



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 8492-8503

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Pendekatan Model Utaut 2 Terhadap Penerimaan Penggunaan
E-Banking Livin Pada Bank Mandiri
(Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Jabodetabek)

Bilgah^{1✉}, Agtovia Frimayasa²

(1) Universitas Bina Sarana Informatika

(2) Univesitas Dian Nusantara

Email : bilgah.bgh@bsi.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan dan penggunaan e-banking Livin' Bank Mandiri di Jabodetabek dengan menggunakan model UTAUT2. E-banking adalah layanan yang disediakan oleh bank untuk mendukung berbagai jenis transaksi perbankan. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatif yang menjelaskan hubungan dan pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya melalui pengajuan hipotesis. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 97 responden dengan penyebaran kuesioner online. Sampel terdiri dari responden yang menggunakan mobile banking. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis) dengan menggunakan program SmartPLS 3.0. Hasil pengujian terhadap hipotesis dapat disimpulkan bahwa , Behavioral Intention mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Use Behavior. Facilitating Condition berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention. Sehingga Habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Use Behavior. Konsumen merasa bahwa Facilitating Condition, Behavioral Intention, Use Behavior, dan Habit memberikan kemungkinan yang lebih tinggi bagi responden untuk adanya niat penggunaan e-banking Livin' Bank Mandiri.

Kata Kunci: *UTAUT 2, E-Banking, Behavioral Intention, Use Behavior*

Abstract

This study aims to understand the acceptance and usage of Livin' Bank Mandiri e-banking in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) using the UTAUT2 model. E-banking is a service provided by banks to support various types of banking transactions. This research is explanatory, explaining the relationships and influences between variables through hypothesis testing. The study used a sample of 97 respondents, collected through online questionnaires. The sample consisted of respondents who use mobile banking. Data analysis was performed using path analysis with the SmartPLS 3.0 program. The hypothesis testing results concluded that Behavioral Intention has a positive and significant influence on Use Behavior. Facilitating Condition also has a positive and significant influence on Behavioral Intention. Additionally, Habit positively and significantly influences Use Behavior. Consumers feel that Facilitating Condition, Behavioral Intention, Use Behavior, and Habit significantly increase the likelihood of their intention to use Livin' Bank Mandiri e-banking.

Keyword: *UTAUT 2, E-Banking, Behavioral Intention, Use Behavior*

PENDAHULUAN

Masyarakat menyadari betul pertumbuhan teknologi yang luar biasa setiap tahunnya sebagai akibat dari globalisasi. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat, teknologi baru pun dikembangkan, yang memiliki banyak dampak positif pada kehidupan sehari-hari. Karena penggunaan teknologi saat ini membuat semua tugas menjadi lebih efisien, maka menjadi penting bagi orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain, menjalankan bisnis, dan bersosialisasi.

Kemajuan teknologi yang pesat ini juga berdampak pada industri keuangan. Dimana saat ini, bank-bank saling bersaing untuk menyediakan layanan perbankan digital yang akan memudahkan transaksi daring bagi nasabahnya. Bank-bank Indonesia, baik bank pemerintah maupun bank – bank swasta, berada di garis depan pengembangan teknologi di industri perbankan. Perbankan seluler, daring, dan SMS merupakan produk dari meningkatnya penggunaan teknologi di industri perbankan. Perbankan seluler saat ini menjadi prioritas pengembangan karena Indonesia tengah menuju masyarakat nir-tunai di mana instrumen non-tunai digunakan oleh semua orang. Dengan menggunakan telepon pintar dan aplikasi perbankan seluler bank, transaksi non-tunai dapat diselesaikan kapan saja dan di mana saja.

Statistik infrastruktur pasar keuangan (SPIP) dan sistem pembayaran Bank Indonesia (BI) yang dipublikasikan pada Jumat, 17 November 2023, menunjukkan transaksi perbankan digital tumbuh pesat, sedangkan transaksi kartu ATM justru menurun. Pada kuartal III/2023, BI mencatat nilai transaksi perbankan digital mencapai Rp15.148,71 triliun, tumbuh 12,83% yoy. Kemudian, transaksi uang elektronik meningkat 10,34% yoy menjadi Rp116,54 triliun.

Menurut data yang dikeluarkan oleh PT Bank Mandiri, Tbk mencatat Jumlah pengguna Livin' secara nasional mencapai 21 juta, dengan 6 juta di antaranya merupakan pengguna baru dan 80% diantaranya adalah pengguna aktif Livin'.

Salah satu kemajuan teknologi yang banyak digunakan oleh sektor perbankan adalah e-banking. Nasabah dapat menggunakan mobile banking atau internet untuk melakukan transaksi perbankan online berkat e-banking. E-banking Livin' dari Bank Mandiri merupakan salah satu layanan e-banking yang paling diminati di Indonesia. Nasabah dapat melakukan aktivitas keuangan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan pembukaan rekening dengan lebih mudah dengan bantuan berbagai fitur Livin' e-banking. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan adopsi Livin' e-banking, Bank Mandiri terus meningkatkan kualitas layanannya.

Menurut (Tampubolon 2009), perbankan elektronik merupakan salah satu layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan, bukan hanya bank yang menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Sedangkan (Clarke 2009), mengatakan bahwa e-banking adalah penyediaan jasa perbankan pada sektor retail dan skala kecil melalui saluran elektronik. Kompleksitas persaingan industri menyebabkan setiap perusahaan berfokus pada dirinya sendiri terhadap keinginan dan kepuasan pelanggan. Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan merupakan hal yang sangat menarik, tidak hanya menyangkut peningkatan penjualan dan reputasi penjualan melainkan juga menyangkut pembinaan jangka panjang.

Model teoritis yang disebut model UTAUT2 digunakan untuk meramalkan dan menjelaskan bagaimana orang akan menerima dan menggunakan teknologi. Harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memungkinkan, nilai harga, motivasi hedonis, dan kebiasaan adalah tujuh variabel yang membentuk model ini.

Venkatesh dkk. (2003) memperkenalkan model UTAUT sebagai model penerimaan dan penggunaan teknologi. Venkatesh et al. (2003) membangun model UTAUT dengan menggabungkan fitur-fitur terbaik dari delapan teori berbeda, yang dikembangkan melalui tinjauan dan konsolidasi model-model sebelumnya. Delapan teori utama yang termasuk dalam UTAUT adalah Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), Combined TAM and TPB (CTAM-TPB), Model of PC Utilization (MPCU), Innovation Diffusion Theory (IDT), dan Social Cognitive Theory (SCT).

Performance Expectancy atau Ekspektasi Kinerja merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa melalui penggunaan sistem dapat membantu dirinya guna memperoleh

manfaat dalam aktivitasnya (Venketsh, V., Moris, M.G., Davis, G.B 2003). Ekspektasi kinerja adalah seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu dia untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja di pekerjaannya (Jogiyanto 2007).

Effort Expectancy atau Ekspektasi Usaha didefinisikan sebagai kemudahan penggunaan suatu sistem dapat mengurangi upaya berupa tenaga dan waktu seseorang dalam beraktivitas (Venketsh, V., Moris, M.G., Davis, G.B 2003). Persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan sistem adalah definisi dari ekspektasi usaha. Karena kemudahan ini, orang akan merasa lebih yakin dengan keunggulan sistem ini dan lebih nyaman memanfaatkannya di tempat kerja. Dapat disimpulkan bahwa Cara sistem beroperasi akan berdampak pada bagaimana sistem tersebut digunakan.

Dalam penerapan suatu sistem baru, pengaruh sosial atau yang disebut juga Social Influence atau Faktor Sosial Budaya menunjukkan seberapa jauh pandangan seseorang terhadap sesuatu yang diyakini oleh orang lain akan berubah. Istilah "pengaruh sosial" menggambarkan bagaimana orang lain memengaruhi pilihan seseorang tentang perilaku. Tekanan eksternal (dari orang-orang penting dalam kehidupan seseorang, seperti keluarga, teman, dan rekan kerja) dikaitkan dengan pengaruh sosial. Faktor sosial budaya merupakan prediktor niat dalam mengadopsi dan menggunakan sistem teknologi informasi melalui pengaruh sosial di sekitar pengguna.

Facilitating Condition atau Kondisi yang Memfasilitasi adalah tingkat di mana seseorang merasa nyaman memanfaatkan sistem yang memiliki bantuan organisasi dan infrastruktur teknis. Teori sikap dan perilaku (theory of attitude and behavior) dikembangkan oleh (Triandis 1980) yang mengatakan bahwa perilaku seseorang merupakan ekspresi dari keinginan atau minat seseorang yang dipengaruhi oleh sikap, aturan sosial, kebiasaan, dan konsekuensi yang ada. Sikap merupakan gambaran keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Aturan sosial merupakan bentuk pemikiran seseorang terhadap apa yang ingin mereka lakukan. Kebiasaan berkaitan dengan rutinitas yang biasa dilakukan oleh seseorang. Kemarahan merupakan akibat dari perilaku berpikir, baik akibat yang menguntungkan, maupun akibat yang merugikan. Sikap merupakan faktor dalam implementasi kebijakan publik, seperti tindakan yang didasarkan pada pendirian atau keyakinan yaitu sikap kurang tanggung jawab, sikap kepedulian dan sikap kesopanan seseorang dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab.

Sederhananya, motivasi hedonis adalah keinginan untuk mencapai kepuasan dan kesenangan. Keinginan untuk merasakan perasaan bahagia dan menjauhi perasaan tidak menyenangkan menjadi dasar motivasi ini. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., &

Friezen (2012) mendefinisikan motivasi hedonis sebagai perasaan senang atau bahagia yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi, dan menunjukkan bahwa hal tersebut mempunyai peranan penting dalam faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. Motivasi hedonis merupakan elemen terkuat kedua yang mendorong niat berperilaku menuju adopsi teknologi, yang menunjukkan bahwa orang tidak hanya peduli dengan kinerja tetapi juga dengan emosi yang mereka peroleh dari penggunaan suatu teknologi.

Price Value atau Nilai Harga adalah penilaian seseorang terhadap manfaat yang mereka peroleh dari penggunaan teknologi dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan. Nilai harga dalam penelitian ini dapat disebut pula sebagai seberapa berharganya teknologi yang digunakan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Ketika manfaat yang dirasakan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan, konsumen menunjukkan minat untuk mengadopsi teknologi tertentu (Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Friezen 2012).

Habit atau Kebiasaan menunjukkan tingkat kecenderungan orang mengadopsi teknologi secara otomatis sebagai hasil pembelajaran sebelumnya dengan menggunakan kebiasaan penggunaan mereka sebagai pengukur. Menurut Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Friezen (2012) habit atau Kebiasaan dicirikan sebagai perilaku yang berasal dari pengalaman penggunaan teknologi sebelumnya. Ini adalah respons yang dipelajari secara otomatis dan mudah. Pengulangan dan penguatan membantu mengembangkan kebiasaan, yang dapat menjadi tertanam dan sulit dihilangkan.

Behavioral Intention (niat perilaku), menurut Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B (2003), adalah kemungkinan atau niat seseorang untuk menggunakan teknologi tertentu. BI merupakan pendahulu perilaku penggunaan yang sebenarnya. Behavioral Intention dan Niat perilaku Menentukan Niat Berperilaku. Sikap seseorang didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif mereka terhadap pemilihan tujuan dan target perilaku. Norma subjektif mengacu pada pandangan individu terhadap konsensus umum di antara banyak orang mengenai apakah akan terlibat dalam perilaku tertentu atau tidak.

Use Behavior (Perilaku Penggunaan) menurut Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B (2003), adalah pola aktual individu dalam menggunakan teknologi tertentu. Perilaku ini mencakup frekuensi, durasi, intensitas, dan cara individu memanfaatkan teknologi untuk berbagai tujuan. Dalam konteks model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B (2003) mengonseptualisasikan perilaku penggunaan sebagai hasil akhir dari proses adopsi teknologi. Mereka mengusulkan bahwa berbagai faktor, termasuk ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial,

kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan kebiasaan, secara kolektif memengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi, yang pada gilirannya diterjemahkan menjadi perilaku penggunaan aktual mereka.

Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B (2003) menyoroti bahwa perilaku penggunaan bukan hanya fungsi niat tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti akses ke teknologi, ketersediaan dukungan, dan keadaan pribadi. Mereka menekankan bahwa memahami perilaku penggunaan sangat penting untuk mengevaluasi keberhasilan dan dampak adopsi teknologi. Cara pengguna memanfaatkan teknologi informasi sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap sistem tersebut. Dengan kata lain, penggunaan sistem yang efektif merupakan tanda keberhasilan dalam merangkul teknologi informasi. Seberapa sering, seberapa intens, dan bagaimana pengguna memandang diri mereka sendiri dalam menerima teknologi yang mereka gunakan merupakan cara variabel Perilaku Penggunaan diukur.

Dengan menggunakan perangkat seluler, seperti ponsel pintar atau tablet, perbankan seluler memungkinkan pengguna untuk mengakses dan mengelola rekening bank, keuangan, dan melakukan transaksi keuangan. Layanan ini memanfaatkan teknologi seluler untuk menawarkan akses yang aman, nyaman, dan kapan saja ke layanan keuangan. (Ladesman 2018). Mobile banking merupakan fasilitas layanan perbankan yang tersedia pada bank agar nasabah dapat melakukan aktivitas transaksi kapanpun dan di manapun tanpa harus menghubungi bank yang bersangkutan. Mobile banking merupakan sarana perbankan yang memanfaatkan teknologi canggih, layanan ini berbasis pada teknologi mobile untuk memberikan kemudahan pada saat melakukan transaksi perbankan. Nasabah dapat menggunakan mobile banking, yaitu layanan yang ditawarkan oleh bank dalam bentuk aplikasi, untuk melakukan berbagai tugas transaksi seperti memeriksa saldo, melakukan transfer, dan membayar tagihan atau lainnya dengan menggunakan jaringan internet.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mandiri yang menggunakan layanan *livin* yang ada di Jabodetabek. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, teknik pengambilan data menggunakan *accidental sampling* dengan kriteria responden adalah nasabah Bank Mandiri yang menggunakan layanan *Livin*. Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan

dengan rumus Cochran (Agtovia Frimayasa. Yanthi herawati, Ibnu Haris Nasution 2024).

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecah, pada perhitungan yang menghasilkan

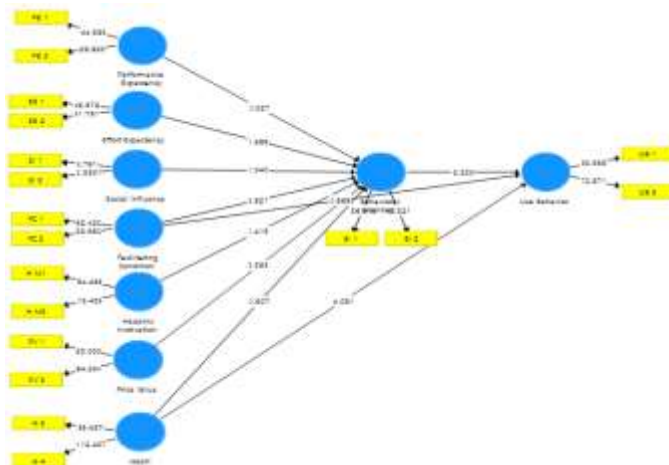
$$n = \frac{z^2pq}{e^2}$$

pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas (Agtovia Frimayasa. Yanthi herawati, Ibnu Haris Nasution 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Jalur Model Awal

Analisis jalur, yang merupakan perluasan dari analisis regresi, digunakan dalam penelitian ini untuk menguji sepuluh hipotesis dan menilai hubungan antara variabel dependen dan independen yang telah ditetapkan dalam tujuan penelitian berdasarkan studi teoritis dan penelitian sebelumnya. Penelitian ini menguji asumsi menggunakan analisis jalur, dan hasilnya adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Uji Jalur Penelitian

B. Outer Model (Model Pengukuran)

Model pengukuran yaitu bagaimana setiap indikator berhubungan dengan Penilaian pada outer model memiliki kriteria tertentu, dan berikut ini adalah penjelasan dan pemaparan data dari hasil uji convergent validity, diskriminant validity, average variance extraced (AVE), composit reliability, dan cronbach alpha.

1. Convergent Validity

Validitas konvergen mempunyai makna bahwa seperangkat indikator mewakili satu variabel laten dan mendasari variabel laten tersebut. Monecke (2013), mengemukakan bahwa rule

of thumb yang digunakan untuk menguji validitas konvergen adalah outer loading > 0.5.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas (Convergent Validity)

Latent Variable	Indicator	Outer Loading
Behavioral Intention	BI 1	0,838
	BI 2	0,906
Effort Expectancy	EE 1	0,924
	EE 2	0,911
Facilitating Condition	FC 1	0,962
	FC 2	0,901
Habit	H 1	0,924
	H 2	0,830
Hedonic motivation	HM 1	0,930
	HM 2	0,913
Performance Expectancy	PE 1	0,885
	PE 2	0,849
Price Value	PV 1	0,829
	PV 2	0,829
Social Influence	SI 1	0,627
	SI 2	0,721
Use Behavior	UB 1	0,852
	UB 2	0,817

Sumber : data diolah Smart PLS, 2024

Pada tabel diatas menunjukkan nilai-nilai outer loading dari semua variabel manifest yang telah diuji. Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai outer loading > 0.5, sehingga semua variabel manifest telah memenuhi model pengukuran.

2. Average Variance Extracted (AVE)

Metode lain untuk melihat discriminant validity adalah melihat nilai Average Variance Extracted (AVE). Nilai untuk AVE yang disarankan adalah di atas 0,5.

Tabel 2 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Behavioral Intention	0,835
Effort Expectancy	0,837
Facilitating Condition	0,851
Habit	0,924
Hedonic motivation	0,763
Performance Expectancy	0,849
Price Value	0,829
Social Influence	0,627
Use Behavior	0,873

Dari Tabel 2. di atas terlihat bahwa nilai akar AVE > 0,5, hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria discriminant validity.

3. Composite Reliability

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai composite Reliability dari indikator konstruk. Hasil composite Reliability akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika $\geq 0,6$

Tabel 3 Tabel *Composite Reliability*

Validitas dan Reliabilitas Konstruk	
Reliabilitas Komposit	
Behavioral Intention	0,910
Effort Expectancy	0,911
Facilitating Condition	0,920
Habit	0,960
Hedonic motivation	0,865
Performance Expectancy	0,918
Price Value	0,906
Social Influence	0,770
Use Behavior	0,932

Tabel 3. menunjukkan bahwa nilai composite Reliability untuk semua konstruk adalah lebih besar dari 0,6 yang menunjukkan bahwa semua konstruk pada model yang diestimasi memiliki reliabilitas yang tinggi dan memenuhi kriteria reliabel.

C. Analisa Model Struktural (Inner Model)

1. Koefisien Determinasi (R²)

Untuk menentukan hubungan antara variabel, nilai signifikan, dan R² dari model penelitian, pengujian inner model atau model struktural dilakukan. R-square untuk uji-t variabel dependen dan signifikansi koefisien parameter jalur struktural digunakan untuk menilai model struktural. R-square untuk setiap variabel laten dependen adalah hal pertama yang harus diperhatikan saat mengevaluasi model menggunakan SmartPLS.

R Square

	R Square	Adjusted R Square
Behavioral Intention	0.667	0.641
Use Behavior	0.737	0.729

Sumber : data diolah Smart PLS

Nilai R² untuk Behavioral Intention adalah 0,641 yang berarti 64,1% dipengaruhi oleh Performance Expectancy (X1), Effort Expectancy (X2), Social Influence (X3), Hedonic Motivation (X5), dan Price Value (X6). Selanjutnya, nilai R² untuk Use Behavior adalah 0,729 yang berarti 72,9% Use Behavior dipengaruhi oleh variabel Facilitating Condition (X4), Habit (X7), dan Behavioral Intention (Z).

2. Predictive relevance (Q²)

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2_1) \times (1 - R^2_2)$$

$$= 0,902711$$

Hasil perhitungan menunjukkan nilai Q2 sebesar 0,902711 yang mengarah pada kesimpulan bahwa model struktural penelitian ini baik karena nilai relevansi prediktifnya mendekati 1.

D. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan menggunakan nilai dari t-statistik, maka penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis two tailed sehingga nilai dari t harus > 1.65. Jika nilai t-hitung > t-tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima dan sebaliknya (Ghozali Imam 2015). Tabel dibawah ini menjelaskan Output Path Coefficient yang akan menampilkan pengaruh dari konstruk UTAUT2 yang berisi variable performance expectancy (PE), effort expectancy (EE), social influence (SI), facilitating condition (FC), hedonic motivation (HM), price value (PV), dan habit (H) terhadap behavioral intention (BI) dan use behavior (UB) dalam menggunakan layanan mobile banking Livin' Bank Mandiri. Berikut ini pengujian hipotesis yang dilakukan dengan melihat koefisien jalur keluaran dari hasil pengujian bootstrapping:

Tabel 4 Keofisien Jalur

Koefisien Jalur						
Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Keyakinan Interval		Keyakinan Interval Bias-Dikoreksi		Sampel	
	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sam...	Standar Devias...	T Statistik (O ...	P Values	
Behavioral Intention -> Use Behavior	0,355	0,347	0,107	3,305	0,001	
Effort Expectancy -> Behavioral Intention	0,146	0,142	0,114	1,286	0,099	
Facilitating Condition -> Behavioral Intention	0,483	0,476	0,126	3,821	0,000	
Facilitating Condition -> Use Behavior	0,100	0,108	0,116	0,868	0,193	
Habit -> Behavioral Intention	0,090	0,081	0,148	0,607	0,272	
Habit -> Use Behavior	0,509	0,510	0,125	4,081	0,000	
Hedonic motivation -> Behavioral Intention	0,212	0,216	0,150	1,415	0,079	
Performance Expectancy -> Behavioral Intention	0,005	-0,012	0,184	0,027	0,489	
Price Value -> Behavioral Intention	-0,062	-0,035	0,158	0,393	0,347	
Social Influence -> Behavioral Intention	0,078	0,065	0,075	1,040	0,149	

Sumber : data diolah Smart PLS

Berdasarkan tabel 4 koefisien Jalur bahwa Behavioral Intention mempunyai pengaruh positif (O = 0,355) dan signifikan terhadap Use Behavior. Nilai t – statistic sebesar 3,305 > 1,65 dan nilai p –value 0,000 < standard error 0,05. Sehingga Behavioral Intention berpengaruh positif dan signifikan terhadap Use Behavior.

Effort Expectancy tidak mempunyai pengaruh positif (O = 0,146) dan tidak signifikan terhadap Use Behavior. Nilai t – statistic sebesar 1,286 < 1,65 dan nilai p –value 0,099 > standard error 0,05. Sehingga Behavioral Intention tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Use Behavior.

Facilitating Condition mempunyai pengaruh positif (O = 0,483) dan signifikan terhadap Behavior Intention. Nilai t – statistic sebesar 3,821 > 1,65 dan nilai p –value 0,000 < standard error 0,05. Sehingga Facilitating Condition berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention.

Facilitating Condition tidak berpengaruh pengaruh positif (O = 0,100) dan tidak

signifikan terhadap Use Behavior. Nilai t – statistic sebesar $0,868 < 1,65$ dan nilai p –value $0,193 > \text{standard error } 0,05$. Sehingga Facilitating Condition tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention.

Habit tidak mempunyai pengaruh positif ($O = 0,090$) dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention. Nilai t – statistic sebesar $0,607 < 1,65$ dan nilai p –value $0,272 > \text{standard error } 0,05$. Sehingga Habit tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention.

Habit mempunyai pengaruh positif ($O = 0,483$) dan signifikan terhadap Use Behavior. Nilai t – statistic sebesar $4,081 > 1,65$ dan nilai p –value $0,000 < \text{standard error } 0,05$. Sehingga Habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Use Behavior.

Hedonic motivation tidak mempunyai pengaruh positif ($O = 0,212$) dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention. Nilai t – statistic sebesar $1,415 < 1,65$ dan nilai p –value $0,079 > \text{standard error } 0,05$. Sehingga Hedonic motivation tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention.

Performance expectancy tidak berpengaruh positif ($O = 0,005$) dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention. Nilai t – statistic sebesar $0,027 < 1,65$ dan nilai p –value $0,489 > \text{standard error } 0,05$. Sehingga Performance expectancy tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention.

Price Value tidak berpengaruh negative ($O = -0,062$) dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention. Nilai t – statistic sebesar $0,393 < 1,65$ dan nilai p –value $0,347 > \text{standard error } 0,05$. Sehingga Price value tidak berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention.

Social Influence tidak berpengaruh positif ($O = 0,078$) dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention. Nilai t – statistic sebesar $1,008 < 1,65$ dan nilai p –value $0,157 > \text{standard error } 0,05$. Sehingga Social Influence tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Behavioral Intention.

SIMPULAN

Berdasarkan perhitungan analisis jalur, dapat disimpulkan bahwa Behavioral Intention memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Use Behavior. Facilitating Condition berpengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention. Habit juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Use Behavior. Konsumen merasa bahwa Facilitating Condition, Behavioral Intention, Use Behavior, dan Habit memberikan kemungkinan yang lebih tinggi bagi responden untuk memiliki niat menggunakan e-banking Livin' Bank Mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agtovia Frimayasa, Yanthi herawati, Ibnu Haris Nasution, Rahmat. 2024. *Statistik Berbasis Komputer Untuk Penelitian (Panduan Praktis Menggunakan SPSS Untuk penelitian Dan Skripsi)*. Padang: Hei Publishing.
- Clarke, Steve. 2009. *E-Banking Management: Issue, Sollution and Strategies*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ghozali Imam, H. L. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPF.
- Jogiyanto, H. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ladesman, Mario. 2018. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking." *Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Tampubolon, Nelson. 2009. *Surat Edaran: Penerapan Manajemen Risiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking)*. Jakarta: Erlangga.
- Triandis, H. C. 1980. "Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior. Nebraska Symposium on Motivation." *University of Nebraska Press, Lincoln*.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Friezen, F. 2012. "A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): A Commentary." *Journal of Association for Information Systems (JAIS)*.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B, and Davis F. .. 2003. "' User Acceptance of Information Technology: Toward a Unifed View.'" *MIS Quertery* 27(3).