PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE,* DAN *FACILITATING CONDITION* TERHADAP *USE BEHAVIOR* DENGAN *ADOPTION INTENTION* PENGGUNA APLIKASI JENIUS DI KOTA BANDUNG 2019

THE EFFECT OF PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, AND FACILITATING CONDITION ON BEHAVIOR USE WITH ADOPTION INTENTION USERS OF JENIUS APPLICATIONS IN BANDUNG CITY 2019

Rasjedi Gani Rahman[1], Citra Kusuma Dewi[2]
[1]Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
[2]Dosen Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
[1]rasjediganir.student@telkomuniversity.ac.id, [2]dcitrakusuma@gmail.com

---

Abstrak

Dalam beberapa tahun kebelakang ini, Sektor bank telah memanfaatkan perkembangan *financial technology* dalam layanan perbankan dengan membuat media layanan transaksi perbankan yang berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking*. Salah satu bank yang memanfaatkan perkembangan tersebut adalah bank BTPN dengan mengeluarkan produk *mobile banking* nya yang bernama Jenius. Jenius menjadi salah satu *mobile banking* yang jumlah unduhan nya meningkat cukup signifikan, karena Jenius dinilai relevan dengan pengguna jaman sekarang yang sudah digital. Namun dibalik kesuksesan Jenius dalam unduhan, ternyata banyak keuhan dalam penggunaan aplikasi seperti, aplikasi terkadang *forced clos* dengan sendiri nya, tidak bisa *log in* dan sebagai nya. Penelitian ini didasari oleh banyak nya keluhan pengguna dalam penggunaan aplikasi Jenius dengan teori dasar menggunakan UTAUT. Penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence,* dan *facilitang condition* terhadap *use behavior* dengan *adoption intention* sebagai mediator. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Jumlah responden sebanyak 100 orang dengan teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang tidak berhubungan satu sama lain, yaitu *performance expectancy* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap *adoption intention* dengan nilai 4,56% dari nilai minimal yaitu 5,00%. Selanjutnya *effort expectancy* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap *adoption intention* dengan nilai 4,75%. Lalu *facilitating condition* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap *adoption intention* dengan nilai 1,12%. Namun *social influence* memiliki dampak yang signifikan terhadap *adoption intention* dengan nilai 10,50%.

Kata Kunci: *UTAUT, Performance Expectancy, Effort Expectancy,Social Influence, Facilitating Condition, Adoption Intenton, Use Behavior*

Abstract

In the past few years, the banking sector has utilized the development of financial technology in banking services by creating information technology-based banking transaction media, namely mobile banking. One of the banks that made use of this development was the BTPN bank by issuing its mobile banking product named Jenius. Jenius is one of the mobile banking companies whose downloads have increased significantly, because Jenius is considered relevant to today's digital users. But behind the success of Jenius in the download, it turns out there are a lot of awes in using the application like, sometimes the application is forced to close by itself, can't log in and so on. This research is based on many of the user's complaints in the use of Jenius applications with the basic theory of using UTAUT. This study is to see how the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions on use behavior with adoption intention as a mediator. This research uses quantitative methods and sampling is done using probability sampling techniques using purposive sampling. The number of respondents as many as 100 people with the analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Based on the results of this study, there are several variables that are not related to

each other, namely performance expectancy does not have a significant impact on adoption intention with a value of 4.56% from a minimum value of 5.00%. Furthermore, effort expectancy does not have a significant impact on adoption intention with a value of 4.75%. Then the facilitating condition does not have a significant impact on adoption intention with a value of 1.12%. But social influence has a significant impact on adoption intention with a value of 10.50%.

***Keywords**: UTAUT, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Adoption Intenton, Use Behavior*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, sektor bank telah memanfaatkan perkembangan *Financial Technology* dalam layanan perbankan dengan membuat media layanan transaksi perbankan yang berbasis teknologi informasi, yaitu *Mobile Banking (m-banking).* Layanan *m-banking* membuka kesempatan nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui handphone. Pesatnya pertumbuhan pengguna handphone dan pengguna internet selama beberapa tahun terakhir (2014-2018)

Dalam beberapa tahun ini, sebagian besar bank komersial yang telah memperkenalkan sistem perbankan melalui internet dan juga mobile banking untuk meningkatkan operasional dan mengurangi biaya seiring dengan perkembangan financial technology. Salah satu bank yang telah memperkenalkan sistem tersebut adalah Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN), dengan mengeluarkan aplikasi keuangan yang dinamakan "Jenius". Sejak peluncurannya pada tahun 2016 lalu, pengguna jenius hingga pertengahan 2019 mencapai 1.600.000 juta pengguna Meningkatnya pengguna jenius dikarenakan jenius memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan, dan layanan jenius dinilai relevan dengan pengguna jaman sekarang yang sudah melek digital. Meningkatnya jumlah unduhan jenius menunjukan bahwa minat nasabah dalam menggunakan jenius cukup tinggi. Namun dibalik keberhasilan Jenius terkait jumlah pengunduh, ternyata terdapat banyak keluhan pengguna terhadap aplikasi Jenius.

Terkait penggunaan aplikasi Jenius, berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Farah, Hasni, dan Abbas (2018), variable penggunaan (*use behavior*) dipengaruhi oleh minat adopsi (*adoption intention*), yang juga dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *effort expectancy, social influence, facilitating condition*. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence*, dan *facilitating condition* terhadap *use behavior* dengan *adoption intention* sebagai mediator.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, adoption intention, use behavior* bagi pengguna Jenius ?
2. Seberapa besar pengaruh *performance expectancy* terhadap *adoption intention* bagi pengguna Jenius ?
3. Seberapa besar pengaruh *effort expectancy* terhadap *adoption intention* bagi pengguna Jenius ?
4. Seberapa besar pengaruh *social influence* terhadap *adoption intention* bagi pengguna Jenius ?
5. Seberapa besar pengaruh *facilitating condition* terhadap *adoption intention* bagi pengguna Jenius ?
6. Seberapa besar pengaruh *adoption intention* terhadap *use behavior* bagi pengguna Jenius ?
7. Seberapa besar pengaruh *adoption intention*, sebagai mediator antara *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition* terhadap *use behavior* bagi pengguna Jenius ?
8.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 *Financial Technology*

Berdasarkan Pribadiono, Hukum, Esa, & Barat (2016), *Financial Technology* (FinTech) merupakan perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan atau dapat juga diartikan inovasi pada sektor finansial dengan sentuhan teknologi moderen.

2.2 *The Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)*

The Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT) merupakan salah satu model penerimaan teknologi yang mensintetiskan elemenelemen pada delapan model penerimaan teknologi yang pernah ada yaitu *theory of reasoned action* (TRA), *technology acceptance model* (TAM), *motivation model* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM & TPB, model of PC utilization* (MPTU), *innovation diffusion theory* (IDT) dan *social cognitive theory* (SCT) untuk memperoleh kesatuan pandangan mengenai penerimaan teknologi terkini (Venkatesh et al., 2003).

2.3 *Use Behavior*

Triandis (2003) mengemukakan bahwa perilaku seseorang merupakan ekspresi dari keinginan atau minat seseorang (intention), dimana keinginan tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, perasaan (affect), dan konsekuensi-konsekuensi yang dirasakan (perceived consequences).

Menurut Priansa (2017:164) Minat pembelian merupakan pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang

Saunders et al., 2016 menyatakan bahwa ada satu indikator yang termasuk dalam UTAUT, yaitu: Seberapa sering menggunakan mobile banking

2.4 *Adoption Intention*

Adoption Intention konsumen adalah bidang studi yang sangat penting karena dapat langsung memprediksi perilaku *usage behavior* teknologi aktual seseorang (Yu, 2012). Farah *et al., 2017* menyatakan bahwa ada tiga indikator yang termasuk dalam UTAUT, yaitu:

1. Berniat untuk terus menggunakan *mobile banking* dimasa depan.
2. Akan selalu mencoba menggunakan *mobile banking* dalam kehidupan sehari-hari.
3. Berencana untuk terus menggunakan *mobile banking* secara berkala.

2.5 *Performance Expectancy*

Performance expectancy merupakan konstruk UTAUT yang ditujukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat membantu seseorang tersebut dalam mencapai kinerja pekerjaannya (Farah *et al*., 2017). Farah *et al., 2017* mengatakan bahwa ada 4 indikator yang termasuk dalam UTAUT,yaitu :

1. Menggunakan *mobile banking* akan meningkatkan kinerja.
2. Menggunakan *mobile banking* akan menghemat waktu.
3. Akan menggunakan *mobile banking* di mana saja.
4. Akan menemukan bahwa *mobile banking* bermanfaat

2.6 *Effort Expectancy*

Effort expectancy adalah tingkatan upaya setiap individu dalam penggunaan sebuah sistem untuk mendukung melakukan pekerjaannya (Farah *et al*., 2017*). Effort expectancy* merupakan representasi dari tiga konstruk antara lain *consciousness of easy to use (Technology Acceptance Model), systematic complexity (Model of Personal Computer Utilization)* dan *operating simplicity (Innovation Diffusion Theory)* (Adenan, 2015; Venkatesh *et al*. 2003). Farah *et al., 2017* mengatakan bahwa ada empat indikator yang termasuk dalam UTAUT, yaitu:

1. Belajar menggunakan *mobile banking* itu mudah.
2. Menjadi terampil dalam menggunakan *mobile banking* itu mudah.
3. Interaksi dengan *mobile banking* mudah.
4. Akan menemukan *mobile banking* mudah digunakan.

2.7 *Social Influence*

Social influence merupakan tingkat dimana seseorang menganggap penting untuk orang lain meyakinkan dirinya dalam menggunakan sistem baru (Farah *et al*., 2017). Menurut *Farah et al., 2017* ada 4 indikator yang termasuk dalam UTAUT, yaitu:

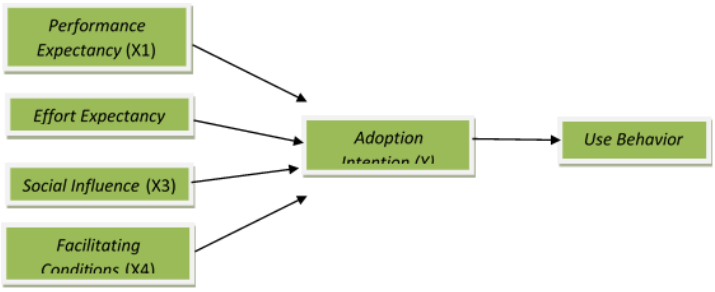
1. Orang-orang yang penting disekitar, berpikir harus menggunakan *mobile banking*.
2. Orang-orang yang akrab disekitar, berpikir bahwa harus menggunakan *mobile banking.*
3. Orang yang mempengaruhi perilaku disekitar, berpikir bahwa harus menggunakan *mobile banking.*
4. Kebanyakan orang disekitar, menggunakan *mobile banking*

2.8 *Facilitating Conditions*

Facilitating conditions mampu mendeskripsikan tingkatan seorang individu dalam menerima sebuah teknologi berdasarkan dukungan fasilitas yang diberikan oleh organisasi dan perangkat teknis yang mendukung penggunaan sebuah sistem. Perangkat tersebut dapat berupa sistem yang digunakan, pelatihan, buku manual ataupun lainnya (Venkatesh & Davis, 1996; Adenan, 2015). Selanjutkan berdasarkan Farah *et al., 2017* bahwa ada 4 indikator yang ada di UTAUT, yaitu:

1. Lingkungan tempat tinggal, mendukung untuk menggunakan *mobile banking*.
2. Lingkungan kerja medukung untuk menggunakan *mobile banking.*
3. Menggunakan *mobile banking* cocok dengan hidup.
4. Bantuan tersedia ketika medapatkan masalah dalam menggunakan *mobile banking.*

2.9 Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2017:63). Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta - fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

"Terdapat Pengaruh positif yang signifikan antara *Performance Expectancy. Effort Expectancy, Social Influence,* dan *Facilitating Condition* (X) terhadap *Adoption Intention* (Y) melalui *Use Behavior* sebagai Mediator"

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna aplikasi Jenius dikota bandung. Pada penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui, sehingga penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Bernoulli sebagai berikut:

$$n \geq \frac{\left[Z\frac{a}{2}\right]^2 p.q}{e^2}$$

Keterangan:
α = Tingkat ketelitian
Z = Nilai standard distribusi normal
p = Probabilitas ditolak
q = Probabilitas diterima (1-p)
e = Tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini menggunakan tingkat ketelitian (α) 5%, tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai Z = 1,96. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10%. Sementara itu, probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing-masing adalah 0,5. Berdasarkan rumus di atas, didapat hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{[1{,}96]^2 0{,}5x0{,}5}{0{,}1}$$
$$n = \frac{0{,}9604}{0{,}01}$$
$$n = 96{,}04 \approx 100$$

Berdasarkan hasil hitung sampel, diperoleh angka 96,04 untuk jumlah sampel minimum, tetapi penulis membulatkannya menjadi 100 responden untuk mengurangi kesalahan dalam pengisian kuesioner.

3.1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.28306850
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.061
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056[c]

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh data terdistribusi normal, karena meiliki nilai *Asymp Sig* sebesar 0,56, dimana nilai *Asymp Sig* tersebut memiliki nilai lebih besar dari *alpha* 0,05.

3.2 Hasil Uji Multilonieritas

Multikolinieritas merupakan adanya beberapa atau semua variabel bebas yang berkorelasi tinggi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas, bisa menggunakan *Variance Inflation Factors (VIF)*. Hasil pengujian multikolinieritas pada model regresi di penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	-.478	.610		-.784	.435		
	Performance Expectancy	.071	.029	.210	2.483	.015	.666	1.502
	Effort Expectancy	.069	.023	.237	3.007	.003	.768	1.301
	Social Influence	.068	.023	.249	2.972	.004	.680	1.470
	Facilitating Conditions	.021	.033	.049	.647	.519	.841	1.189
	Addoption Attention	.129	.038	.292	3.383	.001	.642	1.558

a. Dependent Variable: Use Behaviour

Dari hasil uji multikolinieritas pada table 4.12, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dan VIF dari *Performance Expectancy (X1), Effort Expectancy (X2), Social Influence (X3), Facilitating Conditions (X4),* dan *Adoption Intention (Y)* memiliki angka *tolerance* diatas 0.1 dan VIF dibawah 10, sehingga diketahui bahwa data dari kelima variabel terbebas dari multikolinieritas.

3.3 Hasil Uji Analisis Jalur (*Path Analysis)*

3.3.1 Substruktur 1

Pengujian pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikat menggunakan perbandingan nilai t hitung dan nilai t table atau nilai signifikasi dan nilai alpha (*a)*. Untuk menentukan besarnya pengaruh *Perforrmance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions (X)* terhadap variabel *Adoption Intention (Y)*

Tabel Uji T Substruktur 1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.096	1.612		1.921	.058
	Performance Expectancy	.167	.076	.217	2.214	.029
	Effort Expectancy	.144	.060	.218	2.396	.019
	Social Influence	.202	.058	.324	3.452	.001
	Facilitating Conditions	.105	.088	.106	1.192	.236

a. Dependent Variable: Addoption Attention

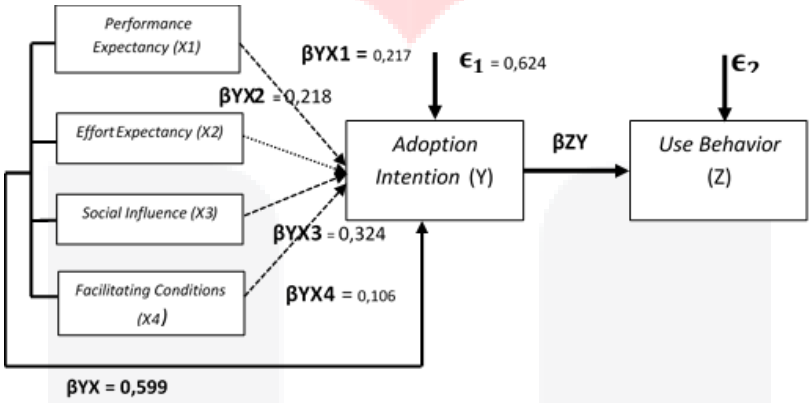
Untuk *level of significance (a)* dalam penelitian ini ditentukan oleh peneliti berdasarkan tingkat kesulitan pengumpulan data. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat *alpha* yang relative kecil yaitu 5%. Jadi dengan menggunakan tTabel (a/2) dan df (n-k) maka nilai tTabel = 5% (uji dua arah), serta df(100-5) = df(95) = 1,985. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka kriteria pengujian dari hipotesis ini yaitu hipotesis 1 (H_1) diterima jika tHitung (2,214) > tTabel (1,985) atau nilai signifikasi (0,029) < *alpha* (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Lalu selanjutnya hipotesis 2 (H_2) diterima jika tHitung (2,396) > tTabel (1,985) atau nilai signifikasi (0,019) < *alpha* (0,05), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berikutnya hipotesis 3 (H_3) diterima jika tHitung (3,452)

> tTabel (1,985) atau nilai signifikasi (0,001) < *alpha* (0,05), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Lalu yang terakhir hipotesis 4 (H_4) diterima jika tHitung (1,192) < tTabel (1,985) atau nilai signifikasi (0,236) > *alpha* (0,05), maka H_0 diterima dan H_4 ditolak. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, bahwa nilai koefisien regresi prediktor *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions (X)* berpengaruh secara tidak signifikan dan positif terhadap *Adoption Intention (Y).*

Tabel Hasil Koefisien Determinasi Substruktur 1

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.599[a]	.358	.331	.78224
a. Predictors: (Constant), Facilitating Conditions, Social Influence, Effort Expectancy, Performance Expectancy				

Dari hasil tabel diatas, didapatkan hasil koefisien korelasi secara parsial (R) sebesar 0,599 yang berindikasikan bahwa hubungan yang terjadi antar variabel termasuk ke dalam kategori kuat



Gambar Hubungan Kausal Sub-Struktur 1

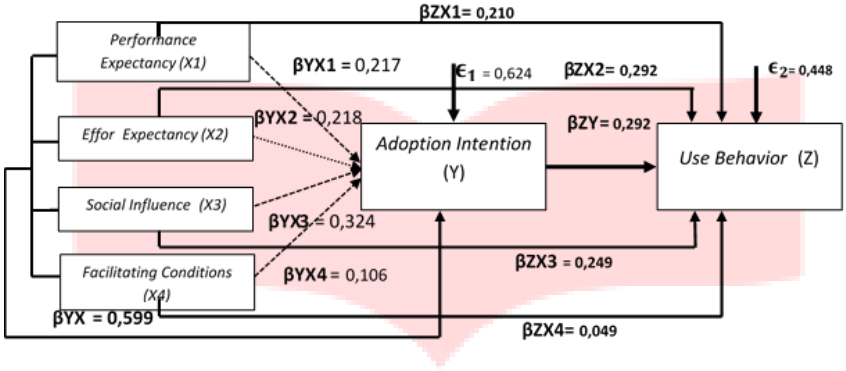
3.3.2 Substruktur 2

Pengujian pengaruh secara parsial antara 6ariable bebas dan variabel terikat menggunakan perbandingan nilai t hitung dan nilai t table atau nilai signifikasi dan nilai alpha (*a)*. Untuk menentukan besarnya pengaruh *Perforrmance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions (X),* dan *Adoption Intention (Y)* terhadap *Use Behavior (Z).*

Tabel Hasil Uji T Substrutur 2

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.478	.610		-.784	.435
	Performance Expectancy	.071	.029	.210	2.483	.015
	Effort Expectancy	.069	.023	.237	3.007	.003
	Social Influence	.068	.023	.249	2.972	.004
	Facilitating Conditions	.021	.033	.049	.647	.519
	Addoption Attention	.129	.038	.292	3.383	.001
a. Dependent Variable: Use Behaviour						

Untuk *level of significance (a)* dalam penelitian ini ditentukan oleh peneliti berdasarkan tingkat kesulitan pengumpulan data. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat *alpha* yang relative kecil yaitu 5%. Jadi dengan menggunakan tTabel (a/2) dan df (n-k) maka nilai tTabel = 5% (uji dua arah), serta df(100-6) = df(94) = 1,986. Berdasarkan hasil perhitungan, bahwa kriteria pengujian dari hipotesis ini yaitu hipotesis 6 (H_6) diterima jika tHitung (2,483) > tTabel (1,986) atau nilai signifikasi (0,015) > *alpha* (0,05), maka H_0 ditolak dan H_6 diterima. Lalu kriteria pengujian dari hipotesis ini yaitu hipotesis 6 (H_6) diterima jika tHitung (2,972) > tTabel (1,986) atau nilai signifikasi (0,004) < *alpha* (0,05), maka H_0 ditolak dan H_6 diterima. Selanjutnya kriteria pengujian dari hipotesis ini yaitu hipotesis 6 (H_6) diterima jika tHitung (0,647) < tTabel (1,986) atau nilai signifikasi (0,519) > *alpha* (0,05), maka H_0 diterima dan H_6 ditolak. Kriteria pengujian dari hipotesis ini yaitu hipotesis 5 (H_7) diterima jika tHitung (3,383) > tTabel (1,986) atau nilai signifikasi (0,001) < *alpha* (0,05), maka H_0 ditolak dan H_6 diterima.



Gambar Hubungan Kausal Substruktur 1 dan Substruktur 2

3.3.3 Rangkuman Koefisien Jalur

Tabel Ringkasan Besaran Pengaruh Berdasarkan Koefisien Jalur

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh			Keterangan
		Langsung	Tidak Langsung	Total	
X1 terhadap Y	0,217	0,0455747	-	4,56%	Tidak Signifikan
X2 terhadap Y	0,218	0,047524	-	4,75%	Tidak Signifikan
X3 terhadap Y	0,324	0,104976	-	10,50%	Signifikan
X4 terhadap Y	0,106	0,011236	-	1,12%	Tidak Signifikan
X1 terhadap Z	0,210	0,0441	-	4,41%	Tidak Signifikan
X2 terhadap Z	0,292	0,085264	-	8,53%	Signifikan
X3 terhadap Z	0,249	0,062001	-	6,20%	Signifikan
X4 terhadap Z	0,049	0,00241	-	0,24%	Tidak Signifikan
Y terhadap Z	0,292	0,085264	-	8,53%	Signifikan
X1 terhadap Z melalui Y	0,063364	-	0,063364	6,33%	Signifikan
X2 terhadap Z melalui Y	0,063656	-	0,063656	6,37%	Signifikan
X3 terhadap Z melalui Y	0,094608	-	0,094608	9,47%	Signifikan
X4 terhadap Z melalui Y	0,030952	-	0,030952	3,10%	Tidak Signifikan
X1 dan Y terhadap Z	0,273364	-	0,273364	27,34%	Signifikan
X2 dan Y terhadap Z	0,355656	-	0,355656	35,60%	Signifikan
X3 dan Y terhadap Z	0,343608	-	0,343608	34,36%	Signifikan
X4 dan Y terhadap Z	0,079952	-	0,079952	8,00%	Signifikan

3.4 Pembahasan Hasil Penelitian

. Pembahasan mengenai *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions (X)*, *Adoption Intention (Y)*, dan *Use Behavior (Z)* terdapat 20 pernyataan. Masing-masing variabel mendapatkan beberapa pernyataan kecuali untuk *Use Behavior* hanya ada satu. Didalam variabel *Use Behavior* persentase pernyataan " Seberapa sering anda menggunakan *mobile banking*" adalah sebesar 95,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sisanya hanya beberapa orang saja yang menggunakan *mobile banking* tidak dipakai terlalu

sering di kehidupan sehari-hari nya. Pernyataan yang terdapat di *Adoption Intention* yaitu "Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi secara teratur" adalah pernyataan dengan nilai terendah, yaitu sebesar 83,0%. Hal ini dapat menunjukkan tidak semua pengguna Jenius akan menggunakan aplikasi Jenius secara teratur. Lalu pernyataan yang berada di *Performance Expectancy* yaitu pernyataan "Saya akan menemukan bahwa aplikasi Jenius bermanfaat" memiliki niali terendah, yaitu 57,6%. Artinya bahwa sebagian responden kurang setuju bahwa dengan menggunakan aplikasi Jenius akan bermanfaat bagi diri nya.

Selanjutnya variabel *Effort Expectancy* memiliki pernyataan dengan nilai terendah yaitu pernyataan "Menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi Jenius itu mudah bagi saya" dengan nilai 53,6%. Hal ini dikarenakan menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi Jenius itu cukup sulit bagi sebagian responden. Variabel *Social Influence* memiliki pernyataan yang nilai nya terendah yaitu pernyataan "Orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi Jenius" dengan nilai 58,2%. Hal ini membuktikkan bahwa orang yang mempengaruhi perilaku responden kurang setuju bahwa responden harus menggunakan aplikasi Jenius. Lalu variabel terakhir yaitu *Facilitating Conditions* memiliki pernyataan dengan nilai terendah yaitu "Menggunakan aplikasi Jenius cocok dengan hidup saya" dengan nilai 69,6%. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa responden merasa menggunakan aplikasi Jenius itu kurang cocok dengan kehidupan sehari-hari nya.

3.5 Kesimpulan dan Saran

3.5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, antara lain:

1) Variabel *Use Behavior* memiliki persentase pernyataan " Seberapa sering anda menggunakan *mobile banking*" adalah sebesar 95,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sisanya hanya beberapa orang saja yang menggunakan *mobile banking* tidak dipakai terlalu sering di kehidupan sehari-hari nya. Pernyataan yang terdapat di *Adoption Intention* yaitu "Saya berencana untuk terus menggunakan aplikasi secara teratur" adalah pernyataan dengan nilai terendah, yaitu sebesar 83,0%. Hal ini dapat menunjukkan tidak semua pengguna Jenius akan menggunakan aplikasi Jenius secara teratur. Lalu pernyataan yang berada di *Performance Expectancy* yaitu pernyataan "Saya akan menemukan bahwa aplikasi Jenius bermanfaat" memiliki niali terendah, yaitu 57,6%. Artinya bahwa sebagian responden kurang setuju bahwa dengan menggunakan aplikasi Jenius akan bermanfaat bagi diri nya. Selanjutnya variabel *Effort Expectancy* memiliki pernyataan dengan nilai terendah yaitu pernyataan "Menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi Jenius itu mudah bagi saya" dengan nilai 53,6%. Hal ini dikarenakan menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi Jenius itu cukup sulit bagi sebagian responden. Variabel *Social Influence* memiliki pernyataan yang nilai nya terendah yaitu pernyataan "Orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi Jenius" dengan nilai 58,2%. Hal ini membuktikkan bahwa orang yang mempengaruhi perilaku responden kurang setuju bahwa responden harus menggunakan aplikasi Jenius. Lalu variabel terakhir yaitu *Facilitating Conditions* memiliki pernyataan dengan nilai terendah yaitu "Menggunakan aplikasi Jenius cocok dengan hidup saya" dengan nilai 69,6%. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa responden merasa menggunakan aplikasi Jenius itu kurang cocok dengan kehidupan sehari-hari nya.
2) Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy (X1)* terhadap *Adoption Intention (Y)* pada pengguna aplikasi Jenius. Pada Sub-struktur 1, nilai pengaruh variabel X1 sebesar $(0,217)^2 = 0,455747 = 4,56\%$.. Lalu pada uji individual (uji t), variabel X1 memiliki nilai t sebesar tHitung (2,214) > tTabel (1,985) atau nilai signifikasi (0,029) < *alpha* (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3) Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Effort Expectancy (X2)* terhadap *Adoption Intention (Y)* pada pengguna aplikasi Jenius. Pada Sub-struktur 1, nilai pengaruh variabel X1 sebesar $(0,218)^2 = 0,047524 = 4,75\%$.. Lalu pada uji individual (uji t), variabel X1 memiliki nilai t sebesar tHitung (2,214) > tTabel (1,985) atau nilai signifikasi (0,029) < *alpha* (0,05), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
4) Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Social Influence (X3)* terhadap *Adoption Intention (Y)* pada pengguna aplikasi Jenius. Pada Sub-struktur 1, nilai pengaruh variabel X1 sebesar $(0,324)^2 = 0,104976 = 10,50\%$.. Lalu pada uji individual (uji t), variabel X1 memiliki nilai t sebesar tHitung (3,452) > tTabel (1,985) atau nilai signifikasi (0,001) < *alpha* (0,05), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.
5) Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Facilitating Condition (X4) terhadap Adoption Intention (Y) pada pengguna aplikasi Jenius. Pada Sub-struktur 1, nilai pengaruh variabel X1 sebesar (0,106)2 = 0,011236 = 1,12%.. Lalu pada uji individual (uji t), variabel X1 memiliki nilai t sebesar tHitung (1,192) < tTabel (1,985) atau nilai signifikasi (0,236) > alpha (0,05), maka H0 diterima dan H4 ditolak.

6) Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Adoption Intention (Y) terhadap Adoption Intention (Y) pada pengguna aplikasi Jenius. Pada Sub-struktur 2, nilai pengaruh variabel Y sebesar (0,292)2 = 0,085264 = 8,53%.. Lalu pada uji individual (uji t), variabel X1 memiliki nilai t sebesar tHitung (3,383) > tTabel (1,986) atau nilai signifikasi (0,001) < alpha (0,05), maka H0 ditolak dan H6 diterima.
7) Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Adoption Intention, sebagai mediator antara Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition terhadap Use Behavior. Yang pertama pengaruh Performance Expectancy (X1) terhadap Use Behavior (Z) dengan Adoption Intention (Y) sebagai mediator, dengan nilai pengaruh sebesar 0,217 x 0,292 = 0,063364 = 6,33%. Pengaruh secara langsung X1 terhadap Z sebesar 4,41%. Pengaruh ini lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh secara tidak langsung melalui Y yaitu sebesar 6,33%.
   Selanjutnya pengaruh Effort Expectancy (X2) terhadap Use Behavior (Z) dengan Adoption Intention (Y) sebagai mediator, dengan nilai pengaruh sebesar 0,218 x 0,292 = 0,063656 = 6,37%. Pengaruh secara langsung X2 terhadap Z sebesar 8,53%%. Pengaruh ini lebih besar dibandingkan dengan pengaruh secara tidak langsung melalui Y yaitu sebesar 6,37%.
   Lalu pengaruh Social Influence (X3) terhadap Use Behavior (Z) dengan Adoption Intention (Y) sebagai mediator, dengan nilai pengaruh sebesar 0,324 x 0,292 = 0,094608 = 9,47%. Pengaruh secara langsung X2 terhadap Z sebesar 6,20%. Pengaruh ini lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh secara tidak langsung melalui Y yaitu sebesar 9,47%.
   Dan yang terakhir pengaruh Facilitating Condition (X4) terhadap Use Behavior (Z) dengan Adoption Intention (Y) sebagai mediator, dengan nilai pengaruh sebesar 0,106 x 0,292 = 0,030952 = 3,10%. Pengaruh secara langsung X1 terhadap Z sebesar 0,24%. Pengaruh ini lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh secara tidak langsung melalui Y yaitu sebesar 3,10%.

2.2 Saran

berdasarkan kesimpulan diatas dapat disimpulkan saran bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya yang diuraikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pernyataan dari variabel *Performance Expectancy* yaitu "Saya akan menemukan bahwa aplikasi Jenius bermanfaat" mendapatkan nilai terendah yaitu sebesar 57,6%. Hal itu membuktikkan bahwa pengguna Jenius kurang menemukan bahwa aplikasi Jenius itu bermanfaat, disini perusahaan seharusnya bisa membuat pengguna Jenius bisa menemukan manfaat saat pemakaian aplikasi seperti memperbaharui aplikasi nya agar tidak sering mengalami error, memperbaharui sistem keamanannya agar pengguna merasa nyaman dan mendapatkan manfaat saat penggunaan.
2. Berdasarkan pernyataan dari variabel Effort Expectancy yaitu "Menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi Jenius itu mudah bagi saya" mendapatkan nilai terendah yaitu sebesar 53,6%. Hal ini membuktikkan bahwa menggunakan aplikasi Jenius, pengguna merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi. Perusahaan bisa membuat tampilan dalam aplikasi lebih mudah dimengerti pengguna nya, seperti menghilangkan fitur yang jarang sekali dipakai oleh pengguna agar tampilan tidak terlalu penuh akan fitur-fitur yang banyak. Atau bisa dibuat pengelompokkan bagi fitur yang sering dipakai pengguna nya agar ketika pengguna menggunakan aplikasi nya, maka yang muncul yaitu fitur-fitur yang sering.
3. Berdasarkan pernyataan dari variabel *Social Influence* yaitu "Orang yang mempengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi Jenius" mendapatkan nilai terendah yaitu sebesar 58,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya sosialisasi dari pihak Jenius tentang aplikasi nya. Masyarakat bisa men*judge* suatu produk atau layanan perusahaan hanya melihat dari suatu kejelekan tanpa tahu dampak positif perusahaan tersebut. Sehingga disini betapa penting nya mensosialisasi kan Jenius secara lebih detail agar masyarakat tahu dampak positif bagi penggunaan Jenius.
4. Berdasarkan pernyataan dari variabel Facilitating Condition yaitu "Menggunakan aplikasi Jenius cocok dengan hidup saya" mendapatkan nilai terendah yaitu sebesar 69,6%. Hal ini di karenakan ada golongan masyarakat yang ingin menggunakan sesuai apa yang mereka mau dan butuhkan, seperti anak muda yang menginginkan menggunakan aplikasi yang tidak terlalu banyak fitur, lalu pekerja kantoran yang ingin ada fitur untuk menabung jangka panjang maupun jangka pendek. Pihak Jenius bisa melakukan itu dengan membuat beberapa versi yang berbeda agar bisa sesuai dengan apa yang pengguna inginkan.
5. Pada penelitian ini penulis menggunakan variabel yang berasal dari UTAUT2 mengenai Jenius BTPN, sebaiknya para peneliti lain lebih menggunakan UTAUT2 lebih sering. Karena metode UTAUT tidak ada banyak seperti metode-metode umum lainnya.

Daftar Pustaka:

[1] Aderman, E.M. Gray, D.L, Chang, Y. (2012) *Motivation and Classroom learning.In I.B. Weiner & other (Eds), Handbook of psychology (2nd ed., Vol &). New York; Wiley*

[2] Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016*). Research Methods For Business Students (Seventh Ed).*

[3] Farah, M., Hasni, M. & Abbas, A. (2018). *Mobile-Banking Adoption: Empirical Evidence From the Banking Sector in Pakistan. International Journal of Bank Marketing, Vol. 36 No. 7, pp. 1386-1413*.

[4] Sedana, I. G. N., & Wijaya, S. W. (2012). *Penerapan Model UTAUT Untuk Memahami Penerimaan dan Penggunaan Learning Management System Studi Kasus: Experential E-Learning of Sanata Dharma University. Jurnal Sistem Informasi, 5(2), 114-120*.

[5] Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

[6] Setiadjie, R. P., & Widodo, T. (2017). *Analisis Anteseden Behavioral Intention dan Pengaruhnya Terhadap Use Behavior Pada Layanan Musik Online Berbasis Langganan di Indonesia Studi Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. E-Proceeding of Management, Vol.4, No.2*

[7] Tirtana, Irwan., dan Shinta Permata Sari. (2014*). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking. Jurnal Akuntansi. ISBN: 978-602-70429-2- 6.*