v4i1.1989>
- Taber, K. S. (2018). The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273-1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Tam, C., & Oliveira, T. (2019). Does culture influence m-banking use and individual performance? *Information & Management*, 56(3), 356-363. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.07.009>
- Utami, N. T. (2020). Analisis behavioral intention dan use behavior digital wallet pada mahasiswa S1 Universitas Negeri Semarang. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328-376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Walean, R. H., & Talumantak, J. P. (2021). Pemodelan persamaan struktural pada adopsi mobile banking studi kasus: BSGtouch Bank SulutGo. *Cogito Smart Journal*, 7(2), 421-435. <https://doi.org/10.31154/cogito.v7i2.314.421-435>