

1. Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan, atau yang sekarang dikenal sebagai BPJS Ketenagakerjaan, merupakan hasil transformasi dari PT. Jamsostek (Persero) yang ditetapkan berdasarkan Undang-Undang nomor 24 tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial dan telah beroperasi secara resmi sejak tanggal 1 Januari 2014. BPJS Ketenagakerjaan ditugaskan oleh negara sebagai penyedia jaminan sosial untuk memberikan perlindungan sosial-ekonomi kepada masyarakat melalui empat program; Jaminan Hari Tua (JHT), Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK), Jaminan Kematian (JK), dan Jaminan Pensiun (JP) (Tarigan et al., 2021).



Dalam upaya memperluas manfaat yang diberikan, BPJS Ketenagakerjaan memanfaatkan teknologi informasi untuk menghadirkan aplikasi layanan Jamsostek Mobile (JMO). JMO adalah aplikasi layanan jamsostek yang dihadirkan untuk memberikan layanan yang lebih optimal melalui *online*. JMO memiliki keunggulan dengan memiliki fitur-fitur yang lebih lengkap seperti pelaporan JKK, info promo, kartu digital, berita-berita terkini, dan lain-lain (Pande & Gunawan, 2023). JMO merupakan aplikasi mobile dari BPJS Ketenagakerjaan yang menawarkan fungsionalitas lebih kaya dari pendahulunya, yaitu BPJSTKU App (Maharani & Mandira, 2022).

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) serta modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Dalam konteks penggunaan aplikasi, sikap mencakup persepsi pengguna terhadap manfaat atau nilai aplikasi, norma subjektif mencakup pengaruh sosial dari orang-orang terdekat terhadap penggunaan aplikasi, dan kontrol perilaku yang dirasakan mencakup persepsi tentang kemudahan atau kesulitan penggunaan aplikasi (Yaseen et al., 2022). Sementara itu, UTAUT, yang merupakan pengembangan dari TPB, memperluas kerangka kerja dengan memasukkan faktor-faktor tambahan seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Ini mencakup keyakinan pengguna tentang seberapa baik aplikasi tersebut akan berkinerja, seberapa mudah atau sulitnya untuk menggunakannya, pengaruh dari orang lain terhadap penggunaan aplikasi, dan faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi penggunaan aplikasi (Ali et al., 2022).

Kombinasi TPB dan modifikasi UTAUT memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami perilaku pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan aplikasi mobile. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, peneliti dan pengembang dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan aplikasi (Nikolopoulou et al., 2021a).

Tabel 1 Ulasan Jamsostek Mobile

Rating	Keterangan
M Mukhammad Nur	Aplikasinya memang sangat bermanfaat, tapi ada kendala ketika sdh diarahkan ke lapakasik bpjsketenagakerjaan. Kode verifikasi ketika diklik tdk langsung muncul, baru muncul setelah klik yg 2(kirim ulang). Kode verifikasi yg ketika klik ke. 2, itu malah yg utk klik 1, jadi ketika memasukkan kode verifikasi nya sdh tidak berlaku lagi. Mohon bantuan nya utk aplikasinya agar memang benar2 bisa membantu customer bpjs nya

 <p>kristo lto gega</p> <p>★ ★ ★ ★ ★ 14 September 2023</p>	<p>Udah pernah daftar, beberapa kali cek saldo,, hnya krn lupa email sandi ,, kok jadi repot urusannya,, daftar ulang tpi pemberitahuan sdh terdaftar, kita cari akun lewat no ktp dan no bpjs mlah disuruh pastikan sudah terdaftar,, knp mempersulit pengguna apk,, menyesal sdh instal,, bintang 1 pun tak layak,, mengecewakan</p>
 <p>kuyahkumah kuyang</p> <p>★ ★ ★ ★ ★ 12 September 2023</p>	<p>Rekan saya tidak melakukan klaim tapi saldonya hilang,traking klaim ada...cuma bank penerima tidak tercantum...kemanakah saldonya???</p>

Sumber: Aplikasi Google PlayStore (2023)

Berdasarkan Tabel 1 diketahui masih terdapat keluhan yang disampaikan pengguna aplikasi JMO sehingga beberapa pengguna memberikan rating yang rendah. Meskipun pada aplikasi *Google PlayStore* rating rata-rata yang diperoleh sebesar 4.5 dari 5 namun masih banyak terdapat keluhan yang disampaikan pengguna aplikasi JMO. Hal ini menunjukkan belum optimalnya manfaat yang diberikan aplikasi JMO untuk membantu BPJS Ketenagakerjaan dalam mencapai tujuannya.

Dalam modifikasi UTAUT, penambahan faktor-faktor seperti *habit* dan *perceived usefulness* memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi *behavioral intention* pengguna terkait dengan penggunaan aplikasi mobile. Dengan memasukkan *habit* dan *perceived usefulness* sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention*, modifikasi UTAUT memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang motivasi pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan aplikasi mobile. Faktor-faktor ini membantu menjelaskan mengapa pengguna mungkin memiliki niat yang kuat atau lemah untuk menggunakan aplikasi tertentu, dan membantu pengembang aplikasi untuk merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi dan retensi pengguna (Baber et al., 2024; Nikolopoulou et al., 2021; Ali et al., 2022).

Oleh karena itu, dengan menggunakan modifikasi UTAUT untuk menganalisis aplikasi *Jamsostek Mobile* dapat memberikan evaluasi terhadap kinerja aplikasi pada kriteria-kriteria dalam model melalui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *habit* dan *perceived trust* terhadap *behavioral intention*. Kemudian menguji pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior*.

Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan argumentasi dan fenomena pada BPJS Ketenagakerjaan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* ?
2. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* ?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* ?
4. Bagaimana pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* ?
5. Bagaimana pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* ?
6. Bagaimana pengaruh *perceived trust* terhadap *behavioral intention* ?
7. Bagaimana pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior* ?
8. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention* ?
9. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention* ?
10. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention* ?
11. Bagaimana pengaruh *facilitating condition* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention* ?
12. Bagaimana pengaruh *habit* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention* ?

13. Bagaimana pengaruh *perceived trust* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention* ?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*
2. Menganalisis pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*
3. Menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention*
4. Menganalisis pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention*
5. Menganalisis pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention*
6. Menganalisis pengaruh *perceived trust* terhadap *behavioral intention*
7. Menganalisis pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior*
8. Menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*
9. Menganalisis pengaruh *effort expectancy* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*
10. Menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*
11. Menganalisis pengaruh *facilitating condition* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*
12. Menganalisis pengaruh *habit* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*
13. Menganalisis pengaruh *perceived trust* terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*

Manfaat penelitian

Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan bisa menambah pengetahuan dan menjadikan referensi bagi pembaca dan masih dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini juga diharapkan akan dapat memberikan banyak masukan yang berkaitan dengan perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran

Manfaat Praktis

1. BPJS Ketenagakerjaan Cabang Batang dapat mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan Jamsostek Mobile
2. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan Jamsostek Mobile, BPJS Ketenagakerjaan dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat

2. Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Telaah Pustaka

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah kerangka kerja psikologis yang digunakan untuk memahami perilaku manusia. Teori ini dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 sebagai pengembangan dari teori sebelumnya yang dikenal sebagai Teori Perilaku Terencana (*Theory of Reasoned Action/TRA*) (Albayati et al., 2023). Dengan memahami TPB, pemasar dapat menggali lebih dalam mengenai motivasi dan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku manusia (Ali et al., 2023)

Integrasi TPB dalam memahami perilaku penggunaan aplikasi membantu pengembang dan pemasar untuk lebih memahami motivasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi. Dalam konteks penggunaan aplikasi, sikap pengguna terhadap aplikasi tertentu dapat memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakannya. Sikap positif terhadap aplikasi, misalnya, bisa mendorong seseorang untuk mengunduh dan menggunakan aplikasi tersebut secara teratur (Barbera & Ajzen, 2020). Dengan memahami sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, mereka dapat merancang strategi pemasaran dan desain yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi

dan retensi pengguna aplikasi (Zhang et al., 2020). Dengan menggabungkan TPB dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), pemasar akan mendapatkan pandangan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan aplikasi mobile. TPB memberikan dasar psikologis yang kuat tentang bagaimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku mempengaruhi niat, sementara UTAUT menambahkan dimensi teknologi spesifik yang lebih rinci seperti ekspektasi kinerja, usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Integrasi ini memungkinkan pemasar untuk lebih memahami dan memprediksi perilaku penggunaan aplikasi mobile dengan lebih akurat (Hewavitharana et al., 2021).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Modification

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi. Ini dikembangkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis pada tahun 2003 sebagai integrasi dari beberapa teori penerimaan teknologi sebelumnya (Schomakers et al., 2022). UTAUT mengidentifikasi empat variabel utama yang mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *facilitating conditions* (Yaseen et al., 2022).

Modifikasi UTAUT juga dapat melibatkan penambahan variabel baru atau pengujian ulang hubungan antara variabel yang ada. Misalnya, penelitian mungkin menambahkan variabel seperti persepsi risiko atau kepercayaan individu terhadap teknologi sebagai faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi (Ali et al., 2022). Modifikasi UTAUT dapat lebih baik menjelaskan dan memprediksi perilaku penggunaan teknologi dalam berbagai konteks. Modifikasi UTAUT dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan kontekstual tentang adopsi dan penggunaan teknologi. Penyesuaian model ini juga memungkinkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang lebih spesifik dan relevan dengan situasi atau populasi tertentu (Akinuwesi et al., 2022).

Performance Expectancy

Performance expectancy mengacu pada persepsi pengguna tentang seberapa efektif atau bermanfaat teknologi tersebut dalam meningkatkan kinerja. Persepsi tentang kinerja yang diharapkan sangat mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi (Yaseen et al., 2022). Semakin tinggi *performance expectancy* semakin besar kemungkinan seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi tersebut (Nikolopoulou et al., 2021a).

Dalam strategi pemasaran dan desain produk, penting untuk memperhitungkan *performance expectancy* pengguna untuk memastikan bahwa teknologi yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan. Dengan menyediakan teknologi yang memberikan manfaat yang diharapkan oleh pengguna, organisasi dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi (Octavius & Antonio, 2021). *Performance expectancy* mencakup pertanyaan seperti seberapa efektif teknologi tersebut dalam membantu pengguna menyelesaikan tugas-tugas dengan lebih cepat, lebih baik, atau dengan hasil yang lebih baik (Pan & Gao, 2021)

Effort Expectancy

Effort expectancy adalah persepsi atau harapan pengguna tentang seberapa mudah atau sulit untuk menggunakan suatu teknologi. Dalam konteks ini, *effort* merujuk pada tingkat usaha atau kesulitan yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan teknologi tersebut, sedangkan *expectancy* mengacu pada harapan atau persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi tersebut (Yaseen et al., 2022).

Effort expectancy dalam TPB dapat mempengaruhi niat individu untuk melakukan suatu perilaku, yang selanjutnya mempengaruhi apakah perilaku tersebut akan dilakukan atau tidak (Winata & Tjokrosaputro, 2022). Hal ini menunjukkan pentingnya memperhatikan persepsi pengguna tentang kemudahan atau kesulitan dalam menggunakan suatu teknologi dalam merancang intervensi atau strategi untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan teknologi tersebut (Wu et al., 2022).

Social Influence

Social influence mengacu pada pengaruh sosial dari individu atau kelompok tertentu dalam membentuk perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi (Fox et al., 2021). Lebih spesifik, *social influence* adalah persepsi atau harapan pengguna tentang sejauh mana orang-orang yang penting bagi mereka (misalnya, teman, keluarga, atasan, atau rekan kerja) mendukung atau mendorong penggunaan teknologi tersebut (Yaseen et al., 2022).

Social influence mencakup pengaruh yang berasal dari berbagai sumber, termasuk opini dan rekomendasi dari orang lain, tekanan sosial untuk mengadopsi teknologi tertentu, serta norma-norma sosial yang berkaitan dengan penggunaan teknologi di lingkungan sosial atau organisasi (Chopdar et al., 2022). Persepsi tentang *social influence* dapat memengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi. Misalnya, jika seseorang percaya bahwa teman-teman atau rekan kerja mendukung penggunaan suatu aplikasi atau perangkat lunak, pengguna lebih cenderung untuk mengadopsinya juga (Sebastián et al., 2023)

Facilitating Condition

Facilitating conditions mengacu pada faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan suatu teknologi dengan menyediakan dukungan dan sumber daya yang diperlukan bagi pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut (Yaseen et al., 2022). *Facilitating conditions* mencakup berbagai aspek seperti ketersediaan infrastruktur teknologi yang memadai, dukungan teknis, pelatihan pengguna, aksesibilitas informasi, dan sumber daya lainnya yang memfasilitasi penggunaan teknologi (Merhi et al., 2020).

Facilitating conditions dalam konteks penggunaan aplikasi mobile merujuk pada kondisi atau faktor-faktor yang memfasilitasi atau mendukung pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut. Ini mencakup segala sesuatu yang membuat penggunaan aplikasi menjadi lebih mudah atau memungkinkan pengguna untuk mengakses dan menggunakan aplikasi dengan lancar (Akinuwesi et al., 2022).

Persepsi tentang *facilitating conditions* dapat memengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi. Jika pengguna percaya bahwa sumber daya dan dukungan yang diperlukan tersedia dengan baik, pengguna cenderung untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut dengan lebih baik (Liu et al., 2022). *Facilitating conditions* dalam TPB mencakup faktor-faktor seperti ketersediaan sumber daya, aksesibilitas fasilitas atau layanan, dukungan sosial, dan lingkungan fisik yang memfasilitasi atau menghambat pelaksanaan perilaku yang diinginkan (Alhadid et al., 2022).

Habit

Habit merujuk pada tingkat dimana pengguna telah terbiasa atau terlatih untuk menggunakan suatu teknologi secara konsisten dan otomatis tanpa memerlukan banyak pikiran atau usaha kognitif (Ali et al., 2022). *Habit* dalam penggunaan aplikasi mobile merujuk pada pola perilaku yang terbentuk secara otomatis dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari pengguna (Akinuwesi et al., 2022)

Pengguna yang telah membentuk kebiasaan positif terkait dengan penggunaan teknologi cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut tanpa memerlukan

pemikiran yang mendalam atau niat yang eksplisit (Hansma et al., 2020). Dengan memahami peran *habit* dalam penggunaan teknologi, organisasi dan pengembang dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mempromosikan adopsi dan penggunaan teknologi (Song & Jo, 2023).

Dalam konteks TPB, *habit* dapat memengaruhi perilaku individu secara tidak langsung melalui pengaruhnya terhadap niat. Misalnya, individu yang memiliki kebiasaan positif terkait dengan suatu perilaku cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk melaksanakan perilaku tersebut (Daniel et al., 2022)

Perceived Trust

Perceived trust, merujuk pada persepsi individu tentang sejauh mana suatu entitas (misalnya, organisasi, produk, atau individu) dianggap dapat diandalkan, jujur, dan dapat dipercaya. Ini adalah keyakinan subjektif yang dimiliki oleh individu tentang integritas dan kemampuan suatu entitas untuk memenuhi janji atau tanggung jawabnya (Wang et al., 2022). *Perceived trust* dapat menjadi faktor yang memengaruhi niat individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu (Abu-Taieh et al., 2022).

Perceived trust dapat memainkan peran penting dalam membangun niat individu untuk melakukan perilaku tertentu, terutama ketika perilaku tersebut melibatkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap entitas yang terlibat. Oleh karena itu, dalam merancang intervensi atau strategi untuk mempengaruhi perilaku, penting untuk mempertimbangkan pengaruh *perceived trust* sebagai faktor yang dapat memengaruhi niat dan perilaku individu (Alrawad et al., 2023)

Behavioral Intention

Behavioral intention merujuk pada keinginan atau kesiapan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu dalam waktu yang akan datang. Ini adalah ekspresi dari kemauan atau rencana individu untuk bertindak dalam cara tertentu, yang dapat mencakup tindakan fisik, keputusan, atau respons psikologis (Kucuk et al., 2020).

Dalam TPB, *behavioral intention* dianggap sebagai prediktor langsung dari perilaku aktual (Mustafa et al., 2021). Dengan kata lain, semakin tinggi niat individu untuk melakukan suatu perilaku, semakin besar kemungkinan mereka untuk benar-benar melakukannya (Ateş & Garzón, 2022). Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku menjadi penting dalam merancang intervensi atau strategi untuk mengubah perilaku individu (Tran, 2021).

Use Behavior

Use behavior merujuk pada perilaku penggunaan atau penggunaan aktual suatu produk, layanan, atau teknologi oleh individu atau kelompok (Wildt & Meijers, 2023). *Use behavior* adalah deskripsi atau pemahaman tentang bagaimana individu benar-benar menggunakan atau berinteraksi dengan suatu produk atau layanan setelah mereka mengadopsinya (Jou et al., 2022).

Pemahaman tentang *use behavior* menjadi penting dalam evaluasi dan pengembangan produk atau layanan, karena dapat memberikan wawasan tentang bagaimana produk atau layanan tersebut digunakan dalam kehidupan nyata, serta area-area di mana perbaikan atau penyesuaian mungkin diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna (Davoudi-Kiakalayeh et al., 2024). *Use behavior* bisa mencakup frekuensi penggunaan aplikasi, fitur-fitur yang paling sering digunakan, durasi sesi penggunaan, serta tingkat kepuasan dan kesuksesan yang dialami pengguna selama penggunaan aplikasi tersebut (Khalil et al., 2023)

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention

Dalam konteks *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), *performance expectancy* adalah salah satu konstruk utama yang memengaruhi *behavioral*

intention untuk menggunakan teknologi, termasuk aplikasi mobile. Persepsi pengguna tentang seberapa efektif suatu teknologi akan meningkatkan kinerja mereka secara langsung memengaruhi seberapa besar mereka bermaksud untuk menggunakan teknologi tersebut (Yaseen et al., 2022).

Persepsi ini menciptakan keinginan atau motivasi untuk mengambil tindakan yang sejalan dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja (Nikolopoulou et al., 2021). TPB menekankan bahwa sikap individu terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan tentang konsekuensi dari perilaku tersebut. Sikap yang positif ini kemudian dapat menyebabkan peningkatan niat (*behavioral intention*) untuk menggunakan aplikasi tersebut (Su & Chao, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Yaseen et al., 2022; Ali et al., 2022; Nikolopoulou et al., 2021). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Pengaruh Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention

Dalam *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), *Effort Expectancy* mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan teknologi akan mudah dan bebas dari usaha yang berlebihan. Selanjutnya, dalam konteks TPB, jika seseorang percaya bahwa penggunaan suatu aplikasi akan mudah dilakukan, maka mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakan aplikasi tersebut (Alkhowaiter, 2022). Persepsi tentang *effort expectancy* dapat mempengaruhi *behavioral intention* karena dapat memengaruhi keyakinan individu tentang kemampuan mereka untuk melaksanakan perilaku yang diinginkan. Oleh karena itu, dalam merancang atau mempromosikan aplikasi atau teknologi, penting untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi *effort expectancy* agar dapat meningkatkan niat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan aplikasi tersebut (Humida et al., 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Al-Mamary, 2022; Yaseen et al., 2022; Su & Chao, 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Pengaruh Social Influence terhadap Behavioral Intention

Pada konteks UTAUT, *social influence* mengacu pada sejauh mana individu merasa bahwa orang lain yang penting bagi mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Dalam TPB, *social influence* berhubungan dengan norma subjektif. Jika seseorang merasa bahwa lingkungan sosial mereka mendukung penggunaan suatu aplikasi, maka mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakan aplikasi tersebut (Al-Saedi et al., 2020). Persepsi tentang *social influence* dapat mempengaruhi niat *behavioral intention* karena dapat memengaruhi keyakinan individu tentang apakah perilaku yang diinginkan diterima atau dihargai oleh orang-orang yang penting bagi mereka. Oleh karena itu, dalam merancang atau mempromosikan aplikasi atau teknologi, penting untuk memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi *social influence* agar dapat meningkatkan niat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan aplikasi tersebut (Shahzad et al., 2022).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Su & Chao, 2022; Alkhowaiter, 2022; Al-Mamary, 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Pengaruh Facilitating Condition terhadap Behavioral Intention

Facilitating Conditions dalam UTAUT memainkan peran penting dalam memastikan bahwa pengguna memiliki semua yang mereka butuhkan untuk berhasil mengadopsi dan menggunakan aplikasi mobile. Dalam konteks TPB, jika seseorang percaya bahwa kondisi yang memfasilitasi penggunaan suatu aplikasi ada, misalnya, jika mereka merasa memiliki akses yang mudah, dukungan teknis yang cukup, atau pelatihan pengguna yang memadai, maka mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakan aplikasi tersebut (Su & Chao, 2022). *Facilitating conditions*, dengan demikian, memengaruhi *behavioral intention* dengan memengaruhi persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tersebut (Nordhoff et al., 2020).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *facilitating condition* akan berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Alam et al., 2020; Su & Chao, 2022; Alkhowaiter, 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Pengaruh Habit terhadap Behavioral Intention

Habit dalam UTAUT adalah faktor penting yang menunjukkan keberhasilan jangka panjang dari adopsi teknologi. Penggunaan *habit* sebagai variabel tambahan memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. Seseorang memiliki kebiasaan positif terkait dengan penggunaan suatu aplikasi, dapat memperkuat niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut (Ali et al., 2022). Dalam konteks penggunaan aplikasi, membangun *habit* positif dalam penggunaan aplikasi dapat meningkatkan niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut (Baber et al., 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Baber et al., 2024; Nikolopoulou et al., 2021; Ali et al., 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H5: *Habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Pengaruh Perceived Trust terhadap Behavioral Intention

Perceived trust adalah komponen penting dalam UTAUT yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan aplikasi *mobile*. *Perceived trust* adalah keyakinan subjektif individu tentang seberapa andal, jujur, dan dapat dipercaya aplikasi tersebut, serta keyakinan tentang kemampuan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan atau harapan pengguna (Yaseen et al., 2022). Ketika pengguna memiliki *perceived trust* yang tinggi terhadap suatu aplikasi, mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakannya. Ini karena kepercayaan yang tinggi terhadap aplikasi dapat mengurangi ketidakpastian dan kekhawatiran pengguna terkait dengan penggunaan aplikasi tersebut (Dhagarra et al., 2020).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *perceived trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Yaseen et al., 2022; Al-Saedi et al., 2020). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H6: *Perceived trust* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*

Pengaruh Behavioral Intention terhadap Use Behavior

Behavioral Intention dalam UTAUT adalah prediktor utama apakah pengguna akan menggunakan aplikasi *mobile*. Secara khusus, dalam konteks penggunaan aplikasi mobile, *Behavioral Intention* mencerminkan sejauh mana pengguna berencana atau berkomitmen untuk menggunakan aplikasi tersebut dalam waktu dekat (Hewavitharana et al., 2021).

Behavioral intention untuk menggunakan suatu aplikasi dapat meningkatkan *use behavior* atau perilaku penggunaan aktual aplikasi tersebut. Menurut TPB, jika seseorang memiliki niat yang kuat atau positif untuk melakukan suatu perilaku, seperti menggunakan suatu aplikasi, maka mereka cenderung lebih mungkin untuk benar-benar melakukannya. *Behavioral intention* yang tinggi mencerminkan keinginan atau kesiapan seseorang untuk melakukan tindakan yang direncanakan, yang dalam konteks ini adalah penggunaan aplikasi (Yaseen et al., 2022).

Dalam banyak aplikasi, strategi dan upaya dilakukan untuk meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan aplikasi, karena meningkatkan niat ini dapat membantu dalam meningkatkan tingkat adopsi dan retensi pengguna. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* dan bagaimana hubungannya dengan *use behavior* dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *use behavior* (Yaseen et al., 2022; Ali et al., 2022; Baber et al., 2024). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H7: *Behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *use behavior*

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Use Behavior dimediasi Behavioral Intention

Performance expectancy berperan penting dalam meningkatkan *behavioral intention* dan pada akhirnya meningkatkan *use behavior*. Dalam konteks TPB, ketika *performance expectancy* tinggi, pengguna memiliki sikap positif, yang meningkatkan niat mereka untuk menggunakan aplikasi (Baber et al., 2024). Ketika pengguna percaya bahwa menggunakan aplikasi BPJS Ketenagakerjaan akan meningkatkan kinerja mereka, misalnya memudahkan pendaftaran dan pengelolaan jaminan sosial, mereka akan mengembangkan sikap positif terhadap penggunaan aplikasi tersebut. *Behavioral intention* yang kuat kemudian akan mendorong mereka untuk benar-benar menggunakan aplikasi dalam kehidupan sehari-hari (Al-Mamary, 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H8: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*

Pengaruh Effort Expectancy terhadap Use Behavior dimediasi Behavioral Intention

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, *effort expectancy* meningkatkan *use behavior* melalui mediasi *behavioral intention*. Keyakinan bahwa menggunakan aplikasi akan mudah dan tidak memerlukan banyak usaha menciptakan sikap positif terhadap penggunaan aplikasi itu sendiri. Pengguna yang merasa bahwa aplikasi mudah digunakan cenderung lebih percaya diri dalam kemampuan mereka untuk mengoperasikan aplikasi tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan *behavioral intention* (Alkhowaiter, 2022). *Behavioral intention* itu sendiri merupakan prediktor langsung dari *use behavior*. Artinya, ketika seseorang memiliki niat yang kuat untuk menggunakan aplikasi, kemungkinan besar mereka akan benar-benar menggunakannya (Al-Mamary, 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H9: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*

Pengaruh Social Influence terhadap Use Behavior dimediasi Behavioral Intention

Social influence memainkan peran penting dalam mempengaruhi *use behavior*. Jika seseorang percaya bahwa orang-orang penting dalam kehidupan mereka menganggap bahwa mereka seharusnya menggunakan aplikasi, mereka akan merasa terdorong untuk

mengikuti hal tersebut (Baber et al., 2024). Dalam konteks penggunaan aplikasi *mobile*, dukungan sosial dari rekan kerja, keluarga, atau teman dapat memberikan dorongan yang signifikan bagi seseorang untuk menggunakan aplikasi tersebut. Ketika seseorang memiliki *behavioral intention* yang kuat, kemungkinan besar mereka akan benar-benar melakukannya (Al-Mamary, 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H10: *Social influence* berpengaruh positif terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*

Pengaruh Facilitating Condition terhadap Use Behavior dimediasi Behavioral Intention

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, *facilitating condition* berhubungan dengan *perceived behavioral control*. Ketika seseorang merasa bahwa mereka memiliki akses yang cukup terhadap perangkat, pengetahuan teknis, dan dukungan yang diperlukan, mereka akan merasa lebih percaya diri dan mampu menggunakan aplikasi. Keyakinan ini meningkatkan *behavioral intention* (Su & Chao, 2022). *Behavioral intention* ini kemudian menjadi mediator antara *facilitating condition* dan *use behavior*. Dengan kata lain, keyakinan bahwa seseorang memiliki semua sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi meningkatkan *behavioral intention* yang pada gilirannya meningkatkan *use behavior* (Alkhowaiter, 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H11: *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*

Pengaruh Habit terhadap Use Behavior dimediasi Behavioral Intention

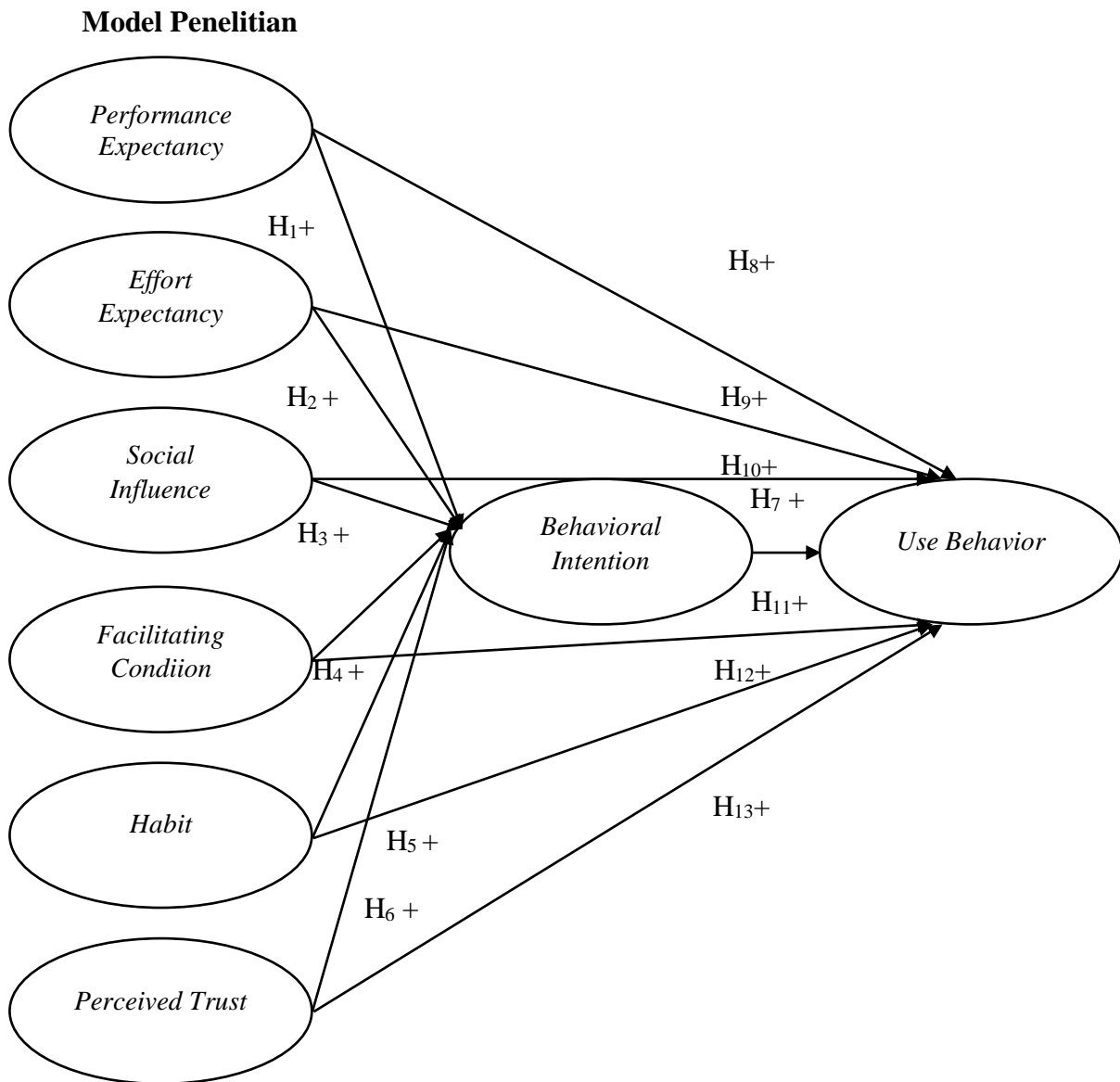
Habit kebiasaan dapat membentuk sikap positif terhadap penggunaan aplikasi karena pengalaman berulang yang positif memperkuat keyakinan bahwa aplikasi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan (Ali et al., 2022). Ketika kebiasaan menggunakan aplikasi telah terbentuk, hal ini secara langsung mempengaruhi *behavioral intention*. Dengan demikian, *habit* yang telah terbentuk akan meningkatkan niat untuk menggunakan aplikasi, yang kemudian meningkatkan *use behavior* (Nikolopoulou et al., 2021). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H12: *Habit* berpengaruh positif terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*

Pengaruh Perceived Trust terhadap Use Behavior dimediasi Behavioral Intention

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), *perceived trust* yang dirasakan memainkan peran penting dalam mempengaruhi *use behavior*. Ketika seseorang memiliki *perceived trust* yang tinggi terhadap aplikasi, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaan aplikasi tersebut karena keyakinan bahwa aplikasi tersebut aman dan bermanfaat (Alkhowaiter, 2022). Kepercayaan yang dibangun melalui keamanan, reliabilitas, dan manfaat yang konsisten adalah kunci utama dalam mendorong *use behavior* aplikasi yang lebih luas (Yaseen et al., 2022). Berdasarkan keterkaitan variabel yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diajukan pengembangan hipotesis sebagai berikut:

H13: *Perceived Trust* berpengaruh positif terhadap *use behavior* dimediasi *behavioral intention*



Gambar 1. Model Penelitian

Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1	Baber et al. (2024)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance expectancy</i> • <i>Effort expectancy</i> • <i>Facilitating condition</i> • <i>Social influence</i> • <i>Habit</i> • <i>Behavioral intention</i> • <i>Use</i> 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy</i> , <i>social influence</i> , dan <i>habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Selanjutnya, <i>behavioral intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>usage behavioral</i>
2	Ali et al. (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance expectancy</i> • <i>Effort expectancy</i> • <i>Social influence</i> 	Hasil penelitian penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy</i> , <i>hedonic</i> dan <i>habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Sedangkan <i>effort expectancy</i> , <i>social influece</i> dan <i>facilitating</i>

No	Peneliti, Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Facilitating condition</i> • <i>Hedonic Motivation</i> • <i>Habit</i> • <i>Behavioral intention</i> • <i>Usage behavior</i> 	<i>condition</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Adapun <i>behavioral intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>usage behavior</i>
3	Alkhowaiter (2022).	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance expectancy</i> • <i>Effort expectancy</i> • <i>Social influence</i> • <i>Facilitating condition</i> • <i>Trust</i> • <i>Behavioral intention</i> • <i>Use</i> 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> , <i>trust</i> , dan <i>facilitating condition</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Selanjutnya, <i>behavioral intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>use</i>
4	Al-Mamary (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance expectancy</i> • <i>Effort expectancy</i> • <i>Social expectancy</i> • <i>Facilitating condition</i> • <i>Behavioral intention</i> • <i>Usage behavioral</i> 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>effort expectancy</i> dan <i>social influence</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Selanjutnya, <i>behavioral intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>usage behavioral</i>
5	Su & Chao (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Satisfaction</i> • <i>Effort expectancy</i> • <i>Performance expectancy</i> • <i>Social influence</i> • <i>Facilitating condition</i> • <i>Behavioral intention</i> 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>satisfaction</i> , <i>performance expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> , dan <i>facilitating condition</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i>
6	Yaseen et al. (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance expectancy</i> • <i>Effort expectancy</i> • <i>Social influence</i> • <i>Perceived trust</i> • <i>Hedonic</i> • <i>Use behavior</i> 	Hasil penelitian penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy</i> dan <i>perceived trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Sedangkan <i>effort expectancy</i> dan <i>social influence</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Adapun <i>behavioral intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>use behavior</i>
7	Nikolopoulou et al. (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance expectancy</i> • <i>Effort expectancy</i> • <i>Social influence</i> • <i>Falitating condition</i> • <i>Hedonic motivation</i> • <i>Price value</i> • <i>Habit</i> • <i>Behavioral intention</i> 	Hasil penelitian penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy</i> , <i>hedonic</i> dan <i>habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Adapun <i>behavioral intention</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>usage behavior</i>

No	Peneliti, Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Use behavior</i> 	
8	Al-Saedi et al. (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived trust</i> • <i>Performance expectancy</i> • <i>Effort expectancy</i> • <i>Social influence</i> • <i>Behavioral intention</i> 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence</i> dan <i>perceived trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>behavioral intention</i>

3. Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan metode penelitian verifikatif. Pendekatan deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang mendeskripsi gejala atau peristiwa yang terjadi, dimana gejala atau peristiwa tersebut dapat dinilai dalam bentuk data numerik (Arikunto, 2020). Sementara penelitian verifikatif adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode ini juga digunakan untuk menguji pengaruh atau bentuk hubungan sebab akibat dari masalah yang sedang diselidiki atau diajukan dalam hipotesis (Arikunto, 2020).

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah pengguna aktif aplikasi Jamsostek *Mobile* (JMO) BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Batang. Namun jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Menurut Sugiyono (2019) sampel ialah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Peserta BPJS Ketenagakerjaan Kantor Cabang Batang
2. Pengguna aktif aplikasi Jamsostek *Mobile* (JMO)
3. Telah menggunakan aplikasi Jamsostek *Mobile* (JMO) selama 1 Tahun
4. Berdomisili di Batang, Jawa Tengah

Selanjutnya, perhitungan sampel penelitian mengikuti rumus Sarstedt et al. (2020) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{array}{ll}
 \textit{Performance expectancy} & = 5 \text{ indikator} \\
 \textit{Effort expectancy} & = 4 \text{ indikator} \\
 \textit{Social influence} & = 5 \text{ indikator} \\
 \textit{Facilitating condition} & = 4 \text{ indikator} \\
 \textit{Habit} & = 4 \text{ indikator} \\
 \textit{Perceived trust} & = 4 \text{ indikator} \\
 \textit{Behavioral intention} & = 3 \text{ indikator} \\
 \textit{Use behavior} & = 3 \text{ indikator} \\
 & \text{-----} + \\
 & = 32 \text{ indikator}
 \end{array}$$

$$n = \text{jumlah indikator} \times 5$$

$$n = 32 \text{ indikator} \times 5$$

$$n = 160$$

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 160 responden. adapun cara mendapatkan responden penelitian menggunakan instrumen kuesioner *google form* yang disebarkan pada pengguna aktif aplikasi Jamsostek *Mobile* (JMO) BPJS Ketenagakerjaan Batang

Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Tabel 3. Definisi Variabel dan Indikator Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	<i>Performance expectancy</i>	<i>Performance expectancy</i> mengacu pada persepsi pengguna tentang seberapa efektif atau bermanfaat teknologi tersebut dalam meningkatkan kinerja.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan efektivitas 2. Manfaat aplikasi 3. Meengurangi biaya pengurusan 4. Memberikan rasa nyaman 5. Mendapatkan informasi terkini <p>Sumber: Yaseen et al. (2022)</p>
2	<i>Effort expectancy</i>	<i>Effort expectancy</i> adalah persepsi atau harapan pengguna tentang seberapa mudah atau sulit untuk menggunakan suatu teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari 2. Tidak butuh waktu lama 3. Fitur aplikasi jelas 4. Informasi mudah dimengerti <p>Sumber: Yaseen et al. (2022)</p>
3	<i>Social influence</i>	<i>Social influence</i> mengacu pada pengaruh sosial dari individu atau kelompok tertentu dalam membentuk perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. pengaruh keluarga 2. pengaruh teman 3. pengaruh rekan kerja 4. dukungan perusahaan 5. orang berpengaruh <p>Sumber: Yaseen et al. (2022)</p>
4	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Facilitating conditions</i> mengacu pada faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan suatu teknologi dengan menyediakan dukungan dan sumber daya yang diperlukan bagi pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perangkat <i>mobile</i> 2. Pengetahuan memadai 3. Aplikasi kompatibel 4. Mendapatkan bantuan <p>Sumber: Ali et al. (2022)</p>
5	<i>Habit</i>	<i>Habit</i> merujuk pada tingkat dimana pengguna telah terbiasa atau terlatih untuk menggunakan suatu teknologi secara konsisten dan otomatis tanpa memerlukan banyak pikiran atau usaha kognitif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengakses internet 2. Terbiasa menggunakan 3. Harus menggunakan 4. Mendapatkan manfaat <p>Sumber: Ali et al. (2022)</p>
6	<i>Perceived Trust</i>	<i>Perceived trust</i> , merujuk pada persepsi individu tentang sejauh mana suatu entitas (misalnya, organisasi, produk, atau individu)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan sistem 2. Sistem terpercaya 3. Keamanan data 4. Kepastian informasi <p>Sumber: Yaseen et al. (2022)</p>

		dianggap dapat diandalkan, jujur, dan dapat dipercaya. Ini adalah keyakinan subjektif yang dimiliki oleh individu tentang integritas dan kemampuan suatu entitas untuk memenuhi janji atau tanggung jawabnya	
7	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Behavioral intention</i> merujuk pada keinginan atau kesiapan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu dalam waktu yang akan datang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan di masa depan 2. Bersedia merekomendasikan 3. Frekuensi penggunaan <p>Sumber: Yaseen et al. (2022)</p>
8	<i>Use Behavior</i>	<i>Use behavior</i> merujuk pada perilaku penggunaan atau penggunaan aktual suatu produk, layanan, atau teknologi oleh individu atau kelompok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman menyenangkan 2. Mengoptimalkan aplikasi 3. Mengikuti informasi <p>Sumber: Yaseen et al. (2022)</p>

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *software SmartPLS* versi 3. *PLS* adalah salah satu metode penyelesaian *Structural Equation Modeling (SEM)* yang dalam hal ini lebih dibandingkan dengan teknik-teknik *SEM* lainnya. *SEM* memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi pada penelitian yang menghubungkan antara teori dan data, serta mampu melakukan analisis jalur (*path*) dengan variabel laten sehingga sering digunakan oleh peneliti yang berfokus pada ilmu sosial (Ghozali, 2021)

Uji Kelayakan Instrumen (*Outer Model*)

Model pengukuran pada Analisis *SmartPLS* ini berfungsi untuk keterkaitan variabel laten dengan beberapa indikatornya. Model pengukuran terbagi menjadi dua pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. *Convergent Validity*

Nilai *convergent validity* menunjukkan validitas atas indikator-indikator pengukuran. Nilai *convergent validity* dapat dilihat melalui nilai *loading factor* pada variabel endogen dan eksogen. Nilai yang direkomendasikan adalah $> 0,7$ pada model penelitian yang relative sudah banyak diteliti (Ghozali, 2021)

2. *Discriminant Validity*

Nilai *discriminant validity* adalah nilai *cross loading factor* yang bertujuan untuk mengetahui terkait diskriminan yang ada dalam suatu konstruk penelitian. Cara mengetahui nilai diskriminan dalam suatu konstruk dapat dilakukan dengan melihat perbandingan yang menghasilkan angka lebih besar antara nilai *loading* konstruk yang dituju dengan nilai *loading* konstruk yang lain (Ghozali, 2021)

3. *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE juga menunjukkan hasil evaluasi validitas diskriminan untuk setiap

konstruk variabel endogen dan eksogen. AVE menjelaskan interkorelasi internal antar indikator pada konstruk di setiap variabel laten. Nilai AVE diharapkan minimal 0,5 (Ghozali, 2021)

4. *Composite Reliability*

Nilai *composite reliability* berfungsi untuk mengukur reliabilitas suatu indikator dari suatu konstruk yang dibangun. Nilai *composite reliability* yang diharapkan minimal 0,7. Sementara nilai *composite reliability* di atas 0,8, maka dapat disimpulkan data yang ada memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi (Ghozali, 2021)

5. *Cronbach Alpha*

Nilai *Cronbach alpha* juga merupakan penilaian terhadap reliabilitas dari batas suatu konstruk. Nilai *Cronbach alpha* mengukur konsistensi internal dari suatu indikator dengan nilai minimal yang diharapkan adalah 0,7 (Ghozali, 2021)

Model Struktural (Inner Model)

Model struktural pada analisis *SmartPLS* berfungsi menjelaskan hubungan antar variabel laten dengan variabel laten lainnya. Model struktural terdiri dari beberapa pengukuran yaitu analisis model fit melalui *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) dan *Normed Fit Index* (NFI), mengukur nilai koefisien β (mengetahui arah hubungan), uji t (mengetahui kemaknaan hubungan), nilai koefisien determinasi (R^2) mengetahui nilai penjelasan variabel- variabel respon, serta menguji prediktif *relevance* (Q^2) (Ghozali, 2021).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis *full model structural equation modeling* (SEM) dengan *smartPLS*. Dalam *full model structural equation modeling* selain mengkonfirmasi teori, juga menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten (Ghozali, 2021). Pengujian hipotesis dengan melihat nilai perhitungan *Path Coefficient* pada pengujian inner model. Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai T statistik lebih besar dari T tabel 1,96 (α 5%) yang berarti apabila nilai T statistik setiap hipotesis lebih besar dari T tabel dan nilai signifikansi probabilitas (p-values) lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti