Jurnal Rimba: Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi
Volume. 3 Nomor. 3 Agustus 2025
e-ISSN: 2988-6880; p-ISSN: 2988-7941, Hal. 325-347
DOI: https://doi.org/10.61132/rimba.v3i3.2060
Available online at: https://journal.arimbi.or.id/index.php/Rimba

Analisis Pengaruh Model Utaut 2, *Trust*, dan *Perceived Risk* Terhadap *Behavioral Intention* pada Aplikasi Byond By BSI

Nida Auliyah [1*], Osly Usman [2], Annisa Lutfia [3]
[1-3] Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Alamat: Jl. R.Mangun Muka Raya No. 11., RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220
Korespondensi penulis: nidaauliyah08@gmail.com *

Abstract. *This study aims to identify the factors that influence the interest of Bank Syariah Indonesia (BSI) customers in using the Byond by BSI application, using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) approach. This application is one of the digital innovations developed by BSI to improve digital banking services. The data in this study were obtained from primary data collected directly through a Google Form questionnaire distributed to 290 respondents who are BSI customers and users of the Byond by BSI application. The study employed a non-probability sampling method with purposive sampling technique, where respondents were selected based on specific criteria relevant to the research objectives. Data analysis was conducted through several stages, including descriptive statistics, validity and reliability tests, normality tests, multicollinearity, heteroskedasticity, as well as multiple linear regression analysis and hypothesis testing. Data processing was conducted using SPSS software version 30. The results of the analysis indicate that all variables studied, performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, hedonic motivation, habit, trust, and perceived risk have a positive and significant influence on behavioral intention or users' interest in continuing to use the Byond by BSI app.*

Keywords: *Trust, Behavioral Intention, Perceived Risk, UTAUT 2*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI, dengan menggunakan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* 2 (UTAUT 2). Aplikasi ini merupakan salah satu inovasi digital yang dikembangkan oleh BSI guna meningkatkan layanan perbankan secara digital. Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form kepada 290 responden yang merupakan nasabah BSI sekaligus pengguna aplikasi Byond by BSI. Penelitian menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, termasuk statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Pengolahan data dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 30. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti, yaitu *performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition, hedonic motivation, habit, trust,* dan *perceived risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* atau minat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Byond by BSI.

Kata Kunci: *Trust, Behavioral Intention, Perceived Risk, UTAUT 2*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi yang sangat cepat telah membawa perubahan besar di dunia perbankan, terutama dengan hadirnya layanan digital seperti *mobile banking*. Layanan ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan maupun non-keuangan secara praktis, seperti transfer uang, cek saldo, bayar tagihan, hingga investasi (Judijanto et al., 2024). Salah satu bank yang ikut memanfaatkan teknologi ini adalah PT Bank

Received: Juni 10, 2025; Revised: Juni 30, 2025; Accepted: Juli 08, 2025; Online Available: Juli 12, 2025;

Syariah Indonesia Tbk (BSI) melalui aplikasi BSI Mobile. Namun, meski BSI telah menghadirkan sejumlah inovasi, tingkat penggunaan aplikasinya masih terbilang rendah dibandingkan pesaing lainnya. Menurut data GoodStats (2024), BSI Mobile hanya berada di urutan kelima aplikasi mobile banking terpopuler di Indonesia dengan pangsa pengguna sebesar 9%, kalah saing dari aplikasi BCA Mobile, BNI Mobile, BRImo, dan Livin by Mandiri. Hal ini menandakan bahwa BSI masih menghadapi tantangan dalam menarik minat dan mendorong perilaku masyarakat untuk menggunakan layanan digitalnya.

Sebagai respon terhadap tantangan ini, BSI terus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan daya tarik layanan digital mereka. Salah satunya adalah dengan meluncurkan aplikasi baru bernama Byond by BSI, yang dirancang sebagai pengganti BSI Mobile. Aplikasi ini resmi diluncurkan pada 9 November 2024 dan hadir sebagai super app dengan berbagai fitur inovatif yang mencakup kebutuhan finansial, sosial, hingga spiritual. Beberapa fitur unggulannya meliputi pengaturan tujuan keuangan (*goal setting*), tips pengelolaan keuangan syariah, notifikasi anggaran, serta fitur Islami seperti pengingat waktu salat, penunjuk arah kiblat, dan kalkulator qurban. Di sisi keamanan, aplikasi ini juga dilengkapi dengan sistem pendeteksi penipuan (*fraud detection*) dan teknologi *Hardware Security Module* (HSM) untuk melindungi data pengguna (Dwi, 2024).

Peneliti kemudian menganalisis ulasan pengguna aplikasi Byond by BSI di Google Play Store guna mengetahui bagaimana respons nasabah terhadap transisi dari BSI Mobile ke aplikasi baru ini. Hasilnya, banyak pengguna yang mengeluhkan seringnya terjadi kegagalan saat melakukan transaksi seperti transfer, pembelian pulsa atau token, serta top-up e-money. Beberapa di antara mereka juga merasa bahwa aplikasi BSI Mobile sebelumnya jauh lebih mudah digunakan.

Sumber: Google Play Store (2024)

Gambar 1 . Ulasan Pengguna Byond by BSI di Play Store

Berdasarkan ulasan yang ditinggalkan pengguna di Google Play Store, terlihat adanya ketimpangan antara inovasi yang ditawarkan oleh aplikasi Byond by BSI dengan pengalaman nyata yang dirasakan pengguna. Meskipun hadir dengan berbagai fitur baru, dalam praktiknya aplikasi ini belum berjalan dengan optimal karena sering mengalami kendala saat digunakan untuk bertransaksi. Situasi ini mendorong peneliti untuk menelusuri lebih dalam terkait minat pengguna atau *behavioral intention* terhadap aplikasi Byond by BSI. *Behavioral intention* sendiri mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki niat atau keinginan untuk terus menggunakan suatu teknologi informasi demi mencapai tujuan tertentu secara berkelanjutan (Fitria et al., 2020). Dalam konteks *mobile banking*, konsep ini digunakan untuk melihat seberapa besar kesediaan pengguna dalam terus menggunakan layanan tersebut di masa depan. Dengan mengkaji *behavioral intention*, peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengguna untuk tetap menggunakan Byond by BSI, meskipun mereka menghadapi berbagai masalah teknis.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) sebagai kerangka analisis dalam mengukur minat pengguna terhadap suatu sistem teknologi. Model ini menilai *behavioral intention* melalui tujuh faktor utama, yaitu *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value,* dan *habit* (Venkatesh et al., 2012). Salah satu faktor penting adalah *performance expectancy*, yang mengacu pada keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut mampu meningkatkan efektivitas atau kinerja mereka. Faktor lainnya adalah *effort expectancy*, yaitu sejauh mana pengguna merasa sistem teknologi tersebut mudah digunakan. Dalam hal ini, perubahan tampilan dan penambahan fitur baru pada Byond by BSI menuntut pengguna, khususnya yang sebelumnya terbiasa dengan BSI Mobile untuk beradaptasi kembali dengan sistem yang baru.

Faktor penting lainnya adalah *facilitating condition*, yaitu keyakinan pengguna bahwa mereka memiliki sumber daya, dukungan, dan kemampuan teknis yang cukup untuk menggunakan teknologi. Dalam penggunaan Byond by BSI, layanan pelanggan yang responsif sangat dibutuhkan untuk mengatasi masalah teknis seperti gagal login atau transaksi. Jika fasilitas ini memadai, pengguna cenderung akan terus menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu, ada juga motivasi hedonis (*hedonic motivation*), yaitu dorongan emosional atau perasaan senang yang muncul saat seseorang menggunakan suatu teknologi. Faktor ini penting untuk dianalisis karena berkaitan langsung dengan pengalaman pengguna yang menyenangkan, yang kini menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memilih teknologi, terutama di era digital yang sangat memperhatikan aspek kenyamanan dan tampilan visual. Selanjutnya adalah faktor

kebiasaan (*habit*), yaitu perilaku penggunaan teknologi yang dilakukan secara otomatis karena sudah terbentuk dari pengalaman atau pembelajaran sebelumnya. Semakin sering seseorang menggunakan transaksi digital, maka kebiasaan tersebut cenderung terbentuk, termasuk dalam penggunaan aplikasi Byond by BSI.

Berbeda dari penelitian sebelumnya, studi ini mengembangkan model UTAUT 2 dengan menambahkan dua variabel tambahan, yaitu *trust* (kepercayaan) dan *perceived risk* (persepsi risiko). Penambahan ini didasarkan pada hasil penelitian sebelumnya dan mengikuti saran dari Riza (2021). *Trust* mengacu pada tingkat keyakinan seseorang dalam berinteraksi secara digital. Dalam *mobile banking*, kepercayaan sangat krusial karena melibatkan transaksi uang dan pertukaran data pribadi, yang bisa memunculkan kekhawatiran soal keamanan dan privasi. Sementara itu, *perceived risk* adalah pandangan pengguna terhadap kemungkinan munculnya risiko atau kerugian saat menggunakan layanan mobile banking. Faktor ini bisa memengaruhi minat seseorang dalam mengadopsi teknologi, terutama jika mereka merasa ada ketidakpastian atau potensi bahaya yang cukup besar.

Penelitian ini tidak mempertimbangkan variabel *social influence* dan *price value*. Hal ini dilakukan karena peneliti ingin lebih memfokuskan perhatian pada analisis terhadap *performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition, hedonic motivation,* dan *habit.* Merujuk pada penjelasan di atas, terdapat inkonsistensi dalam hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan demikian, peneliti berminat untuk menganalisis penerimaan pengguna (*behavioral intention*) terhadap aplikasi Byond by BSI dengan menggunakan model UTAUT 2 dan mengadopsi variabel *trust* serta *perceived risk* dengan judul "**Analisis Pengaruh Model UTAUT 2, *Trust*, dan *Perceived Risk* Terhadap *Behavioral Intention* Pada Aplikasi BYOND By BSI**" untuk memahami penerimaan pengguna serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap aplikasi Byond by BSI.

2. KAJIAN TEORITIS

UTAUT 2

Pada tahun 2012, Vankatesh, dkk mengembangkan model UTAUT menjadi UTAUT 2, sebuah model penerimaan pengguna yang berpengaruh dan sering digunakan dalam penelitian terkait penerimaan teknologi informasi, khususnya dalam penelitian yang berfokus pada konsumen. UTAUT 2 mencakup tujuh variabel independen, yakni *performance expectancy, effort expectancy, social influence, Facilitating condition, hedonic motivation, price value,* dan *habit.* Selain itu, model ini juga memiliki dua variabel dependen *behavioral intention* dan *use behavior,* serta variabel moderator, yakni usia dan jenis kelamin (Venkatesh et al., 2012). Tiga

variabel baru yang ditambahkan dalam UTAUT 2 adalah *hedonic motivation, price value,* dan *habit*. Tujuan utama dari model UTAUT 2 adalah untuk mengidentifikasi tiga variabel penting dalam penelitian penggunaan dan penerimaan teknologi, baik dalam konteks umum maupun konsumen, serta untuk merubah beberapa hubungan dalam model UTAUT dan memperkenalkan hubungan baru (Porie & Dewiyana, 2022).

Performance Expectancy

Performance expectancy menurut Hutabarat et al. (2021) adalah keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi dapat membantu meningkatkan hasil atau performa kerja mereka. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rwezaula et al. (2022), yang menjelaskan bahwa *performance expectancy* mencerminkan sejauh mana individu percaya bahwa teknologi yang digunakan dapat memberikan manfaat, khususnya dalam meningkatkan efektivitas kerja. Penelitian lain yang membahas tentang *performance expectancy* adalah penelitian yang dilakukan oleh Sri et al. (2022), dalam penelitiannya mengartikan bahwa *performance expectancy* mengacu pada keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem dapat mendukung peningkatan kinerja atau produktivitasnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Taufan & Wardani (2023); Audina et al. (2021); Hidayatullah et al. (2020)) mengatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Effort Expectancy

Menurut Pramudita et al. (2023), *effort expectancy* dapat didefinisikan sebagai seberapa mudah pengguna saat menggunakan suatu sistem. Secara lebih lengkap *effort expectancy* yaitu persepsi pengguna tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem. Selanjutnya, menurut penelitian yang dilakukan oleh Aviyanti et al. (2021), mengatakan *effort expectancy* adalah ukuran yang menilai tingkat kemudahan yang dirasakan seseorang dalam menggunakan sebuah sistem. Semakin mudah sebuah sistem dioperasikan, semakin tinggi pula peluang pengguna untuk terus menggunakannya secara rutin dalam aktivitas sehari-hari. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Musahidah & Sobari (2021), yang menjelaskan tentang *effort expectancy* yaitu merujuk pada sejauh mana seseorang percaya jika menggunakan suatu sistem dapat dilakukan dengan sederhana tanpa memerlukan usaha yang besar. Penelitian yang dilakukan oleh (Pangestu (2022); Ningsih & Hamid (2022)) menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Facilitating Condition

Facilitating condition dalam penelitian Raza et al. (2021) merupakan ketersediaan fasilitas dan sumber daya yang cukup untuk membantu seseorang menggunakan teknologi

dengan mudah dan benar. Pendapat tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yang et al. (2021), yang mengatakan *facilitating condition* sebagai faktor pendukung dan infrastruktur yang dapat membantu pengguna menggunakan teknologi dengan mudah dan nyaman. Penelitian lain yang sejalan adalah Foroughi et al. (2024), yang mengatakan *facilitating condition* merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi yang tersedia dapat dimanfaatkan untuk mendukung penggunaan suatu sistem. Penelitian yang dilakukan oleh (Achmadi et al. (2024); Bashir (2020); Ambarawati et al. (2020)) mengungkapkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention.*

Hedonic Motivation

Menurut Sani et al. (2024), *hedonic motivation* adalah perasaan kegembiraan, kesenangan, atau kenikmatan yang dirasakan individu ketika menggunakan teknologi yang timbul dari pengalaman positif selama menggunakan teknologi. Penelitian lain yang relevan ialah Sitar-Tăut (2021), yang berpendapat bahwa *hedonic motivation* adalah salah satu bagian dari model UTAUT yang dapat didefinisikan sebagai rasa kesenangan, hiburan, atau kegembiraan yang dirasakan seseorang ketika menggunakan suatu sistem. Menurut Subawa et al. (2020), *hedonic motivation* dapat diartikan sebagai kesenangan atau kebahagiaan yang didapatkan oleh pengguna teknologi, sehingga dapat mempengaruhi penggunanya untuk mengadopsi teknologi baru. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad et al. (2023); Pakaya & Ladiku (2024); Pasaribu (2021)) mengatakan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention.*

Habit

Habit merujuk pada sejauh mana manfaat dari penggunaan suatu sistem mampu meningkatkan minat seseorang, sehingga dapat mendorong seseorang mengguakan sistem tersebut dalam aktivitas sehari-hari (Desvira & Aransyah, 2023). Pendapat lain yang relevan yaitu menurut Simanjuntak & Nurhadi (2023), *habit* dapat didefinisikan sebagai perilaku yang dilakukan manusia secara berulang-ulang dengan cara yang sama. Menurut Djimesha & Suryani (2024), *habit* merujuk pada tindakan pengguna yang terjadi secara otomatis tanpa memerlukan pemikiran yang disengaja. Penelitian yang dilakukan oleh (Septiana et al. (2020)**;** Thusi & Maduk (2020)**;** Prasetyo & Wardhani (2022)**)** menyimpulkan bahwa *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention.*

Trust

Menurut Afandi et al. (2021), *trust* merupakan suatu keadaan emosional dan psikologis dalam mendorong seseorang untuk mempercayai orang lain, yang dapat dibentuk melalui

pengalaman atau interaksi yang memberikan kepuasan. Pengalaman positif serta perilaku yang konsisten dari pihak yang dipercaya menjadi faktor penting dalam membangun dan memperkuat *trust*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martini et al. (2023), menyatakan bahwa *trust* merupakan kepercayaan yang dimiliki seseorang ketika berinteraksi dalam dunia digital, terupada pada situasi yang berisiko. Penelitian yang dilakukan oleh (Hasanah et al (2023); Devi et al. (2022); Miraza et al. (2022)) menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention.*

Perceived Risk

Perceived risk merupakan kombinasi antara tingkat ketidakpastian dan tingkat keterlibatan terhadap hasil yang akan diperoleh dari suatu keputusan atau tindakan tertentu (Afif et al., 2023). Penelitian lain yang membahas tentang *perceived risk* ialah Ha et al. (2024), yang mengatakan *perceived risk* sebagai pandangan individu mengenai kemungkinan kerugian yang dapat terjadi dalam pengambilan keputusan, terutama dalam hal pembelian atau penggunaan layanan. Menurut Zhu et al. (2022), *perceived risk* merupakan pandangan konsumen mengenai ketidakpastian atau potensi kerugian yang mungkin terjadi, khususnya dalam konteks transaksi *online* atau penggunaan teknologi pembayaran seperti pembayaran digital. Penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo & Wardhani (2022); Hidayat et al. (2020); Achiriani & Hasbi (2021)) mengatakan *perceived risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention.*

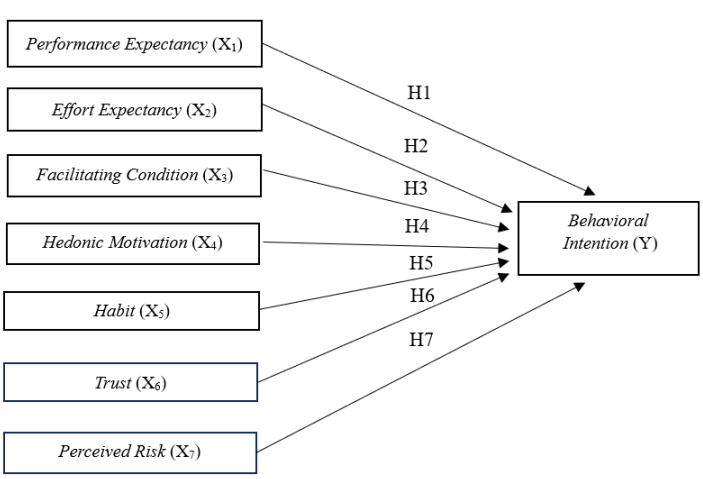
Behavioral Intention

Behavioral intention merujuk pada niat seseorang untuk selalu atau tidak menggunakan teknologi. Sikap dan perhatian seseorang terhadap teknologi tersebut dapat menjadi indikator yang memprediksi sejauh mana mereka akan menggunakannya (Ramadya, 2022). Penelitian lain yang sejalan ialah Fitria et al. (2020), yang berpendapat *behavioral intention* merupakan tingkat keinginan atau niat individu untuk menggunakan suatu sistem secara berkelanjutan di masa depan. Sedangkan menurut Triska & Erlianti (2024), *behavioral intention* merupakan niat untuk menggunakan atau kecenderungan untuk terus menggunakan suatu teknologi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh variabel independen, yaitu performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition, hedonic motivation, habit, trust, dan perceived risk, terhadap variabel dependen yaitu behavioral intention. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Hair et al. (2022) yang menyarankan bahwa ukuran sampel ideal adalah 10 kali jumlah indikator yang

digunakan. Dalam penelitian ini terdapat 29 indikator, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 290 sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang tinggal di wilayah DKI Jakarta. Proses penelitian dimulai dengan mengumpulkan data dari responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Selanjutnya, dilakukan uji kualitas data melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik, yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Setelah itu, data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis. Seluruh proses analisis dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 30.



Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2024)

Gambar 2. Kerangka Hipotesis

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui platform Google Form dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Total responden yang berhasil diperoleh sebanyak 290 orang, dengan kriteria yaitu pengguna aplikasi Byond by BSI, berdomisili di wilayah Jakarta, dan berusia minimal 17 tahun.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Klasifikasi	Jumlah (N=290)	Persentase
1.	Jenis Kelamin		
	Pria	47	16%
	Wanita	243	84%
2.	Usia		
	17 – 25 Tahun	50	17%

	26 – 31 Tahun	117	41%
	32 – 38 Tahun	111	38%
	39 – 45 Tahun	11	4%
	>45 Tahun	1	1%
3.	Domisili		
	Jakarta Barat	73	25%
	Jakarta Pusat	60	21%
	Jakarta Selatan	74	25%
	Jakarta Timur	46	16%
	Jakarta Utara	37	13%
4.	Pekerjaan		
	Pelajar/Mahasiswa	37	13%
	Karyawan Swasta	193	66%
	PNS	8	3%
	Wirausaha	52	18%
5.	Penghasilan		
	<Rp 2.000.000	25	9%
	Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000	98	34%
	Rp 5.000.000 – Rp Rp 10.000.000	161	55%
	>Rp 10.000.000	6	2%

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan software SPSS versi 30. Menurut Ghozali (2018), sebuah item dalam kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Berikut ini disajikan hasil uji validitas berdasarkan data dari 290 responden:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	R Tabel (N=290)	Keterangan
Performance Expectancy (X1)	X1.1	0.957	0,1152	Valid
	X1.2	0.957	0,1152	Valid
	X1.3	0.958	0,1152	Valid
	X1.4	0.949	0,1152	Valid
	X1.5	0.959	0,1152	Valid
Effort Expectancy (X2)	X2.1	0.965	0,1152	Valid
	X2.2	0.950	0,1152	Valid
	X2.3	0.950	0,1152	Valid

	X2.4	0.954	0,1152	Valid
	X2.5	0.958	0,1152	Valid
	X2.6	0.962	0,1152	Valid
Facilitating Condition (X3)	X3.1	0.958	0,1152	Valid
	X3.2	0.951	0,1152	Valid
	X3.3	0.964	0,1152	Valid
	X3.4	0.965	0,1152	Valid
	X3.5	0.954	0,1152	Valid
	X3.6	0.960	0,1152	Valid
Hedonic Motivation (X4)	X4.1	0.958	0,1152	Valid
	X4.2	0.965	0,1152	Valid
	X4.3	0.956	0,1152	Valid
	X4.4	0.960	0,1152	Valid
	X4.5	0.962	0,1152	Valid
	X4.6	0.960	0,1152	Valid
Habit (X5)	X5.1	0.957	0,1152	Valid
	X5.2	0.959	0,1152	Valid
	X5.3	0.957	0,1152	Valid
	X5.4	0.961	0,1152	Valid
	X5.5	0.959	0,1152	Valid
	X5.6	0.965	0,1152	Valid
Trust (X6)	X6.1	0.955	0,1152	Valid
	X6.2	0.959	0,1152	Valid
	X6.3	0.957	0,1152	Valid
	X6.4	0.954	0,1152	Valid
	X6.5	0.953	0,1152	Valid
	X6.6	0.955	0,1152	Valid
Perceived Risk (X7)	X7.1	0.964	0,1152	Valid
	X7.2	0.961	0,1152	Valid
	X7.3	0.960	0,1152	Valid
	X7.4	0.968	0,1152	Valid
	X7.5	0.954	0,1152	Valid
	X7.6	0.949	0,1152	Valid
Behavioral Intention (Y)	Y1	0.935	0,1152	Valid
	Y2	0.941	0,1152	Valid
	Y3	0.949	0,1152	Valid
	Y4	0.945	0,1152	Valid
	Y5	0.950	0,1152	Valid
	Y6	0.948	0,1152	Valid

	Y7	0.951	0,1152	Valid

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan pada Tabel 2, seluruh item pertanyaan dari masing-masing variabel dinyatakan valid karena nilai koefisien korelasi (r hitung) yang diperoleh lebih besar dari nilai r tabel, yaitu 0,1152.

b) Uji Reliabilitas

Pada pengujian reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Aplha,* yang merupakan bagian dari alat analisis SPSS versi 30, adalah pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini. Jika nilai *Cronbach Aplha* > 0,6, maka variabel tersebut dianggap reliabel (Ghozali, 2018). Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	N of Itiem	Keterangan
Performance Expextancy (X1)	0.976	5	Reliabel
Effort Expectancy (X2)	0.981	6	Reliabel
Facilitating Condidtion (X3)	0.982	6	Reliabel
Hedonic Motivation (X4)	0.983	6	Reliabel
Habit (X5)	0.983	6	Reliabel
Trust (X6)	0.981	6	Reliabel
Perceived Risk (X7)	0.983	6	Reliabel
Behavioral Intention (Y)	0.980	7	Reliabel

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner ini tergolong reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Artinya, seluruh item dalam kuesioner layak digunakan sebagai alat ukur dan mampu memberikan hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran secara berulang.

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dan dependen memiliki distribusi data yang normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Adapun kriteria pengambilan keputusannya adalah jika nilai signifikansi (Sig) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan jika nilai Sig > 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal. Berikut disajikan hasil uji normalitas:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		290
Normal Parameters[a,b]	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.86856975
Most Extreme Differences	Absolute	0.049
	Positive	0.049
	Negative	-0.028
Test Statistic		0.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087[c]

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig.* berdasarkan output SPSS adalah 0,087. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan korelasi antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun kriteria yang digunakan adalah: jika nilai toleransi > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model. Sebaliknya, jika nilai toleransi ≤ 0,10 dan VIF ≥ 10, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas. Berikut disajikan tabel hasil uji multikolinearitas:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]		
Model	***Collinearity Statistics***	
	Tolerance	**VIF**
Performance Expectancy (X1)	0.965	1.036
Effort Expectancy (X2)	0.996	1.004
Facilitating Condition (X3)	0.975	1.026
Hedonic Motivation (X4)	0.954	1.048
Habit (X5)	0.978	1.022
Trust (X6)	0.970	1.031
Perceived Risk (X7)	0.961	1.040

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil output regresi, seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi

multikolinearitas antara variabel-variabel independen dalam model regresi yang digunakan.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan menggunakan metode Glejser, dengan ketentuan: jika nilai signifikansi (probabilitas) variabel independen < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai probabilitas > 0,05, maka tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Berikut disajikan tabel hasil pengujian heteroskedastisitas:

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]		
Model	***t***	***Sig***
(Constant)	3.669	0.000
Performance Expectancy (X1)	-1.341	0.181
Effort Expectancy (X2)	-0.551	0.582
Facilitating Condition (X3)	-1.361	0.175
Hedonic Motivation (X4)	-0.647	0.518
Habit (X5)	-0.199	0.843
Trust (X6)	-0.676	0.499
Perceived Risk (X7)	0.251	0.802

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel di atas, variabel X1 *performance expectancy*, X2 *effort expectancy*, X3 *facilitating condition*, X4 *hedonic motivation*, X5 *habit*, X6 *trust*, X7 *perceived risk* tidak menunjukkan gejala heterokedastisitas dikarenakan semua varibel memiliki nilai (Sig > 0,05).

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018), analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi linier berganda ini dapat dijelaskan melalui rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \beta X_5 + \beta X_6 + \beta X_7 + \varepsilon}$$

Keterangan:

Y : *Behavioral Intention*

a : Konstanta

β : Koefisien regresi variabel independen

ε : Variabel pengganggu/*error*

X : Variabel independen

Tabel 7. Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-40.100	2.015		-19.904	0.00
X1	0.421	0.035	0.301	12.705	0.00
X2	0.338	0.028	0.295	12.023	0.00
X3	0.350	0.029	0.304	12.228	0.00
X4	0.383	0.028	0.345	13.745	0.00
X5	0.321	0.028	0.281	11.348	0.00
X6	0.411	0.028	0.360	14.481	0.00
X7	0.429	0.028	0.379	15.178	0.00

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan output SPSS di atas, maka dapat dirumuskan model persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \beta X_5 + \beta X_6 + \beta X_7 + \varepsilon$$

$$Y = -40.100 + 0.421(X_1) + 0.338(X_2) + 0.350(X_3) + 0.383(X_4) + 0.321(X_5) + 0.411(X_6) + 0.429(X_7)$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh nilai konstanta sebesar -40.100, yang menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen dianggap konstan (bernilai nol), maka nilai *behavioral intention* berada pada angka negatif.Setiap variabel independen menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien X1 (*Performance Expectancy*) sebesar 0.421, artinya setiap peningkatan satu satuan pada X1 akan meningkatkan *behavioral intention* sebesar 0.421. X2 (*Effort Expectancy*) sebesar 0.338. X3 (*Facilitating Condition*) mengalami peningkatan sebesar 0.350. X4 (*Hedonic Motivation*) mengalami peningkatan sebesar 0.383. X5 (*Habit*) mengalami peningkatan sebesar 0.321. X6 (*Trust*) mengalami peningkatan sebesar 0.411. X7 (*Perceived Risk*) mengalami peningkatan sebesar 0.429. Dengan demikian, seluruh variabel dalam model ini memiliki kontribusi positif terhadap minat menggunakan aplikasi Byond by BSI, dengan *perceived risk* (X7) menjadi variabel paling dominan.

Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji T)

Uji t adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dalam penelitian memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria pengambilan

keputusannya adalah: jika t hitung ≥ t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sebaliknya, jika t hitung ≤ t tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Berikut disajikan tabel hasil uji t:

Tabel 8. Tabel Hasil Uji T

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	Hasil
PE → BI	12.705	1,968	0.000	H1 Diterima
EE → BI	12.023	1,968	0.000	H2 Diterima
FC → BI	12.228	1,968	0.000	H3 Diterima
HM → BI	13.745	1,968	0.000	H4 Diterima
H → BI	11.348	1,968	0.000	H5 Diterima
T → BI	14.481	1,968	0.000	H6 Diterima
PR → BI	15.178	1,968	0.000	H7 Diterima

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel sebagai berikut:

a. Nilai t hitung untuk variabel *performance expectancy* sebesar 12,705, yang berarti lebih besar dari t tabel (12,705 > 1,968), dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka, hipotesis pertama (H1) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.
b. Variabel *effort expectancy* diperoleh nilai t hitung sebesar 12,023, lebih besar dari t tabel (12,023 > 1,968) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima, yang menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.
c. Nilai t hitung pada variabel *facilitating condition* adalah 12,228, yang juga lebih besar dari t tabel (12,228 > 1,968), dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) diterima, menandakan bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.
d. Variabel *hedonic motivation* memiliki nilai t hitung sebesar 13,745, lebih tinggi dari t tabel (13,745 > 1,968) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga, hipotesis keempat (H4) diterima, yang berarti *hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

e. Variabel *habit* menunjukkan t hitung sebesar 11,348, yang lebih besar dari t tabel (11,348 > 1,968), dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Maka, hipotesis kelima (H5) diterima, artinya *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

f. Pada variabel *trust*, diperoleh t hitung sebesar 14,481, lebih besar dari t tabel (14,481 > 1,968), dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, hipotesis keenam (H6) diterima, menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

g. Terakhir, variabel *perceived risk* memiliki t hitung sebesar 15,178, lebih tinggi dari t tabel (15,178 > 1,968) dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ketujuh (H7) diterima, yang berarti *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention.*

b) Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018), uji F digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen dalam suatu penelitian memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya adalah: jika nilai signifikansi (sig) < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai sig > 0,05, maka H0 diterima dan Ha ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh simultan terhadap variabel terikat. Berikut disajikan tabel hasil uji F:

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA[a]						
Model		**Sum of Squares**	**df**	**Mean Square**	**F**	**Sig.**
1	Regression	11658.791	7	1665.542	197.504	<.001[b]
	Residual	2378.092	282	8.433		
	Total	14036.883	289			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X7, X6, X2, X5, X1, X3, X4						

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 197,504 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen (performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition, hedonic motivation, habit, trust, dan perceived

risk) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavioral intention sebagai variabel dependen.

c) Uji Koefisien Determinasi (R *Square*)

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien ini berada dalam rentang 0 hingga 1. Jika nilainya rendah atau mendekati 0, maka hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen hanya memiliki kontribusi yang kecil dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi mendekati 1, berarti variabel independen mampu menjelaskan dan memprediksi variabel dependen dengan lebih baik. Berikut ini adalah tabel yang menyajikan hasil pengujian koefisien determinasi:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.911[a]	.831	.826	2.90395
a. Predictors: (Constant), X7, X6, X2, X5, X1, X3, X4				

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R *Square*), Nilai R *Square* (Koefisien Determinasi) sebesar 0.831, artinya sebesar 83.1% variasi perubahan pada variabel *behavioral intention* (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *facilitating condition* (X3), *hedonic motivation* (X4), *habit* (X5), *trust* (X6), dan *perceived risk* (X7) dan sebesar sebesar 16.9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI. Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Artinya, semakin tinggi harapan pengguna terhadap kinerja aplikasi, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakannya. Begitu pula dengan *effort expectancy*, yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi turut mendorong peningkatan minat pengguna dalam mengadopsi aplikasi Byond by BSI. Selanjutnya, variabel *facilitating condition* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Hal ini menandakan bahwa tersedianya sarana dan prasarana pendukung, baik dari segi teknis maupun informasi, dapat mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi, sehingga mendorong minat penggunaan. *Hedonic motivation* turut memberikan pengaruh positif, menunjukkan bahwa rasa senang dan kepuasan saat menggunakan aplikasi dapat meningkatkan keinginan pengguna untuk terus menggunakannya. Demikian pula *habit*, yang membuktikan bahwa semakin sering dan terbiasanya seseorang menggunakan aplikasi, maka kecenderungan untuk tetap menggunakannya akan semakin tinggi. Variabel *trust* dan *perceived risk* juga ditemukan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, cakupan penelitian hanya terbatas pada wilayah DKI Jakarta, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan ke seluruh pengguna Byond by BSI di Indonesia yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya berbeda. Kedua, penelitian ini belum mempertimbangkan variabel mediasi atau moderasi yang dapat memperkuat hubungan antara variabel independen dan minat penggunaan aplikasi. Ketiga, pendekatan yang digunakan hanya bersifat kuantitatif melalui kuesioner skala *Likert*, tanpa disertai metode kualitatif seperti wawancara, sehingga informasi mendalam mengenai pengalaman dan alasan pengguna belum tergali secara menyeluruh. Berdasarkan keterbatasan penelitian, peneliti menyarankan penelitian selanjutnya untuk memperluas wilayah responden hingga ke luar DKI Jakarta agar hasilnya lebih representatif secara nasional dan dapat mengidentifikasi perbedaan persepsi antar daerah. Kemudian, model penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel mediasi atau moderasi, seperti *user satisfaction, perceived ease of use*, atau *perceived usefulness* untuk memperkuat hubungan antar variabel. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan campuran (kuantitatif dan kualitatif), seperti wawancara untuk menggali lebih dalam sikap dan alasan pengguna dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI.

DAFTAR PUSTAKA

Achiriani, M. P. A., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompet Digital Dana di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, *8*(1), 376–388.

Achmadi, C. R., Nurrahman, A., Saputri, A., & Nugraha, R. A. Z. (2024). Peran Brand Trust, Facilitating Condition, Dan Behavioral Intention Terhadap Minat Investasi Pada Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital (JUMABEDI)*, *1*(2), 108–119. https://doi.org/10.61132/jumabedi.v1i2.75

Afandi, A., Fadhillah, A., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Social Science Research*, *1*(2), 568–577. https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v1i2.3123

Afif, N., Purwantini, A. H., & Muhdiyanto. (2023). The Paradox of Perceived Risk and Trust on Intention to Use Fintech Payment: Evidence in MSMEs. *Proceedings of the 3rd Borobudur International Symposium on Humanities and Social Science 2021 (BIS-HSS 2021)*, 645–648. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-49-7_106

Ambarawati, R., Harja, Y. D., & Thamrin, S. (2020). The Role of Facilitating Conditions and User Habits: A Case of Indonesian Online Learning Platform. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *7*(10), 481–489. https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.481

Audina, M., Isnurhadi, & Andriana, I. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital (E-Wallet) pada Generasi Milenial di Kota Palembang. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, *21*(2), 99–116.

Aviyanti, R. D., Saraswati, E., & Prastiwi, A. (2021). Analysis of Acceptance of Accounting Information System Implementation Based on Electronic Payment Using the Utaut Model. *The International Journal of Accounting and Business Society*, *29*(2), 119–149. https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2021.29.2.8

Bashir, N. A. A. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Mengetahui Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan SIORTU. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, *5*(1), 42–51. https://doi.org/10.21831/elinvo.v5i1.30636

Desvira, N. S., & Aransyah, M. F. (2023). Analysis of Factors Influencing Interest and Behavior in Using ShopeePay Features Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, *12*(2), 178–191. https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i2.1594

Devi, N. M. S. R., Ardani, W., & Putri, I. A. S. (2022). Presidensi Indonesia G20 dan Pengaruhnya terhadap Trust dan Behavioral Intentions Wisatawan ke Destinasi Wisata di Bali (Studi Kasus pada Desa Wisata Penglipuran). *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, *1*(1), 1–6. https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.165

Djimesha, E. S., & Suryani, E. (2024). Analysis of Factors Affecting Intention in Using Google Classroom in Post-Pandemic Era with UTAUT2 Approach. *CogITo Smart Journal*, *10*(1), 566–577. https://doi.org/10.31154/cogito.v10i1.666.566-577

Dwi, H. K. (2024, November 10). BSI Kini Punya Super App Byond, Ini 5 Perbedaannya dengan BSI Mobile. *Kontan.Co.Id*. https://keuangan.kontan.co.id/news/bsi-kini-punya-super-app-byond-ini-5-perbedaannya-dengan-bsi-mobile

Fitria, N., Nurdin, R., & Amri, K. (2020). Perilaku Muzakki Menggunakan Layanan M-Banking dengan Behavior Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, *9*(2), 72–82. https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jemensri.v9i2.2978

Foroughi, B., Senali, M. G., Iranmanesh, M., Khanfar, A., Ghobakhloo, M., Annamalai, N., &

Naghmeh-Abbaspour, B. (2024). Determinants of Intention to Use ChatGPT for Educational Purposes: Findings from PLS-SEM and fsQCA. *International Journal of Human-Computer Interaction*, *40*(17), 4501–4520. https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2226495

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ha, M. T., Tran, K. T., Sakka, G., & Ahmed, Z. U. (2024). Understanding perceived risk factors toward mobile payment usage by employing extended technology continuance theory: a Vietnamese consumers' perspective. *Journal of Asia Business Studies*, *18*(1), 158–182. https://doi.org/10.1108/JABS-01-2023-0025

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publishing.

Hasanah, N., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Service Quality, Trust dan Customer Satisfaction Terhadap Behavioural Intention Nasabah Tabungan BTN Batara pada Bank BTN KC Depok. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, *4*(6), 8927–8934. https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.3672

Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, *9*(3), 239–247. https://doi.org/10.22146/.v9i3.227

Hidayatullah, S., Ardianto, Y. T., H, A. O., Rachmawati, I. K., & Alvianna, S. (2020). Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence on Behavioral To Use Through Behavioral Intention in Using Mobile Banking in Malang. *International Conference of Graduate School on Sustainability*, *December*, 272–276.

Hutabarat, Z., Suryawan, I. N., Andrew, R., Padua, F., & Akwila. (2021). Effect Of Performance Expectancy And Social Influence On Continuance Intention In OVO. *Jurnal Manajemen*, *25*(1), 125. https://doi.org/10.24912/jm.v25i1.707

Judijanto, L., Anggraini, F. D., Supartha, I. K. D., Irmadiani, N. D., Mudjiyant, R., & Putri, A. (2024). *Bisnis Digital : Tren dan Perkembangannya Saat Ini* (E. Rianty & I. Uzma (eds.)). PT. Green Pustaka Indonesia.

Martini, K. B., Widiastuti, P., Novarentika, P., & Putri, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality , E-Trust , dan Image Bisnis Terhadap E-Loyalty Pelanggan Toko. *Jurnal Majalah Ilmiah Widyacakra*, *6*(2), 30–43.

Miraza, Z., Setiamy, A. A., & Syahputra, T. A. (2022). Customer Value dan Technology Acceptance sebagai Faktor Penentu Behavior Intention Melalui Trust dan Customer Value Pengguna Aplikasi Gerak Virtual Race. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *11*(1), 65–74. https://doi.org/10.14710/jab.v11i1.41975

Muhammad, I. N., Hariyono, H., & Wardani, R. (2023). Analisis Persepsi Penggunaan Sistem Registrasi Online pada Pasien Rawat Jalan RSUD Kota Madiun dengan Pendekatan UTAUT. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS.Dr. Soetomo*, *9*(1), 114. https://doi.org/10.29241/jmk.v9i1.1398

Musahidah, U., & Sobari, N. (2021). Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(2), 65–91. https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.284

Ningsih, A., & Hamid, R. S. (2022). Peran Effort Expectancy Facilitating Conditions Price Value dalam Menentukan Behavioural Intentions Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *7*(1), 322–332. https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1263

Pakaya, N., & Ladiku, R. (2024). Mengukur Penerimaan Aplikasi Transportasi Online Menggunakan Model UTAUT 2. *Jambura Journal of Informatics*, *6*(1), 64–74. https://doi.org/10.37905/jji.v6i1.24735

Pangestu, M. G. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, *1*(1), 29–37. https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23

Pasaribu, P. N. (2021). The Nexus of Covid-19 Pandemic and Behavioral Intention in Using Mobile Banking among Students. *Duconomics Sci-Meet (Education & Economics Science Meet)*, *1*, 402–413. https://doi.org/10.37010/duconomics.v1.5487

Porie, C. D. E., & Dewiyana, H. (2022). Analisis Penerapan Model UTAUT 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) pada Aplikasi USULib Mobile. *Of Chemical EducationJournal*, *2*(December), 0–10.

Pramudita, E., Achmadi, H., & Nurhaida, H. (2023). Determinants of behavioral intention toward telemedicine services among Indonesian Gen-Z and Millenials: a PLS–SEM study on Alodokter application. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *12*(1). https://doi.org/10.1186/s13731-023-00336-6

Prasetyo, A., & Wardhani, A. M. N. (2022). Analisis Pengaruh Perceived Risk dan Trust terhadap Pengujian Behavioral Intention Mahasiswa Pengguna GoPay. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, *5*(1), 36–63. https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5038

Ramadya, I. R. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Attitude Toward Using Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, *1*(4), 553–561. https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.14

Raza, S. A., Qazi, W., Khan, K. A., & Salam, J. (2021). Social Isolation and Acceptance of the Learning Management System (LMS) in the time of COVID-19 Pandemic: An Expansion of the UTAUT Model. *Journal of Educational Computing Research*, *59*(2), 183–208. https://doi.org/10.1177/0735633120960421

Riza, A. F. (2021). The potential of digital banking to handle the Covid-19 pandemic crisis: Modification of UTAUT model for Islamic finance industry. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam, 7*(1), 1–16. https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art1

Rwezaula, A., Mwageni, T., & Tonya, E. (2022). The Influence of Expectations Regarding

Performance on the Acceptance of Mobile Phone Banking Services by Smallholder Farmers:A Case of Smallholder Grape Farmers in Dodoma Region, Tanzania. *Rural Planning Journal*, *16*(1), 1–23.

Sani, H., Abdulhamid, U. N., & Salisu, M. (2024). Impacts of Hedonic Motivation and Social Influence in Self-Broadcasting Using Social Media Platforms. *International Journal of Computer Applications*, *186*(28), 1–11. https://doi.org/10.5120/ijca2024923719

Septiana, I., Salim, M., & Daulay, M. Y. I. (2020). Analysis the Effect of Habit and Perceived Enjoyment Mediated By Behavioural Intention To Adoption on Students Using Mobile Banking Bni. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *15*(1), 78–94. https://doi.org/10.33369/insight.15.1.78-94

Simanjuntak, P. Della, & Nurhadi. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kebiasaan Terhadap Pengguna E-wallet Dana (Studi Pada Mahasiswa Di UPN "Veteran" Jawa Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *4*(5), 6970–6980. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Sitar-Tăut, D. A. (2021). Mobile learning acceptance in social distancing during the COVID-19 outbreak: The mediation effect of hedonic motivation. *Human Behavior and Emerging Technologies*, *3*(3), 366–378. https://doi.org/10.1002/hbe2.261

Sri, K., Sujatmika, Dwi, H., & Siti, H. A. (2022). Analysis of The Socio-Economic Effect and Performance Expectancy on The Use Of Financial Technology Applications. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, *12*(32), 208–217. https://doi.org/10.18551/rjoas.2022-12.09

Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., & Mimaki, C. A. (2020). Hedonic Motivation and Price Value Factor Empirical Study in Acceptance of E-Marketplace for MSMEs. *ACM International Conference Proceeding Series*, 133–137. https://doi.org/10.1145/3387263.3387289

Taufan, S., & Wardani, D. (2023). Analisis penerimaan bank digital dengan UTAUT 2 pasca pandemi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, *6*(2), 265–284. https://doi.org/10.36407/jmsab.v6i2.785

Thusi, P., & Maduku, D. K. (2020). South African millennials' acceptance and use of retail mobile banking apps: An integrated perspective. *Computers in Human Behavior*, *111*, 106405. https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106405

Triska, Y., & Erlianti, G. (2024). Analisis Penerimaan Aplikasi Kubuku oleh Pengguna di UPT Perpustakaan Universitas Andalas: Studi Deskriptif dengan Model Technology Acceptance Model (TAM). *Arzusin: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Dasar*, *4*(3), 472–487. https://doi.org/10.58578/arzusin.v4i3.2967

Venkatesh, V., Thong, J. y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN. *MIS Quarterly*, *36*(1), 157–178. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388

Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*,

13(2), 1–18. https://doi.org/10.3390/su13020831

Yonatan, A. Z. (2024). *Mobile Banking Terpopuler di Indonesia 2024*. Data.Goodstats.Id. https://data.goodstats.id/statistic/mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-2024-MdFQB

Zhu, B., Charoennan, W., & Embalzado, H. (2022). The influence of perceived risks on millennials' intention to use m-payment for mobile shopping in Bangkok. *International Journal of Retail and Distribution Management*, *50*(4), 479–497. https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2020-0174