

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENERIMAAN APLIKASI LIVIN' BY MANDIRI DENGAN METODE UTAUT2 DAN IS SUCCESS MODEL

Mangapul Siahaan¹⁾, Syasya Tri Puspita Dewi²⁾, Surya Tjahyadi³⁾

^{1,2,3)} Sistem Informasi Universitas Internasional Batam

email : [^{1\)}mangapul.siahaan@uib.ac.id](mailto:mangapul.siahaan@uib.ac.id), [^{2\)}2231123.syasya@uib.edu](mailto:2231123.syasya@uib.edu), [^{3\)}surya.tjahyadi@uib.edu](mailto:surya.tjahyadi@uib.edu)

Abstraksi

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan kepuasan pengguna aplikasi Livin' by Mandiri yang dilatarbelakangi dengan adanya kesenjangan antara tujuan pembaruan aplikasi dengan ekspektasi pengguna, ditunjukkan oleh 32,6% ulasan negatif terkait stabilitas dan performa sistem. *Mixed methods* digunakan pada penelitian ini dengan strategi sekuensial eksplanatori, melibatkan 400 responden melalui kuesioner dan lima informan melalui wawancara semi-terstruktur. Data kuantitatif dianalisis menggunakan SEM-PLS, sedangkan data kualitatif dianalisis melalui kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*. *System Quality*, *Service Quality*, dan *Use Behavior* berpengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction*. Model yang digunakan pada penelitian ini mampu menjelaskan 51,8% variasi *Use Behavior* dan 34,1% variasi *User Satisfaction* dengan *predictive relevance* 0,6824.

Kata Kunci : UTAUT2, *Information System Success*, *Mobile Banking*

Abstract

This study analyzes factors influencing user acceptance and satisfaction of Livin' by Mandiri application, motivated by the gap between application update objectives and user expectations, indicated by 32.6% negative reviews regarding system stability and performance. Mixed methods approach was employed in this study with explanatory sequential strategy, involving 400 respondents through questionnaires and five informants through semi-structured interviews. Quantitative data was analyzed using SEM-PLS, while qualitative data was analyzed through data condensation, data presentation, and conclusions. Result show that Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Facilitating Conditions significantly influence Use Behavior. System Quality, Service Quality and Use Behavior significantly affect User Satisfaction. The model used in this study explains 51.8% variance in Use Behavior and 34.1% variance in User Satisfaction with predictive relevance of 0.6824.

Keywords : UTAUT2, *Information System Success*, *Mobile Banking*

Pendahuluan

Teknologi yang berkembang dengan cepat telah mengubah cara manusia melakukan aktivitas, termasuk dalam berbisnis dan bertransaksi [1]. Transformasi tersebut menggeser sifat operasi keuangan dari 'fisik' menjadi 'klik' [2]. Proses keuangan yang semula berlangsung di tempat kini beralih ke proses digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Fenomena ini mendorong munculnya berbagai layanan keuangan digital, salah satunya adalah *mobile banking* yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi keuangan melalui perangkat seluler [3].

Livin' by Mandiri merupakan salah satu aplikasi *mobile banking* terpopuler di Indonesia dengan 31,6 juta pengguna per Mei pada tahun 2025 [4]. Aplikasi ini sudah melakukan pembaruan versi dengan penambahan fitur-fitur serta peningkatan kualitas untuk kenyamanan pengguna. Meskipun sudah merilis pembaruan untuk menyesuaikan kebutuhan, kepuasan pengguna belum sepenuhnya terpenuhi karena masih banyak keluhan terkait stabilitas dan performa aplikasi. Berdasarkan hasil analisis

terhadap 8.231 ulasan, sejak pembaruan versi 3.0 aplikasi Livin' by Mandiri di Play Store menunjukkan bahwa 32,6% pengguna memberikan penilaian negatif dengan keluhan utama seperti kesulitan *login* (23,3%), aplikasi lambat (13,3%), dan sering mengalami *error* sebanyak (10,4%), hal ini mengindikasikan kesenjangan antara tujuan pembaruan aplikasi dengan ekspektasi pengguna terhadap stabilitas dan performa sistem.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan kepuasan pengguna aplikasi Livin' by Mandiri. Metode yang digunakan adalah pendekatan *mixed methods* dengan strategi sekuensial eksplanatori. Penelitian ini memberikan kontribusi utama yaitu menghasilkan pemahaman komprehensif mengenai integrasi model penerimaan teknologi (UTAUT2) dan model kesuksesan sistem (*Information System Success*) pada aplikasi Livin' by Mandiri yang menjawab kesenjangan pada penelitian sebelumnya.

Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya telah menganalisis terkait penerimaan penggunaan aplikasi Livin' by Mandiri. Penelitian yang dilakukan oleh [5], bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan Livin' by Mandiri di wilayah Jabodetabek. Penelitian tersebut menggunakan tujuh konstruk utama UTAUT2 untuk menganalisis pengaruhnya terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya *Facilitating Condition*, *Behavioral Intention* dan *Habit* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*. Penelitian serupa juga dilakukan oleh [6], yang mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat (*Behavioral Intention*) dan perilaku penggunaan (*Use Behavior*) aplikasi Livin' by Mandiri dengan menggunakan model UTAUT2 yang melibatkan 149 responden mahasiswa pascasarjana yang menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Behavioral Intention*, *Facilitating Conditions*, dan *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*.

Kedua penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami faktor-faktor adopsi teknologi *mobile banking*. Namun, keduanya memiliki keterbatasan, penelitian-penelitian ini hanya menggunakan model UTAUT2 yang memiliki batasan dalam menjelaskan bagaimana penggunaan berkelanjutan tersebut berdampak pada kepuasan pengguna dalam jangka panjang. Minimnya studi longitudinal dalam konteks *mobile banking* membatasi pemahaman bagaimana persepsi dan perilaku pengguna dapat berevolusi seiring waktu [7]. Keterbatasan ini menciptakan kesenjangan pemahaman antara faktor penerimaan teknologi dan evaluasi keberhasilan sistem berdasarkan kualitas yang dirasakan oleh pengguna. Hal ini menjadi sangat relevan karena masih banyak keluhan oleh pengguna Livin' by Mandiri pada kolom ulasan di Play Store yang mempengaruhi kepuasan pengguna. Untuk menjawab kesenjangan tersebut, beberapa penelitian telah mengintegrasikan model penerimaan teknologi dengan model *Information System Success* dalam konteks *mobile banking* di Indonesia. Model DeLone dan McLean ini sering digunakan untuk mengukur keberhasilan dari suatu sistem [8]. Penelitian oleh [9], mengintegrasikan model UTAUT2 dan *Information System Success* pada konteks *mobile banking* di Indonesia, hasil penelitian menemukan bahwa penggunaan (*Use*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*). Penelitian serupa juga dilakukan oleh [10], yang juga mengintegrasikan UTAUT2 dan model *Information System Success* pada *mobile banking* dengan hasil bahwa faktor-faktor penerimaan teknologi berkontribusi terhadap kepuasan pengguna. Selain konteks *mobile banking*, hubungan antara *Use Behavior* dan *User Satisfaction*

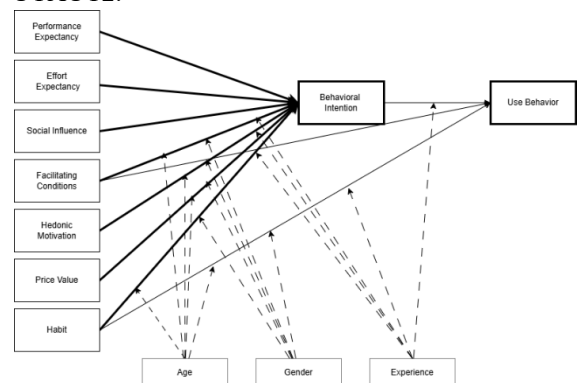
juga telah diteliti pada konteks lainnya, peneliti yang dilakukan oleh [11], menganalisis pengaruh keduanya pada *platform* pelatihan digital pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Use behavior* memiliki pengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction*.

2. Mobile Banking

Mobile banking didefinisikan sebagai layanan atau produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan yang memanfaatkan teknologi *portable* [12]. Artinya segala jenis perbankan cukup dilakukan melalui perangkat pribadi seperti *smartphones*. Berbeda dengan perbankan konvensional, *mobile banking* memiliki efisiensi yang lebih tinggi dalam pemrosesan transaksi dan kemampuan layanan *non-contact* yang meningkatkan keamanan serta kenyamanan pengguna [13].

3. Unified Theory of Acceptance and Use of technology 2 (UTAUT2)

UTAUT2 merupakan model yang dikembangkan dari model sebelumnya yaitu UTAUT. Model ini digunakan untuk mengukur penerimaan penggunaan terhadap teknologi dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi teknologi. Gambar 1 menunjukkan kerangka kerja UTAUT2 yang terdiri dari tujuh konstruk utama. Tabel 1 menyajikan definisi lengkap dari setiap konstruk dalam model UTAUT2.



Gambar 1 Model UTAUT2

Tabel 1 Definisi Variabel UTAUT2

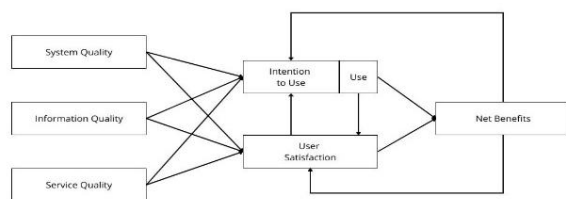
Konstruk	Definisi	Sumber
<i>Performance Expectancy</i>	<i>Performance Expectancy</i> mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu meningkatkan kinerja pekerjaan mereka	[14]
<i>Effort Expectancy</i>	<i>Effort Expectancy</i> berkaitan dengan kemudahan penggunaan pada sebuah sistem	
<i>Social Influence</i>	<i>Social Influence</i> didefinisikan sebagai konsep yang mencerminkan keyakinan bahwa seseorang merasa orang lain di sekitarnya perlu menggunakan sistem tersebut	
<i>Facilitating Conditions</i>	<i>Facilitating Conditions</i> merupakan kepercayaan seseorang bahwa dukungan teknis dan organisasi tersedia untuk memberikan fasilitas	
<i>Hedonic Motivation</i>	<i>Hedonic Motivation</i> merupakan motivasi yang muncul karena	[15]

	seseorang merasa senang, terhibur atau menikmati pengalaman saat menggunakan suatu teknologi	
Price Value	Price value didefinisikan sebagai kondisi ketika pengguna merasa manfaat teknologi lebih besar daripada biayanya. Artinya pengguna merasa tidak keberatan dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan teknologi tersebut karena sepadan dengan manfaat atau keuntungan yang mereka dapatkan	
Habit	Habit didefinisikan sebagai sejauh mana individu melakukan perilaku secara otomatis karena belajar	[16]

Konstruk-konstruk tersebut mempengaruhi *Behavioral Intention* yang didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk menggunakan teknologi dan *Use Behavior* yang didefinisikan sebagai penerapan aktual dari penggunaan teknologi oleh individu.

4. Information System Success

Information System Success merupakan kerangka kerja yang dikembangkan oleh DeLone dan McLean untuk mengevaluasi keberhasilan sebuah sistem informasi. Model ini awalnya diperkenalkan pada tahun 1992, kemudian pada tahun 2003 diperbarui dengan penambahan dimensi. Gambar 2 menampilkan model *Information System Success* yang mengintegrasikan enam kategori dalam



mengukur kesuksesan sistem informasi. Tabel 2 menjelaskan definisi dari masing-masing dimensi

Gambar 2 Model *Information System Success* dalam model tersebut.

Tabel 2 Definisi Dimensi Model		
Dimensi	Definisi	Sumber
System Quality	System Quality didefinisikan sebagai kualitas dari sistem itu sendiri	[17]
Information Quality	Information Quality didefinisikan sebagai kualitas output atau informasi yang diberikan oleh sistem	
Service Quality	Service Quality merupakan kemampuan suatu organisasi untuk memberikan dukungan yang sesuai kepada pengguna	
Intention to Use	Intention to Use didefinisikan sebagai niat atau kecenderungan pengguna untuk	[18]

	menggunakan sistem	
Use	Use diartikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan sistem	
User Satisfaction	User Satisfaction mengacu pada tingkat kepuasan saat pengguna menggunakan sistem	[17]
Net Benefit	Net Benefits merupakan pengukuran keseluruhan dari sistem untuk mengetahui dampak yang diberikan kepada pengguna	[18]

5. Use Behavior dan User Satisfaction

Pada konteks adopsi teknologi informasi, terdapat dua perspektif utama yang saling melengkapi yaitu penerimaan teknologi dan perspektif kesuksesan sistem. Meskipun kedua model yang digunakan pada penelitian ini memiliki fokus yang berbeda, tetapi keduanya memiliki keterikatan. Teknologi yang diterima dan digunakan secara aktif oleh pengguna memiliki potensi untuk meningkatkan kepuasan yang merupakan indikator utama dalam menentukan kesuksesan suatu sistem. Seperti yang dinyatakan oleh [19], sistem informasi dapat diterima apabila penggunaannya merasa puas. Titik kritis pada integrasi kedua model ini terletak pada peran *Use Behavior* sebagai variabel penghubung yang memiliki posisi sebagai *outcome* dari konstruk-konstruk pada UTAUT2, sekaligus sebagai *antecedent* yang mempengaruhi *User Satisfaction* dalam model *Information System Success*. Pada model *Information System Success* hubungan *Use* dan *User Satisfaction* bersifat timbal balik, yang mana kepuasan terbentuk melalui pengalaman penggunaan dan sebaliknya kepuasan mendorong penggunaan yang berkelanjutan. Penelitian ini berfokus pada arah *Use Behavior* terhadap *User Satisfaction*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran dengan strategi sekuensial eksplanatori. Desain sekuensial eksplanatori merupakan metode yang dilakukan secara berurutan yang mana fase pertama melibatkan pengumpulan data dan analisis data kuantitatif, fase kedua melibatkan pengumpulan dan analisis data kualitatif yang dilakukan berdasarkan fase pertama [20].

Gambar 3 menampilkan alur penelitian yang diawali dengan analisis kuantitatif dengan SEM-PLS untuk menguji hipotesis faktor-faktor penerimaan aplikasi Livin' by Mandiri, dilanjutkan dengan wawancara mendalam untuk menjelaskan temuan kuantitatif.

1. Pengumpulan Data

Data kuantitatif diperoleh dari kuesioner yang disebar secara *online* melalui media sosial dengan *tools* Google Form. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan *margin of error* sebesar 5% sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi (31.600.000)

e = *margin of error* (0,05)

Perhitungan :

$$n = \frac{31.600.000}{1 + 31.600.000 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{31.600.000}{1 + 31.600.000 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{31.600.000}{79.001}$$

$$n \approx 400$$

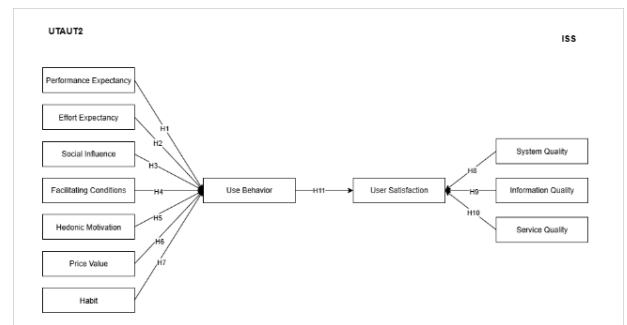
Penelitian ini menargetkan 400 responden yang diperoleh menggunakan rumus slovin dengan *margin of error* sebesar 5% serta *population size* sebesar 31.600.000 yang merupakan jumlah pengguna aplikasi Livin' by Mandiri Indonesia yang diketahui selama periode penelitian.

Data kualitatif diperoleh melalui wawancara semi terstruktur yang dilakukan kepada lima informan yang dipilih dari responden kuesioner yang bersedia memberikan informasi lebih mendalam. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan variasi lama penggunaan aplikasi, frekuensi penggunaan dan tujuan penggunaan aplikasi untuk memperoleh perspektif yang beragam mengenai pengalaman pengguna. Kelima informan dipilih untuk memberikan penjelasan dan konteks yang lebih mendalam terhadap temuan kuantitatif.

2. Analisis Data

Pada analisis data kuantitatif, SEM-PLS digunakan untuk menganalisis secara statistik terkait kompleksitas hubungan antar variabel laten menggunakan *software* SmartPLS versi 4. Gambar 4 merupakan model dari penelitian sebelumnya yang

akan digunakan untuk analisis model pada penelitian ini.



Gambar 4 Model Integrasi oleh [10]

Pada pengujian model, terdapat dua tahapan yang akan dianalisis yaitu model pengukuran dan model struktural. Pada penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data, analisis ini dibagi menjadi tiga tahap yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan [21].

Hasil dan Pembahasan

1. Fase Kuantitatif

a. Analisis Deskripsi Responden

Penelitian ini memperoleh 400 data. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, dan perilaku pengguna yang mencakup frekuensi dan lama penggunaan aplikasi. Data deskripsi responden disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3 Deskripsi Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	182	45,5%
	Perempuan	218	55,5%
Usia	17-22 tahun	149	37,25%
	23-28 tahun	154	38,5%
	29-34 tahun	65	16,25%
	35 ≥ tahun	32	8%
Lama penggunaan aplikasi	< 6 bulan	23	5,75%
	6-12 bulan	103	25,75%
	> 1 tahun	274	68,5%
Frekuensi penggunaan aplikasi	Beberapa kali dalam sehari	131	32,75%
	Beberapa kali dalam seminggu	166	41,5%
	Beberapa kali dalam sebulan	99	24,75%
	Beberapa kali dalam 3 bulan	4	1%

Berdasarkan data jenis kelamin sebanyak 182 responden (45,5%) dari total responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 218 responden (55,5%) lainnya berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan data kelompok usia, mayoritas responden berada pada rentang usia produktif muda, yaitu usia antara 17 hingga 28 tahun. Rentang usia 23-28 tahun merupakan kelompok usia dengan jumlah 154 responden (38,5%), kelompok usia pada rentang 17-22 tahun menjadi kelompok terbesar kedua dengan jumlah 149 responden (37,25%), kelompok usia dengan rentang 29-34 dengan total 65 responden (16,25%) dan kelompok usia 35 tahun ke atas

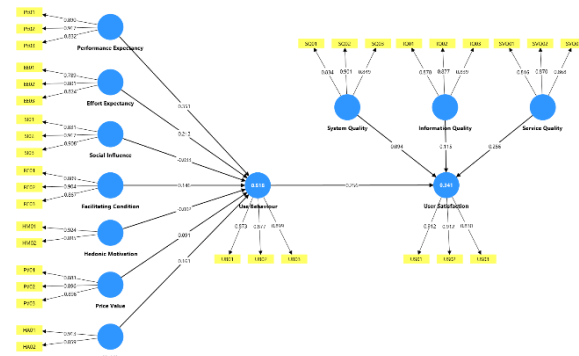
memiliki jumlah responden paling sedikit dengan total 32 responden (8%).

Berdasarkan data dari lamanya pengguna sudah menggunakan aplikasi, mayoritas responden merupakan pengguna jangka panjang atau pengguna yang sudah berpengalaman dengan penggunaan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Sebanyak 274 responden (68,5%) merupakan pengguna yang sudah menggunakan aplikasi *Livin' by Mandiri* lebih dari satu tahun, sebanyak 103 responden (25,75%) merupakan pengguna yang telah menggunakan aplikasi dengan durasi 6 hingga 12 bulan dan sebanyak 23 responden yang sudah menggunakan aplikasi dengan durasi kurang dari 6 bulan.

Berdasarkan frekuensi penggunaan aplikasi menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jumlah 166 responden (41,5%) adalah pengguna aktif yang sering mengakses aplikasi beberapa kali dalam seminggu, sebanyak 131 responden (32,75%) mengakses aplikasi beberapa kali dalam sehari, sebanyak 99 responden (24,75%) mengakses aplikasi hanya beberapa kali dalam sebulan, dan hanya 4 responden (1%) yang merupakan pengguna dengan frekuensi penggunaan aplikasi terendah yaitu beberapa kali dalam 3 bulan.

b. Analisis Model Pengukuran

Convergent Validity dapat dievaluasi dengan nilai *factor loading* dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Hasil estimasi *factor loading* dinilai berdasarkan korelasi antara skor indikator dengan konstruk atau variabel.



Gambar 5 Output nilai *factor loading*

Nilai *factor loading* yang diperoleh dari pengujian pada Gambar 5 menunjukkan bahwa seluruh indikator bernilai lebih dari 0,7. Sehingga semua indikator dinyatakan valid. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator yang digunakan berhasil mengukur korelasi antara indikator dengan variabelnya. Estimasi nilai AVE disajikan pada Tabel 4 Sebuah variabel dikatakan memenuhi kriteria validitas apabila nilai AVE-nya melebihi 0,5.

Tabel 4 Output pengukuran nilai AVE dan *Cronbach's Alpha*

	Average Variance Extracted (AVE)	Cronbach's Alpha	Ket
<i>Performance Expectancy</i>	0,775	0,854	Valid
<i>Effort Expectancy</i>	0,648	0,729	Valid
<i>Social Influence</i>	0,785	0,863	Valid

<i>Facilitating Conditions</i>	0,741	0,824	Valid
<i>Hedonic Motivation</i>	0,828	0,793	Valid
<i>Price Value</i>	0,795	0,872	Valid
<i>Habit</i>	0,786	0,731	Valid
<i>System Quality</i>	0,743	0,833	Valid
<i>Information Quality</i>	0,748	0,833	Valid
<i>Service Quality</i>	0,725	0,81	Valid
<i>Use Behavior</i>	0,78	0,859	Valid
<i>User Satisfaction</i>	0,784	0,864	Valid

Nilai AVE pada seluruh variabel yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *Use Behavior*, dan *User Satisfaction* memiliki nilai $\geq 0,5$. Artinya seluruh variabel tersebut dikatakan valid. Hasil dari pengukuran nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan semua variabel lebih besar dari 0,7. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel pada model bersifat reliabel.

Discriminant Validity dapat dievaluasi dengan mengamati hasil uji *Fornell Larcker*. Jika \sqrt{AVE} untuk variabel lebih besar dari korelasi antar variabel lainnya maka variabel tersebut memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

	Effort Expectancy	Facilitating Conditions	Habit	Hedonic Motivation	Information Quality	Performance Expectancy	Price Value	Service Quality	Social Influence	System Quality	Use Behavior	User Satisfaction
Effort Expectancy	0,805											
Facilitating Conditions	0,12	0,841										
Habit	0,021	0,503	0,806									
Hedonic Motivation	0,07	0,404	0,422	0,891								
Information Quality	0,029	0,575	0,487	0,597	0,845							
Performance Expectancy	0,516	0,365	0,441	0,562	0,521	0,808						
Price Value	0,54	0,458	0,422	0,407	0,633	0,379	0,892					
Service Quality	0,002	0,521	0,546	0,436	0,574	0,408	0,415	0,851				
Social Influence	0,069	0,445	0,46	0,085	0,495	0,018	0,521	0,42	0,806			
System Quality	0,12	0,432	0,445	0,534	0,506	0,417	0,63	0,411	0,401	0,862		
Use Behavior	0,395	0,408	0,543	0,484	0,522	0,598	0,449	0,534	0,511	0,439	0,883	
User Satisfaction	0,556	0,482	0,6	0,435	0,453	0,39	0,369	0,408	0,473	0,379	0,404	0,806

Gambar 6 Nilai pengukuran *Fornell Larcker*

Berdasarkan Gambar 6 dapat diketahui bahwa \sqrt{AVE} pada tiap variabel memiliki nilai lebih besar daripada korelasi antar variabel lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel yang digunakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

c. Analisis Model Struktural

R-Square (R²)

Analisis model struktural dievaluasi berdasarkan koefisien determinasi menggunakan nilai R².

Tabel 5 nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
<i>Use Behavior</i>	0,518	0,509
<i>User Satisfaction</i>	0,341	0,335

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *Use Behavior* memiliki nilai R-square sebesar 0,518, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* dapat menjelaskan 51,8% variasi perilaku penggunaan (*Use Behavior*) dengan *R-square adjusted* 50,9%. Sementara itu, kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) yang diukur oleh *Use Behavior* dan tiga variabel dari *Information System Success* yaitu *System Quality*, *Information Quality*, dan

Service Quality dengan nilai R-square 0,341 yang hanya mampu menjelaskan sebesar 34,1% dengan *R-square adjusted* 33,5%. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat sekitar 66% faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pengguna yang belum mampu dijelaskan oleh model ini.

Predictive Relevance (Q²)

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

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,518) \times (1 - 0,341)$$

$$Q^2 = 1 - (0,482 \times 0,659)$$

$$Q^2 = 1 - 0,3176$$

$$Q^2 = 0,6824$$

Nilai Q² sebesar 0,6824 menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance* yang baik.

d. Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan tingkat signifikansi hubungan antar variabel dalam model. Hal ini dilakukan dengan menganalisis koefisien jalur (*path coefficient*), nilai t-statistik, dan p-value. Pada tingkat signifikansi 5% dengan pengujian *two-tailed*. Hipotesis diterima apabila nilai t-statistik > 1,96 (t-hitung > t-tabel) dan p-value (< 0,05) yang mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian.

Tabel 6 Hasil Uji Path-Coefficient

Hipotesis	Hubungan Variabel	t-statistik (> 1,96)	p-values (<0,05)	Ket
H1	PE -> UB	2,608	0,009	Diterima
H2	EE -> UB	2,663	0,008	Diterima
H3	SI -> UB	0,241	0,81	Ditolak
H4	FC -> UB	2,246	0,025	Diterima
H5	HM -> UB	0,017	0,986	Ditolak
H6	PV -> UB	1,818	0,069	Ditolak
H7	HA -> UB	1,75	0,08	Ditolak
H8	SQ -> US	1,97	0,049	Diterima
H9	IQ -> US	1,446	0,148	Ditolak
H10	SVQ -> US	3,102	0,002	Diterima
H11	UB -> US	3,517	0,000	Diterima

Berdasarkan output koefisien jalur menunjukkan beberapa hubungan variabel berpengaruh secara signifikan. Dari tujuh variabel yang dihipotesiskan mempengaruhi *Use Behavior*, hanya tiga yang memiliki pengaruh signifikan. H1 (*Performance Expectancy* terhadap *Use Behavior*) diterima dengan nilai t-statistik 2,608 dan p-value 0,009. H2 (*Effort Expectancy* terhadap *Use Behavior*) diterima dengan nilai t-statistik 2,663 dan p-value 0,008. H4 (*Facilitating Conditions* terhadap *Use Behavior*) diterima dengan nilai t-statistik 2,246 dan p-value 0,025. Pada variabel *User Satisfaction*, dua dari tiga variabel yang dihipotesiskan memiliki pengaruh signifikan yaitu H8 (*System Quality* terhadap *User Satisfaction*) diterima dengan nilai t-statistik 1,97 dan p-value 0,049. H10 (*Service Quality* terhadap *User Satisfaction*) diterima dengan nilai t-statistik 3,102 dan p-values 0,002. H11 (*Use Behavior* terhadap *User Satisfaction*) diterima dengan nilai 3,517 dan p-value 0,000. Hubungan variabel yang tidak signifikan

terdapat pada variabel *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* yang mengindikasikan bahwa variabel-variabel tersebut tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* karena p-value yang terukur lebih besar dari 0,05 dan nilai t-statistiknya lebih kecil dari 1,96. Hubungan variabel *Information Quality* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *User Satisfaction* karena nilai t-statistiknya lebih kecil dari 1,96 dan p-value lebih besar dari 0,05.

2. Fase Kualitatif

Pendekatan kualitatif digunakan pada fase kedua penelitian untuk menjelaskan dan memperdalam temuan kuantitatif yang diperoleh pada fase sebelumnya, sehingga dapat menjelaskan temuan kuantitatif lebih mendalam melalui pengumpulan data kualitatif.

Use Behavior

a. Performance Expectancy

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan setuju bahwa Livin' by Mandiri memberikan manfaat fungsional yang efektif untuk kebutuhan transaksi keuangan. Sebagian besar informan menilai aplikasi ini praktis dan efisien untuk kebutuhan transfer, pembayaran, serta *top up e-wallet*. Temuan kualitatif ini menjelaskan mengapa *Performance Expectancy* signifikan pada temuan kuantitatif. Seluruh informan mengakui bahwa aplikasi ini memberikan nilai fungsional yang mendorong mereka untuk terus menggunakannya.

b. Effort Expectancy

Hasil wawancara membuktikan bahwa mayoritas informan menilai aplikasi Livin' by Mandiri mudah digunakan.

"Mudah banget, fiturnya user friendly .. terus mungkin udah bertahun-tahun juga pakai ini jadi sampai saat ini belum merasa ada kesulitan".

"UI/UX-nya mudah, nggak terlalu ribet .. jadi buat aku lebih mudah buat belajar sendiri gitu untuk gunain aplikasinya".

Temuan ini mendukung hasil kuantitatif yang menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan yang dirasakan pengguna menjadi faktor penting untuk mendorong penggunaan aplikasi.

c. Social Influence

Hasil wawancara menunjukkan bahwa *Social Influence* atau Pengaruh Sosial hanya relevan pada tahap adopsi awal, tetapi tidak dengan intensitas. Hanya dua dari lima informan yang menyebutkan adanya pengaruh awal dari keluarga, sedangkan tiga informan lainnya menyatakan bahwa keputusan mereka untuk menggunakan aplikasi didasarkan oleh faktor-faktor bersifat non- sosial, seperti kebutuhan untuk usaha, kewajiban dari tempat bekerja untuk penerimaan gaji, dan aplikasi Livin' by Mandiri digunakan sebagai aplikasi terkait dengan rekening bank pertama. Temuan kualitatif ini menjelaskan bagaimana *Social Influence* tidak signifikan dalam temuan kuantitatif yang mengukur *Use Behavior* dalam konteks intensitas penggunaan bukan

keputusan adopsi awal. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan aplikasi lebih banyak didorong oleh kebutuhan fungsional daripada tekanan sosial.

d. *Facilitating Conditions*

Hasil analisis kualitatif mendukung hubungan *Facilitating Conditions* terhadap *Use Behavior* yang telah dikonfirmasi secara kuantitatif. Para informan menunjukkan kesadaran mereka terhadap ketersediaan fasilitas pendukung.

"Dari Livin' sendiri ada info kalau ada kendala bisa baca dari panduan online-nya karena emang udah tersedia juga .. atau kalau masih belum bisa juga ntar diarahin ke call center"

e. *Hedonic Motivation*

Hasil wawancara memperkuat hubungan *Hedonic Motivation* terhadap *Use Behavior* dari analisis kuantitatif yang dilakukan sebelumnya, menyatakan bahwa motivasi hedonis seperti rasa senang atau rasa terhibur tidak mempengaruhi penggunaan aplikasi secara signifikan. Tidak ada informan yang menganggap penggunaan aplikasi Livin' by Mandiri sebagai pengalaman yang memberikan rasa senang atau rasa terhibur. Sebagian besar informan menyatakan penggunaan aplikasi Livin' by Mandiri sebatas interaksi yang bersifat transaksional.

f. *Price Value*

Hasil wawancara mendukung penolakan hubungan *Price Value* terhadap *Use Behavior*. Sebagian besar memandang biaya yang dikeluarkan seperti biaya admin atau kuota internet sebagai hal yang standar, tetapi tidak memberikan nilai tambah yang istimewa. "Biaya internet kan emang harus dikeluarkan .. jadi ya udah, anggap aja bagian dari kebutuhan"

g. *Habit*

Hasil wawancara mendukung penolakan pada temuan kuantitatif yang menyatakan bahwa *Habit* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi. Dua dari lima informan menyatakan bahwa penggunaan aplikasi menjadi sebuah kebiasaan disebabkan oleh frekuensi penggunaan yang tinggi. Namun, tiga informan lainnya secara eksplisit mengindikasikan bahwa mereka memanfaatkan aplikasi untuk kebutuhan spesifik, bukan karena dorongan kebiasaan yang otomatis. Sebagian besar penggunaan aplikasi didorong oleh kebutuhan sesaat.

User Satisfaction

a. *System Quality*

Temuan kualitatif berdasarkan hasil wawancara, memperkuat penerimaan hipotesis yang diperoleh melalui analisis kuantitatif, yang menyatakan bahwa kualitas sistem memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna terutama pada aspek kecepatan dan keandalan. Mayoritas informan memberikan pengalaman positif dengan persepsi bahwa aplikasi ini bersifat andal, stabil, serta jarang mengalami error. Namun, sebagian kecil informan menyampaikan pengalaman yang berbeda, keluhan seperti kesulitan melakukan transaksi pada malam hari atau adanya pembatasan jam operasional untuk layanan tertentu.

b. *Information Quality*

Hampir seluruh informan menyatakan bahwa informasi yang disajikan dalam aplikasi bersifat jelas, mudah dipahami, dan akurat untuk memenuhi kebutuhan dasar. Walau demikian, kualitas informasi hanya dipandang sebagai standar atau ekspektasi minimum yang telah terpenuhi, sehingga tidak berfungsi sebagai faktor pembeda yang secara aktif meningkatkan kepuasan. Temuan ini konsisten dengan hasil kuantitatif yang menyatakan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan aplikasi.

c. *Service Quality*

Temuan kualitatif dari wawancara mendukung penerimaan hipotesis yang diperoleh melalui analisis kuantitatif bahwa kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna pada aplikasi Livin' by Mandiri. Kualitas layanan terbukti sebagai faktor yang membentuk kepuasan pengguna. Sebagian besar informan yang pernah berinteraksi dengan layanan *call center* menyampaikan umpan baik netral hingga positif, dengan persepsi bahwa respons yang diberikan cukup untuk menyelesaikan kendala. Pengalaman positif ini secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan tingkat kepuasan pengguna. Temuan ini konsisten dengan hasil kuantitatif yang mengonfirmasi pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini berhasil mengintegrasikan model UTAUT2 dan *Information System Success* pada aplikasi Livin' by Mandiri. Berdasarkan hasil uji, model yang dikembangkan mampu menjelaskan 51,8% variasi *Use Behavior* dan 34,1% variasi *User Satisfaction* dengan nilai *predictive relevance* (Q^2) sebesar 0,6824. Dari tujuh konstruk UTAUT2, hanya *Performance Expectancy* ($t=2,608$, $p=0,009$), *Effort Expectancy* ($t=2,663$, $p=0,008$), dan *Facilitating Conditions* ($t=2,246$, $p=0,025$) yang berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior*, sementara *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Price Value* dan *Habit* tidak menunjukkan pengaruh signifikan karena penggunaan aplikasi lebih didorong oleh kebutuhan transaksional praktis. Penelitian ini mengonfirmasi kesenjangan antara tujuan pembaruan aplikasi dengan ekspektasi pengguna, sebanyak 32,6% ulasan masih bersifat negatif dengan keluhan utama terkait stabilitas sistem. Dari perspektif kepuasan pengguna, *Service Quality* menunjukkan pengaruh paling kuat ($t=3,102$, $p=0,002$), *Use Behavior* ($t=3,517$, $p=0,000$), dan *System Quality* ($t=1,97$, $p=0,049$), sementara *Information Quality* tidak berpengaruh signifikan karena dianggap sebagai standar minimum yang telah terpenuhi. Mayoritas pengguna adalah pengguna jangka panjang (68,5%) yang sudah menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri lebih dari satu tahun dengan frekuensi tinggi (74,25%) dan didominasi usia produktif muda yaitu 17 hingga 28 tahun (75,75%) yang mengindikasikan ekspektasi tinggi terhadap performa dan stabilitas aplikasi.

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa implikasi praktis dan teoretis yang perlu dipertimbangkan. Secara praktis, Bank Mandiri perlu mengoptimalkan kualitas layanan dan stabilitas sistem mengingat pengaruh signifikannya terhadap kepuasan pengguna. Pemeliharaan aspek fungsionalitas dan kemudahan pengguna juga perlu dipertahankan mengingat *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* terbukti berpengaruh signifikan. Evaluasi mendalam terhadap konstruk yang tidak signifikan seperti *Hedonic Motivation*, *Price Value* dan *Habit* juga diperlukan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan yang lebih efektif.

Secara teoretis, nilai R^2 *User Satisfaction* 34,1% mengindikasikan masih terdapat sekitar 66% varians yang belum dijelaskan oleh model. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengintegrasikan konstruk tambahan untuk memperluas cakupan analisis.

Daftar Pustaka

- [1] H. Shabri, N. Azlina, and M. Said, "Transformasi Digital Industri Perbankan Syariah Indonesia," *Journal of Islamic Economics*, vol. 3, no. 2, 2020.
- [2] Y.-Y. Chen, H.-L. Huang, and S.-F. Sung, "Alignment Effect between Electronic Business Strategy and Information Technology Capabilities on Value Creation in Employing Industrial Internet of Things," *Sensors and Materials*, vol. 33, no. 2, p. 657, Feb. 2021, doi: 10.18494/SAM.2021.2856.
- [3] Chanda Vedalla Putra, Ng Thian Way, Ricky Ricky, Shelby Esfandiany, and Eryc Eryc, "ANALISA DIGITAL MARKETING SEKTOR PERBANKAN: PERBANDINGAN APLIKASI MOBILE BANKING LIVIN' BY MANDIRI DAN MYBCA DALAM MEMAKSIMALKAN POTENSI PASAR DIGITAL," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, vol. 1, no. 5, pp. 10–21, Aug. 2024, doi: 10.69714/vsmsvn05.
- [4] "Gandeng Materai.ID, Bank Mandiri Perkuat Penerimaan Negara Lewat Layanan Pembelian e-Metera." Accessed: Oct. 12, 2025. [Online]. Available: https://www.bankmandiri.co.id/en/web/guest/press-detail?primaryKey=473712077&backUrl=/en/press?p_p_id=PressReleasePortlet&p_p_lifecycle=2&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_cacheability=cacheLevelPage&_PressReleasePortlet_year=2025
- [5] B. Bilgah and A. Frimayasa, "Analisis Pendekatan Model Utaut 2 Terhadap Penerimaan Penggunaan E-Banking Livin Pada Bank Mandiri (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Jabodetabek)," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, vol. 4, no. 4, pp. 8492–8503, 2024, doi: <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.13035>.
- [6] H. Sjahruddin *et al.*, "Eksplorasi Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology Sebagai Pemediasi Dan Dampaknya Terhadap Minat Dan Perilaku Dalam Menggunakan Livin' By Mandiri," *JURNAL MANEKSI*, vol. 12, no. 4, p. 2023, doi: <https://doi.org/10.31959/JM.V12I4.2031>.
- [7] H. H. Isnaini and T. Tulasmi, "Analysis of factors affecting the satisfaction of using Aisyah BSI Chatbot using UTAUT 2 Theory," *Journal of Islamic Economics Lariba*, vol. 10, no. 2, pp. 1021–1042, Dec. 2024, doi: 10.20885/jielariba.vol10.iss2.art21.
- [8] S. Liang, M. Siahaan, and J. Jocelyn, "Analisis Kesuksesan Aplikasi M-Paspor di Kota Batam dengan Menggunakan Model Delone dan Mclean," *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, vol. 14, no. 1, pp. 38–45, Jan. 2024, doi: 10.21456/vol14iss1pp38-45.
- [9] A. A. Wibowo and Arviansyah, "The Effect of the Use of Mobile Banking on the Analysis of the Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) on Increasing Customers Satisfaction and Customer Loyalty," pp. 72–92, 2023, doi: 10.2991/978-94-6463-292-7_6.
- [10] N. Khairun Nisak, A. Ibrahim, and Ermatita, "Evaluating the Acceptance and Success of Mobile Banking Systems Using a Combination of UTAUT2 and Delone & McLean Models," *Journal of Applied Informatics and Computing*, vol. 9, no. 3, pp. 658–666, Jun. 2025, doi: 10.30871/jaic.v9i3.9301.
- [11] K. Permassari and U. Salamah, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN WEBSITE DIGITALENT.KOMINFO.GO.ID SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA," *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, vol. 28, no. 1, pp. 1–20, 2024, doi: <https://doi.org/10.17933/jskm.2024.5588>.
- [12] C. Tam and T. Oliveira, "Literature review of mobile banking and individual performance," 2017, *Emerald Group Publishing Ltd.* doi: 10.1108/IJBM-09-2015-0143.
- [13] J. Jiang, J. Ma, X. Huang, J. Zhou, and T. Chen, "Extend UTAUT2 Model to Analyze User Behavior of China Construction Bank Mobile App," *Sage Open*, vol. 14, no. 4, Oct. 2024, doi: 10.1177/21582440241287070.
- [14] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," 2003.
- [15] V. Venkatesh, S. M. Walton, J. Y. L. Thong, and X. Xu, "CONSUMER ACCEPTANCE AND USE OF INFORMATION TECHNOLOGY: EXTENDING THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY," 2012. [Online]. Available: <http://ssrn.com/abstract=2002388>
- [16] M. Limayem, S. G. Hirt, and C. M. K. Cheung, "How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems," *Source: MIS Quarterly*, vol. 31, no. 4, pp. 705–737, 2007, [Online]. Available: <http://www.jstor.org/StableURL:http://www.jstor.org/stable/25148817>
- [17] W. H. Delone and E. R. Mclean, "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable," 1992.
- [18] W. H. Delone and E. R. Mclean, "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update," 2003.

- [19] S. Rosiana, D. Krisbiantoro, and A. Azis, "PENGUNAAN METODE TAM DAN EUCS UNTUK MENGETAHUI TINGKAT PENERIMAAN DAN KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI GRATIS KABEH," 2023. [Online]. Available: <https://gratiskabeh.banyumaskab.go.id>.
- [20] J. W. . Creswell and V. L. . Plano Clark, *Designing and conducting mixed methods research*. SAGE Publications, 2011.
- [21] M. B. . Miles, A. M. . Huberman, and Johnny. Saldaña, *Qualitative data analysis: a methods sourcebook*. SAGE Publications, Inc., 2014.