

IMPLEMENTASI MODEL UTAUT (*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) UNTUK MENGANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN APLIKASI BRIMO

Zanwar Yoga Pamungkas¹, Adithya Sudiarno²

^{1,2}Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya
Email: ¹zanwaryoga.p@gmail.com, ²adithya.sudiarno@gmail.com
*Penulis Korespondensi

(Naskah masuk: 10 Januari 2021, diterima untuk diterbitkan: 31 Mei 2022)

Abstrak

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk atau Bank BRI adalah salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terus berinovasi pada bidang teknologi. Salah satunya adalah dengan meluncurkan aplikasi *mobile banking* baru yaitu BRIMO pada tahun 2019. BRIMO datang dengan tampilan yang baru dan fitur-fitur yang lebih beragam dibandingkan dengan aplikasi sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi BRIMO menggunakan variabel-variabel utama dalam model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Conditions*. Variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap *user behavior* atau intensitas nasabah dalam memakai aplikasi BRIMO. Model UTAUT telah banyak digunakan untuk mengetahui penerimaan dan penggunaan suatu teknologi, sehingga pada penelitian ini UTAUT diharapkan dapat mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi BRIMO yang baru dua tahun diluncurkan. Hasil dari penelitian ini yaitu *Behavioral Intention* pengguna aplikasi BRIMO secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan *Social Influence*. Sedangkan *Use Behavior* pengguna aplikasi BRIMO secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh *Facilitating Condition* dan *Behavioral Intention*. Faktor-faktor tersebut berhasil menjelaskan sebesar 78% dari model penelitian tentang penggunaan aplikasi BRIMO menggunakan UTAUT dan 22% sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel selain variabel pada penelitian ini. Hasil penelitian diharapkan dapat dipergunakan perusahaan untuk menentukan strategi meningkatkan jumlah pengguna aplikasi BRIMO sekaligus meningkatkan jumlah transaksi aplikasi BRIMO.

Kata kunci: *Mobile Banking, UTAUT, Bank BRI, Penerimaan Teknologi, BRIMO*

IMPLEMENTATION OF THE UTAUT (*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) MODEL TO ANALYZE FACTORS AFFECTING ACCEPTANCE AND USE OF THE BRIMO

Abstract

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk or Bank BRI is one of the State-Owned Enterprises (BUMN) companies that continues to innovate in the field of technology. One of them is by launching a new mobile banking application, BRIMO in 2019. BRIMO comes with a new look and more diverse features compared to the previous application. The purpose of this study is to analyze the factors that can influence the use of the BRIMO application using the main variables in the UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) model, namely *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* and *Facilitating Conditions*. These variables have an influence on user behavior using the BRIMO application. The UTAUT model has been widely used to determine the acceptance and use of a technology, so in this study UTAUT is expected to reveal the factors that influence the acceptance and use of the BRIMO application, which has only been launched two years ago. The result of this research is that the *Behavioral Intention* of BRIMO application users is significantly and positively influenced by *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* and *Social Influence*. Meanwhile, *Use Behavior* of BRIMO application users is significantly and positively influenced by *Facilitating Condition* and *Behavioral Intention*. These factors managed to explain 78% of the research model on the use of the BRIMO application using UTAUT and the remaining 22% was explained by variables other than the variables in this study. The research results are expected to be used by companies to determine strategies to increase the number of BRIMO application users while increasing the number of BRIMO application transactions.

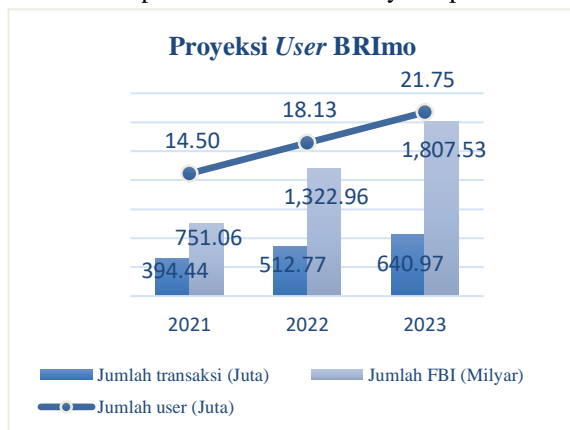
Keywords: *Mobile Banking, UTAUT, BRI, Technology Acceptance, BRIMO*

1. PENDAHULUAN

Bank BRI terus berinovasi di bidang teknologi. Salah satu fokus Bank BRI adalah memberikan kemudahan dan keamanan layanan transaksi perbankan dengan meluncurkan *mobile banking* baru pada tahun 2019 yaitu BRImo. BRImo merupakan aplikasi *mobile banking* terbaru milik Bank BRI. BRImo datang dengan tampilan yang baru dan fitur-fitur yang lebih beragam dibandingkan dengan versi sebelumnya. BRImo diluncurkan secara resmi pada Februari 2019. Beberapa fitur utama BRImo adalah lihat saldo, lihat mutasi, transfer dana, serta dompet digital. BRImo ditargetkan bisa digunakan oleh 20 juta pengguna aktif nasabah Bank BRI.

Tujuan utama diluncurkannya aplikasi BRImo adalah untuk meningkatkan pelayanan kepada Nasabah Bank BRI dan *Walk in Customer* yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking (Internet Banking)*. Sebagai perusahaan yang bergerak pada sektor jasa, pelayanan menjadi hal yang penting dilakukan oleh Bank BRI. Aplikasi BRImo menjadi salah satu aplikasi dalam jasa digital perbankan yang diluncurkan Bank BRI. Aplikasi BRImo kedepannya akan disiapkan menjadi sebuah *SuperApps* yang mengintegrasikan beberapa fungsi yang selama ini ada namun belum terintegrasi ke dalam suatu aplikasi. Dengan adanya pengembangan ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah pada aplikasi BRImo sehingga dapat bersaing di pasaran.

Berdasarkan data Divisi *Retail Payment and Card* Bank BRI, telah ditetapkan proyeksi jangka panjang aplikasi BRImo dari tahun 2021 hingga tahun 2023. Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa diharapkan pada tahun 2023 jumlah *user* aplikasi BRImo sebesar 21.75 juta pengguna. Jumlah transaksi aplikasi BRImo pada tahun 2023 diharapkan sebesar 640 juta transaksi. Sedangkan *fee base income* yang dihasilkan dari BRImo pada tahun 2023 diharapkan sebesar 1.807 milyar rupiah.



Gambar 1. Proyeksi User BRImo (Sumber: Internal BRI)

BRImo merupakan aplikasi baru dan menggantikan aplikasi *mobile banking* BRI sebelumnya yang bernama *BRI mobile banking*. BRImo datang untuk meningkatkan layanan, namun menjadi tantangan tersendiri bagi Bank BRI untuk

dapat mengenalkan aplikasi baru tersebut dan menggantikan secara menyeluruh fungsi aplikasi yang telah digunakan sebelumnya. Setelah dua tahun diluncurkan, BRImo belum bisa memenuhi target perusahaan untuk bisa digunakan oleh 20 juta pengguna. Target tersebut diproyeksikan akan terpenuhi pada tahun 2023. Untuk dapat memastikan target tersebut tercapai, perlu dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi BRImo. Diharapkan dengan diketahuinya faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi BRImo bisa menjadi area pengembangan atau *improvement* bagi perusahaan untuk menjadikan BRImo menjadi lebih baik dan menjadi aplikasi yang bisa diterima oleh nasabah Bank BRI.

Penerimaan terhadap suatu niat, serta penggunaan layanan digital bisa saja dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satu metode yang dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan juga penggunaan terhadap suatu layanan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Terdapat empat variabel yang membentuk model UTAUT yaitu harapan kinerja atau *performance expectancy*, harapan usaha atau *effort expectancy*, pengaruh sosial atau *social influence*, dan kondisi yang memfasilitasi atau *facilitating condition* (Venkatesh et al., 2003).

Beberapa penelitian telah dilakukan dengan menggunakan model UTAUT untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan *mobile banking*. Menggunakan model UTAUT, Saparudin (2020) menemukan bahwa secara signifikan *user adoption* dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *trust*. Penelitian lainnya dilakukan oleh Ahmed (2017) dengan mengintegrasikan UTAUT dengan *Task Technology Fit (TTF)*, penelitian tersebut menghasilkan bahwa secara signifikan *behavioral intention* dipengaruhi oleh *social influence*, *technology characteristics*, *performance expectancy*, *facilitating conditions* dan *task characteristics*. Hal serupa dilakukan oleh Zhou, Lu dan Wang (2010) dan menghasilkan bahwa secara signifikan *behavioral intention* dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *task technology fit*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Oliveira (2014) mengkombinasikan *Task Technology Fit (TTF)*, *Unified Theory Of Acceptance And Usage Of Technology (UTAUT)*, dan *Initial Trust Model (ITM)* dan menghasilkan bahwa secara signifikan *behavioral intention* dipengaruhi oleh *trust*, *performance expectancy*, *technology characteristics*, dan *task technology fit*.

Selain itu, penelitian lain juga dilakukan dengan menggunakan metode-metode selain UTAUT untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan *mobile banking*. Dengan menggunakan pendekatan *technology acceptance model (TAM)*, Munir (2013) menemukan bahwa

perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* serta *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*. Menggunakan pendekatan yang sama namun dengan perluasan kerangka, Chitungo dan Munongo (2013) menemukan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *relative advantages*, *personal innovativeness* dan *social norms* berpengaruh secara signifikan terhadap *intention to use*. Lishomwa dan Phiri (2020) menggunakan pendekatan *Theory of Reasoned Action* (TRA) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan *mobile banking* untuk transaksi forex dan menemukan bahwa hanya faktor *social influence* saja yang berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Berdasarkan uraian diatas perlu untuk dilakukan penelitian terhadap penggunaan aplikasi BRImo menggunakan model UTAUT. Variabel-variabel yang membentuk model UTAUT memiliki pengaruh terhadap *user behavior* ataupun intensitas pengguna dalam menggunakan aplikasi BRImo. Semakin besar intensitas pengguna dalam mengakses BRImo akan memberikan dampak yang positif untuk Bank BRI yaitu meningkatkan jumlah transaksi, meningkatkan *image* Bank BRI dimata masyarakat serta Bank BRI juga bisa memperoleh pengguna-pengguna baru yang butuh fasilitas *mobile Banking* (Nangin, 2018).

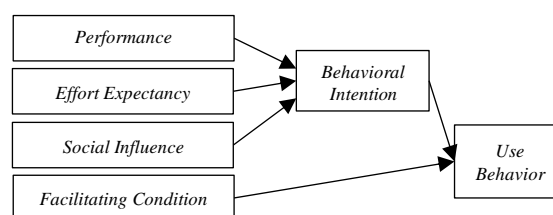
2. METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini dimulai dengan menetapkan metode pemilihan kuesioner, selanjutnya menetapkan populasi dan sampel penelitian serta dilanjutkan dengan proses pengolahan data. Populasi pada penelitian ini adalah semua pengguna aplikasi BRImo di Indonesia yang pernah atau masih menggunakan aplikasi BRImo. Hingga tanggal 31 Maret 2021 menurut data *Financial Update Presentation 1Q'2021* Bank BRI, total pengguna aplikasi BRImo yaitu sebanyak 10,050,000 pengguna. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*. Dan pengambilan data menggunakan metode *tryout* terpakai (uji coba terpakai). Pada penelitian ini, terdapat 170 sampel, dimana 170 sampel tersebut merupakan nasabah Bank BRI yang pernah dan masih menggunakan layanan BRImo.

Proses pengumpulan data menggunakan bantuan platform media *web service survey forms.app*. Kemudian link kuesioner yang telah terbentuk di platform *forms.app* disebar kepada nasabah Bank BRI yang menggunakan aplikasi BRImo dengan menggunakan sosial media. Kuesioner penelitian dari penelitian ini dapat diakses pada link berikut <https://my.forms.app/zanwar/brimo>.

Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini disusun untuk mengukur tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi BRImo sesuai dengan model

yang telah ada yaitu model UTAUT. Model penelitian pada penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 2. Kuesioner terdiri dari empat puluh sembilan (49) item pertanyaan atau indikator yang terbagi dalam enam variabel yaitu harapan kinerja atau *performance expectancy*, harapan usaha atau *effort expectancy*, pengaruh sosial atau *social influence*, kondisi yang memfasilitasi atau *facilitating condition*, *behavioral intention* dan *use behavior*. Skala data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala *likert*. Skala *likert* terdiri dari lima alternatif jawaban, setiap alternatif jawaban diberi skor berdasarkan kategori jawaban pada kuesioner penelitian (Singarimbun dan Effendi, 2002).



Gambar 2. Model Penelitian

Analisis data dan pengujian pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Pengujian SEM terdiri dari dua (2) bagian yaitu uji pengukuran atau *outer model*, dan uji model struktural atau *inner model*. Model diuji dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS (v. 3.3.3) dengan menggunakan data responden kuesioner penelitian yang telah dikumpulkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Demografi Responden

Pengujian pada penelitian ini merupakan pengujian kuantitatif yang melalui beberapa tahap yaitu analisis demografi responden, analisis deskriptif serta uji *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil analisis demografi responden pengguna aplikasi BRImo ditunjukkan pada Tabel 1.

3.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Nilai dari tanggapan responden dari tiap indikator dilihat melalui analisis deskriptif. Analisis deskriptif berdasarkan setiap variabel laten adalah sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy* (PE)

Analisa deskriptif variabel *Performance Expectancy* memperlihatkan bahwa rata-rata nilai dari indikator yaitu 4.532. Artinya mayoritas responden memberikan jawaban 4 atau 5 dari rentang jawaban yang tersedia adalah 1 sampai 5. Nilai rata-rata tertinggi yaitu PE1 (Menggunakan aplikasi BRImo memberikan keuntungan) dengan nilai 4.665, sementara itu indikator dengan nilai rata-rata paling kecil yaitu PE3 (Aplikasi Brimo berfungsi dengan

baik) dengan nilai 4.388. Berdasarkan analisis dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa menggunakan aplikasi BRImo memberikan keuntungan bagi pengguna aplikasi BRImo.

Tabel 1. Demografi Responden

Kategori	Item	Jumlah	Frekuensi
Jenis Kelamin	Laki-Laki	83	49%
	Perempuan	87	51%
Kelompok Usia	18-20 tahun	9	5%
	21-25 tahun	22	13%
	26-30 tahun	79	46%
	31-35 tahun	43	25%
	36-40 tahun	11	7%
	>40 tahun	6	4%
Tempat Tinggal	Jawa	144	85%
Pekerjaan	Luar Jawa	26	15%
	Pegawai Swasta	50	29%
	Pelajar/Mahasiswa	19	11%
	Wiraswasta	16	9%
	Pegawai Negeri	10	6%
	Lainnya	75	44%

2. Effort Expectancy (EE)

Analisis deskriptif dari Effort Expectancy memperlihatkan bahwa rata-rata nilai dari indikator adalah 4.535. Nilai rata-rata tertinggi yaitu EE13 (Aplikasi BRImo membantu transaksi keuangan menjadi lebih cepat) dengan nilai 4.606, sementara itu indikator dengan nilai rata-rata paling kecil yaitu EE16 (Aplikasi BRImo dapat dipahami dengan cepat) dengan nilai 4.535. Berdasarkan analisis dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa menggunakan aplikasi BRImo dapat membantu transaksi keuangan menjadi lebih cepat.

3. Facilitating Condition (FC)

Hasil analisis deskriptif dari *Facilitating Condition* menunjukkan bahwa rata-rata nilai dari indikator adalah 4.376. Nilai rata-rata tertinggi yaitu FC29 (Fasilitas dari Bank BRI membuat responden percaya untuk menggunakan BRImo) dengan nilai 4.518, sementara itu indikator dengan nilai rata-rata paling kecil yaitu FC26 (Aplikasi BRImo menyediakan layanan komunikasi langsung kepada *call center*) dengan nilai 4.135. Hal ini dikarenakan layanan *call center* yang ada saat ini tidak secara langsung ada untuk pengguna BRImo, melainkan layanan *call center* untuk seluruh produk BRI. Terdapat menu bantuan di aplikasi brimo namun menu ini diarahkan ke *call center* BRI. Sehingga apabila terdapat kendala tentang BRImo, nasabah harus menghubungi layanan *call center* Bank BRI di *call center* BRI 14017. Berdasarkan analisis dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi BRImo sudah cukup baik menurut responden.

4. Social Influence (SI)

Analisis deskriptif dari *Social Influence* memperlihatkan rata-rata nilai dari indikator adalah 3.049. Nilai rata-rata tertinggi yaitu SI21 (Banyak yang menggunakan aplikasi BRImo di lingkungan

responden) dengan nilai 4.159, sementara itu indikator dengan nilai rata-rata paling kecil yaitu SI22 (Responden menggunakan BRImo karena paksaan dari lingkungan sekitar) dengan nilai 2.024. Berdasarkan analisis dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa banyak yang menggunakan aplikasi BRImo di lingkungan responden.

5. Behavioral Intention (BI)

Analisis deskriptif dari *Behavioral Intention* memperlihatkan rata-rata nilai dari indikator adalah 3.954. Nilai rata-rata tertinggi yaitu BI33 (Responden berniat untuk menggunakan fitur lainnya di aplikasi BRImo) dengan nilai 4.418, sementara itu indikator dengan nilai rata-rata paling kecil yaitu BI35 (Responden akan mencoba menggunakan aplikasi mobile banking lain selain aplikasi BRImo) dengan nilai 3.324. Berdasarkan analisis dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa responden akan menggunakan aplikasi BRImo kembali dan berniat mencoba fitur-fitur lainnya.

6. Use Behavior (UB)

Analisis deskriptif dari *Use Behavior* memperlihatkan rata-rata nilai dari indikator adalah 4.396. Nilai rata-rata tertinggi yaitu UB39 (Responden menerima sepenuh hati kehadiran aplikasi BRImo) dengan nilai 4.506, sementara itu indikator dengan nilai rata-rata paling kecil yaitu UB43 (Responden selalu mempergunakan seluruh fitur yang ada pada aplikasi BRImo) dengan nilai 4.159. Berdasarkan analisis dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa responden bisa menerima kehadiran aplikasi BRImo dan responden bisa menggunakan aplikasi brimo dengan baik.

3.3 Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

3.3.1 Uji Outer Model

Pengujian ini bertujuan untuk menguji tentang keseluruhan indikator penelitian (kuisioner) yang digunakan, apakah instrumen penelitian tersebut telah memenuhi persyaratan sebagai alat ukur yang baik dan sesuai dengan standar metode penelitian, sehingga nantinya akan didapatkan kesimpulan bahwa pertanyaan yang ada telah dapat dipahami oleh responden. Langkah pertama dalam pengujian *outer model* adalah menilai hasil dari *convergent validity* dan *discriminant validity* yang membentuk variabel laten, dimana nilai *convergent validity* didasarkan pada nilai *loading factor* dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai *discriminant validity* didapatkan melalui perbandingan akar kuadrat AVE atas masing-masing konstruk dan hubungan antar konstruk dengan konstruk lain dalam model. Penilaian terakhir dalam uji *outer model* adalah dengan menilai hasil *composite reliability* pada tiap blok indikator untuk menguji nilai reliabilitas model.

Tabel 2. Pengujian *Convergent Validity* 2

No	Indikator	Loading Factor	AVE	Ket.
1	Performance Expectancy (PE)	PE6	0.821	Valid
2		PE5	0.807	Valid
3		PE9	0.805	Valid
4		PE7	0.797	Valid
5		PE10	0.78	Valid
6		PE4	0.779	Valid
7	Effort Expectancy (EE)	EE1	0.748	Valid
8		EE11	0.744	Valid
9		EE8	0.714	Valid
10		EE2	0.707	Valid
11		EE3	Deleted	Deleted
12		EE12	0.827	Valid
13	Facilitating Condition (FC)	EE13	0.824	Valid
14		EE14	0.726	Valid
15		EE15	0.776	Valid
16		EE16	0.781	Valid
17		EE17	0.766	Valid
18		EE18	0.841	Valid
19	Social Influence (SI)	FC25	0.834	Valid
20		FC26	0.791	Valid
21		FC27	0.827	Valid
22		FC28	0.885	Valid
23		FC29	0.847	Valid
24		FC30	0.733	Valid
25	Behavioral Intention (BI)	SI19	Deleted	Deleted
26		SI20	0.707	Valid
27		SI21	0.761	Valid
28		SI22	Deleted	Deleted
29		SI23	0.793	Valid
30		SI24	0.776	Valid
31	Use Behavior (UB)	BI31	0.88	Valid
32		BI32	0.889	Valid
33		BI33	0.845	Valid
34		BI34	Deleted	Deleted
35		BI35	Deleted	Deleted
36		BI36	Deleted	Deleted
37		BI37	0.882	Valid
38		UB38	0.795	Valid
39		UB39	0.816	Valid
40		UB40	0.754	Valid
41		UB41	0.783	Valid
42		UB42	0.849	Valid
43		UB43	0.75	Valid
44		UB44	0.85	Valid
45		UB45	0.821	Valid
46		UB46	0.829	Valid
47		UB47	0.817	Valid
48		UB48	0.799	Valid
49		UB49	0.781	Valid

Berdasarkan Tabel 2, terdapat indikator yang dilakukan eliminasi atau penghapusan dikarenakan nilai *loading factor* < 0.7. Setelah dilakukan eliminasi terlihat bahwa keseluruhan indikator pada model mempunyai nilai *outer loading* > 0.7 serta nilai AVE > 0.5, sehingga seluruh indikator telah lolos uji *convergent validity* atau dapat dikatakan valid. Indikator dikatakan valid artinya indikator tersebut memiliki korelasi positif dengan konstruk latennya.

Discriminant Validity menggambarkan tingkat sejauh mana suatu konstruk dinyatakan berbeda terhadap konstruk lainnya secara empiris (Hair et al., 2018). Namun disisi lain kedua konsep yang berbeda juga harus memiliki korelasi, dua konsep yang berbeda dikatakan memiliki korelasi yang tinggi jika nilainya adalah > 0.6.

Tabel 3 Pengujian *Discriminant Validity* Fornell-Lackker Criterium

	BI	EE	FC	PE	SI	UB
BI	0.874					
EE	0.777	0.792				
FC	0.684	0.807	0.821			
PE	0.795	0.882	0.769	0.771		
SI	0.439	0.427	0.421	0.366	0.76	
UB	0.821	0.856	0.799	0.803	0.461	0.804

Tabel 4. Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Keterangan
BI	0.897	0.898	0.928	Reliabel
EE	0.901	0.904	0.922	Reliabel
FC	0.902	0.906	0.925	Reliabel
PE	0.924	0.925	0.936	Reliabel
SI	0.767	0.802	0.845	Reliabel
UB	0.95	0.951	0.956	Reliabel

Suatu item kuisioner dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Outer Loading* > 0.7, nilai *Composite Reliability* > 0.7, serta nilai *Cronbach's Alpha* > 0.7. Penilaian indikator *outer loading* ditunjukkan pada Tabel 2, dimana tabel tersebut merupakan hasil dari eliminasi beberapa indikator yang belum memenuhi kriteria indikator *Outer Loading* > 0.7. Tabel 4 menunjukkan bahwa tiap variabel laten dan seluruh data dari indikator telah memenuhi persyaratan uji reliabilitas yang baik. Nilai *composite reliability* masing-masing variabel laten telah sesuai dengan persyaratan yaitu > 0.7 dan nilai *Cronbach's Alpha* juga telah sesuai dengan persyaratan yaitu > 0.7. Sehingga bisa disimpulkan bahwa setiap variabel dikatakan reliabel untuk digunakan menjadi sebuah alat ukur. Suatu kuesioner dapat disebut sebagai kuesioner yang reliabel atau handal apabila jawaban yang responden berikan terhadap pertanyaan kuesioner adalah konsisten atau stabil baik itu padamasa sekarang ataupun di masa mendatang (Ghozali, 2006).

3.3.2 Uji Inner Model

Tahap berikutnya yaitu dengan mengevaluasi model *Structural (Inner Model)*. Pengujian ini bertujuan untuk memeriksa hubungan yang terdapat antara variabel laten satu dengan variabel laten yang lain. *Coefficient of Determinant* menggambarkan sebanyak apa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Kriteria nilai yang dipakai pada *Coefficient of Determinant* menggunakan nilai uji *R-Squared* (R²). Adapun kriteria *Coefficient of Determinant* menggunakan R² adalah, 0.75 adalah substansial atau kuat, R² 0.50 adalah moderate atau sedang, dan R² 0.25 adalah lemah.

Berdasarkan Tabel 5, nilai R² untuk variabel endogen *Behavioral Intention* yaitu 0.673 atau sebesar 67.3%. Nilai ini memperlihatkan variansi perubahan variabel endogen *Behavioral Intention* yang secara sedang / moderate dipengaruhi oleh variabel eksogennya (*Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan *Social Influence*) sebesar 67.3%. Artinya variabel *Performance Expectancy*,

Effort Expectancy dan *Social Influence* mempengaruhi *Behavioral Intention* dengan besar pengaruhnya sebesar 67.3 persen, sedangkan 32.7 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel selain yang dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Nilai Uji *R-Squared* (R²)

	<i>R Square</i>	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i>	0.673	Sedang/Moderate
<i>Use Behavior</i>	0.78	Kuat

Selanjutnya, nilai R² variabel endogen *Use Behavior* secara kuat dipengaruhi oleh variabel eksogennya (*Behavioral Intention* dan *Facilitating Condition*) yaitu sebesar 78%, sedangkan 22% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel-variabel yang dijelaskan dalam penelitian ini. Nilai *R-Square* semakin tinggi menunjukkan tingkat determinasi semakin baik.

Kriteria lain untuk mengukur akurasi prediksi struktur model yaitu dengan melihat nilai *Stone-Geisser Cross Validated Redundancy* (Q²) untuk mengukur relevansi prediktif dari model jalur PLS (Seymour Geisser, 1974). Nilai Q² 0.02 memperlihatkan bahwa konstruk eksogen mempunyai relevansi prediktif yang rendah, nilai Q² 0.15 memperlihatkan bahwa konstruk eksogen mempunyai relevansi prediktif yang sedang, dan nilai Q² 0.35 memperlihatkan bahwa konstruk eksogen mempunyai relevansi prediktif yang kuat (Sarstedt, Ringle dan Hair, 2017).

Tabel 6. Nilai *Cross Validated Redundancy* (Q²)

	Q ²	Keterangan
<i>Behavioral Intention</i>	0.505	Kuat
<i>Use Behavior</i>	0.496	Kuat

Tabel 6 memperlihatkan bahwa variabel endogen (*Behavioral Intention* dan *Use Behavior*) mempunyai nilai Q² > 0.35. Kondisi ini memperlihatkan bahwa variabel-variabel endogen tersebut mempunyai tingkat relevansi prediktif yang kuat.

Effect Size menunjukkan seberapa besar pengaruh hubungan antar variabel dengan menggunakan nilai *f-square* (f²). Kriteria *Effect Size* yang digunakan yaitu nilai *f-square* (f²) 0.02 mengindikasikan variabel laten eksogennya memiliki efek lemah, nilai *f-square* (f²) 0.15 mengindikasikan variabel laten eksogennya memiliki efek sedang, dan nilai *f-square* (f²) 0.35 mengindikasikan variabel laten eksogennya memiliki efek besar (Hair et al., 2018).

Tabel 7. Nilai Uji *Effect Size* (f²)

Hubungan Variabel	f ²	Keterangan
BI -> UB	0.517	Efek Besar
EE -> BI	0.277	Efek Sedang
FC -> UB	0.445	Efek Besar
PE -> BI	0.501	Efek Besar
SI -> BI	0.138	Efek Lemah

Tabel 7 menunjukkan hubungan antara *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*, *Facilitating Condition* dan *Use Behavior* serta

Performance Expectancy terhadap *Behavioral Intention* memiliki efek yang besar. Kemudian hubungan *Performance Expectancy* memiliki efek yang besar terhadap *Behavioral Intention*. Sedangkan Hubungan antara *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* memiliki efek sedang. Dan Hubungan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* memiliki efek yang lemah.

Tahap evaluasi model structural selanjutnya yaitu mengukur tingkat signifikansi *Path Coefficient*. Nilai *Path Coefficient* adalah antara (+1) dan (-1), dimana (+1) memperlihatkan bahwa hubungan kedua variabel konstruk sangat kuat (positif) dan nilai (-1) memperlihatkan hubungan kedua variabel konstruk bersifat negatif sehingga pengujian yang digunakan yaitu *two-tailed* dikarenakan belum diketahui apakah arah hipotesisnya positif ataupun negatif. Nilai *t-table* yang digunakan untuk uji *T-statistic* dengan α (α) = 5% atau tingkat *confidence* sebesar 95% adalah sebesar 1.96, sehingga nilai *T-statistic* yang diharapkan yaitu ≥ 1.96 dan nilai *p-value* ≤ 0.05 .

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Variabel

Hubungan Variabel	Path Coefficient	T-Statistics	P-Values
BI -> UB	0.517	9.897	<0.001
EE -> BI	0.277	2.498	0.013
FC -> UB	0.445	7.951	<0.001
PE -> BI	0.501	4.379	<0.001
SI -> BI	0.138	2.302	0.021

Tabel 8 memperlihatkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini yang memiliki hubungan yang signifikan dikarenakan nilai *P-Value* dari masing-masing variabel mempunyai nilai < 0.05.

Tahap selanjutnya dalam SEM adalah dengan menilai hasil uji model fit. Parameter yang digunakan adalah dengan menilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) dan *Normed Fit Index* (NFI). SRMR didefinisikan sebagai perbedaan antara korelasi tersirat model dengan nilai yang disarankan adalah <0.10 atau 0.08, model akan dianggap *fit* (Hu dan Bentler (1998) dalam Ramayah et al., 2017).

Tabel 9. Hasil Uji Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.079	0.081
d_ULS	5.882	6.265
d_G	2.819	2.873
Chi-Square	2325.678	2347.738
NFI	0.68	0.677

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai hasil uji SRMR adalah sebesar 0.081, hal ini memperlihatkan bahwa model memiliki nilai SRMR < 0.10 sehingga model dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai model yang fit. Sedangkan hasil uji nilai NFI adalah sebesar 0.677. Nilai d_ULS (*the squared Euclidean distance*) dan d_G (*the geodesic distance*) tidak terkait dengan nilai apapun, karena interval kepercayaan d_ULS dan d_G tidak diperoleh dengan menjalankan prosedur *bootstrap* normal. Nilai *Chi-Square* tidak bisa serta merta dipergunakan untuk

mejadi ukuran kecocokan keseluruhan model, dikarenakan *Chi-square* sangat sensitif pada jumlah sampel. Jika jumlah sampel bertambah, maka nilai *Chi-square* juga akan bertambah besar (Joreskog dan Sobron dalam Haryono & Wardoyo, 2012).

3.4 Pengujian Hipotesis

Tahap selanjutnya adalah tahapan uji hipotesis untuk menentukan signifikansi dari masing-masing hipotesis.

Tabel 10. Pengujian Hipotesis

Hubungan Variabel	T Statistics	P Values	Hipo tesis	Ket.
PE -> BI	4.24	<0.001	H1	Diterima
EE -> BI	2.371	0.013	H2	Diterima
SI -> BI	2.362	0.021	H3	Diterima
FC -> UB	7.951	<0.001	H4	Diterima
BI -> UB	9.918	<0.001	H5	Diterima

Berdasarkan Tabel 10 kelima hipotesisi dinyatakan signifikan. Hal ini diketahui dari nilai *p-value* dari kelima hipotesis adalah > dari 0.05 ($\alpha=5\%$) sehingga hipotesis diterima.

Hipotesis 1: Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Fitur *fast menu* yang ada di BRImo, membuat pengguna tidak perlu *login* untuk menggunakan beberapa fitur BRImo. *Fast menu* tidak secara langsung membantu pengguna dalam pekerjaannya, namun dengan menggunakan *fast menu*, pengguna dapat memangkas waktunya dalam bertransaksi, sehingga tidak menyita banyak waktu pengguna. Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan hal yang sama dimana *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap perilaku pengguna *mobile banking* (Saparudin et al., 2020; Oliveira et al., 2014; Diningrat, W.A dan Henderi, 2019).

Hipotesis 2: Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Saparudin et al., 2020), menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* merupakan faktor yang paling mempengaruhi dalam penggunaan *mobile banking*. *Effort Expectancy* berkaitan dengan tingkat kemudahan suatu teknologi untuk dapat diadopsi oleh penggunanya. Pengguna aplikasi BRImo merasa aplikasi BRImo mudah digunakan dengan tampilan yang *user friendly*. Selain itu proses *login* mudah bisa menggunakan sidik jari dan dalam mengakses semua menu mudah. Dengan adanya kemudahan dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* dapat berpengaruh terhadap sikap positif nasabah dalam menggunakan teknologi tersebut. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Herlambang dan Dewayanti (2018) menunjukkan bahwa *effort expectancy* mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hipotesis 3: Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Social influence merupakan variabel yang pengaruhnya paling kecil dibanding dengan variabel yang lain. Hal ini dikarenakan *social influence* adalah variabel yang menggambarkan pengaruh sosial yang dalam prakteknya di BRI belum ada mekanisme *endorsement* penggunaan BRImo dari satu pengguna ke pengguna lainnya. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* (Saparudin et al., 2020; Sedana dan Wijaya, 2009; Dewayanti, Kusyanti dan Herlambang, 2018).

Hipotesis 4: Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior*

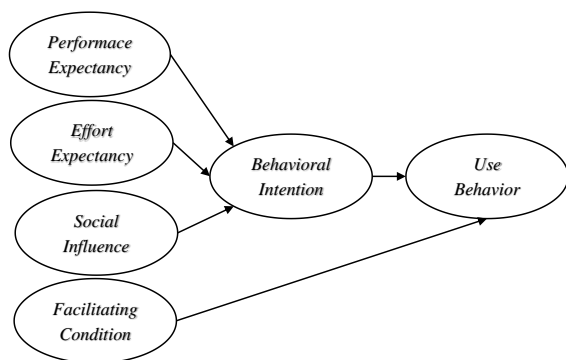
Fasilitas yang tersedia mempengaruhi sikap nasabah BRI dalam menggunakan aplikasi BRImo, nasabah masih membutuhkan fasilitas-fasilitas pendukung untuk menggunakan aplikasi BRImo. Hasil temuan ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang menyatakan bahwa adanya fasilitas yang mendukung penggunaan teknologi dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam menggunakan teknologi, karena dalam penelitian ini pengguna memikirkan fasilitas-fasilitas pendukung yang dimiliki untuk dapat menggunakan teknologi tersebut (Andriyanto, Baridwan dan Subekti, 2019). Pengguna aplikasi BRImo bergantung pada tersedianya *smartphone* dan koneksi internet untuk dapat mengakses BRImo. Tanpa adanya fasilitas tersebut, pengguna tidak bisa menggunakan aplikasi BRImo. Selain itu, fasilitas pendukung yang disediakan Bank BRI turut memberikan kontribusi dalam mempengaruhi perilaku pengguna. Layanan *call center*, *customer service* dan keamanan jaringan merupakan fasilitas pendukung yang diberikan oleh BRI. Rema dan Setyohadi (2016) menemukan bahwa kondisi yang memfasilitasi juga mempengaruhi dalam penggunaan kembali *mobile banking*.

Hipotesis 5: Pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*

Behavioral Intention menggambarkan keinginan/niatan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi tertentu (Ajzen dan Fishbein, 1980). Pengguna aplikasi BRImo bersedia bertransaksi menggunakan aplikasi BRImo kembali dilain kesempatan, karena sebagian besar pengguna menikmati bertransaksi menggunakan aplikasi BRImo untuk pengisian dompet digital seperti pengisian saldo OVO, Gopay, dan Shopeepay serta menu terbaru BRImo yaitu pembayaran digital menggunakan *scan barcode* (QRIS).

3.7 Model Akhir Penelitian

Dari berbagai pengujian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil model penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Model Akhir Penelitian

Berdasarkan model akhir penelitian yang dihasilkan, dapat diketahui bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan *Social Influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Variabel *Facilitating Condition* dan *Behavioral Intention* juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*.

3.8 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil dari pembahasan penelitian ini, terdapat saran dan masukan bagi perusahaan Bank BRI tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi BRImo. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan untuk menentukan strategi meningkatkan jumlah pengguna aplikasi BRImo. Dengan meningkatnya jumlah transaksi suatu *mobile banking*, maka nilai *Return On Assets* (ROA) juga akan turut meningkat (Arofany dan Tandika, 2019). Oleh karena *mobile banking* dapat meningkatkan profitabilitas bank, maka diperlukan berbagai inovasi digital untuk meningkatkan pengalaman nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (Imamah dan Ayu Safira, 2021).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan proses penelitian dan pengujian maka diperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi BRImo. *Behavioral Intention* pengguna aplikasi BRImo secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan *Social Influence*. Sedangkan *Use Behavior* pengguna aplikasi BRImo secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh *Facilitating Condition* dan *Behavioral Intention*. Faktor-faktor tersebut berhasil menjelaskan sebesar 78% dari model penelitian tentang penggunaan aplikasi BRImo menggunakan UTAUT dan 22% sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel selain variabel pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai acuan ataupun masukan untuk menentukan strategi sebagai peningkatan kinerja aplikasi BRImo termasuk penambahan menu yang

disukai pengguna ataupun pengurangan menu yang tidak disukai oleh pengguna. Sehingga dengan meningkatnya performa aplikasi BRImo dapat meningkatkan jumlah pengguna aplikasi BRImo sekaligus meningkatkan jumlah transaksi aplikasi BRImo.

Pada penelitian selanjutnya peneliti perlu untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang belum dijelaskan pada penelitian ini. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan model selain UTAUT untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan dan penerimaan aplikasi BRImo seperti model *Theory Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), atau *Motivational Model* (MM).

DAFTAR PUSTAKA

- AHMED, Z., KADER, A., HARUN RASHID, B.U. & MOHAMMAD NURUNNABI, B., 2017. User Perception of Mobile Banking Adoption: an Integrated Ttf-Utaut Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(3).
- AJZEN, I. & FISHBEIN, M., 1980. *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall. Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall.
- ANDRIYANTO, D., BARIDWAN, Z. & SUBEKTI, I., 2019. Antecedents Perilaku Penggunaan E-Budgeting: Kasus Sistem Informasi Keuangan Desa di Banyuwangi, Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 6(2), hal.151–170.
- AROFANY, A. & TANDIKA, D., 2019. Pengaruh Transaksi Digital Banking, Kualitas Aset, dan Aspek Permodalan terhadap Profitabilitas (Studi Kasus pada Bank Umum yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Prosiding Manajemen*, [daring] 5(1), hal.310–318. Tersedia pada: <<http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/15335>>.
- CHITUNGO, S. & MUNONGO, S., 2013. Extending the Technology Acceptance Model to Mobile Banking Adoption in Rural Zimbabwe. *Journal of Business Administration and Education*, 3(1), hal.51–79.
- DEWAYANTI, A., KUSYANTI, A. & HERLAMBAH, A.D., 2018. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) (Studi Pada Pengguna Mobile Banking BRI KCP Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, [daring] 2(10), hal.2548–964X. Tersedia pada: <<http://j-ptiik.ub.ac.id>>.

- DININGRAT, M.S.M., W.A. B.S. & HENDERI, H., 2019. Evaluasi Penerimaan Aplikasi Mobile Banking BNI Terhadap Minat Nasabah Menggunakan UTAUT. *Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta*, 5(4), hal.9–13.
- GHOZALI, I., 2006. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penebit Universtas Diponogoro.
- HAIR, J.F., BLACK, W.C., BABIN, B.J. DAN ANDERSON, R.E., 2018. *Multivariate Data Analysis*. United Kingdom: Cengage Learning, EMEA.
- HARYONO, S. & WARDOYO, P., 2012. *Structural Equation Modeling*. Bekasi: PT Intermedia Personalia Utama.
- HERLAMBAH, A.D. & DEWAYANTI, A., 2018. Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 12(1), hal.48–55.
- IMAMAH, N. & AYU SAFIRA, D., 2021. Pengaruh Mobile Banking Terhadap Profitabilitas Bank Di Bursa Efek Indonesia. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(01), hal.95–103.
- LISHOMWA, L. & PHIRI, J., 2020. Adoption of Internet Banking Services by Corporate Customers for Forex Transactions Based on the TRA Model. *Open Journal of Business and Management*, 08(01), hal.329–345.
- MUNIR, A.R., IDRUS, M.S., KADIR, A.R. & JUSNI, 2013. Acceptance of Mobile Banking Services in Makassar: A Technology Acceptance Model (TAM) Approach. *Journal of Business and Management*, 7(6), hal.52–59.
- NANGIN, S.S., 2018. Transaksi Perbankan Melalui Internet Banking Di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Lex Et Societatis*, VI(6), hal.89–97.
- OLIVEIRA, T., FARIA, M., THOMAS, M.A. & POPOVIĆ, A., 2014. Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34(5), hal.689–703.
- RAMAYAH, T., J., dkk., 2017. Testing a confirmatory model of facebook usage in smartPLS using consistent PLS. *International Journal of Business and Innovation*, [daring] 3(2), hal.1–14. Tersedia pada: <<http://www.theijbi.net/dl/vol3/issue2-2017/IJBI-Testing-Confirmatory-Model.pdf>>.
- REMA, Y.O.L. & SETYOHADI, D.B., 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mobile banking studi kasus: BRI Cabang Bajawa. *Seminar Riset Teknologi Informasi*, hal.114–122.
- SAPARUDIN, M., RAHAYU, A., HURRIYATI, R. & SULTAN, M.A., 2020. Exploring the role of trust in mobile-banking use by Indonesian customer using unified theory of acceptance and usage technology. *International Journal of Financial Research*, 11(2), hal.51–60.
- SARSTEDT, M., RINGLE, C.M. & HAIR, J.F., 2017. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Springer International Publishing.
- SEDANA, I.G.N. & WIJAYA, S.W., 2009. Penerapan Model Utaut Untuk Memahami Penerimaan Dan Penggunaan Learning Management System Studi Kasus: Experiential E-Learning of Sanata Dharma University. *Journal of Information Systems*, 5(2), hal.114–120.
- SEYMOUR GEISSER, 1974. A Predictive Approach to the Random Effect Model. *Biometrika*, 61(1), hal.101–107.
- SINGARIMBUN, M. & EFFENDI, S., 2002. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- 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), hal.425–478.
- ZHOU, T., LU, Y. & WANG, B., 2010. Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26(4), hal.760–767.

Halaman ini sengaja dikosongkan