

Analisis Perilaku Adopsi Livin Merchant Pada Pelaku UMKM di Surabaya Raya Menggunakan Model UTAUT2

Analysis of Livin Merchant Adoption Behavior Among MSME Owners in Greater Surabaya Using the UTAUT2 Model

Medica N Zakiah*¹, Asif Faroqi², Rafika Rahmawati³

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Komputer / Sistem Informasi / Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

E-mail: ¹22082010203@student.upnjatim.ac.id, ²asiffaroqi.si@upnjatim.ac.id,

³rafika.rahmawati.fasilkom@upnjatim.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong transformasi layanan keuangan pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), salah satunya melalui penggunaan aplikasi Livin' Merchant by Mandiri. Namun, proses adopsi layanan digital masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya literasi teknologi, risiko penggunaan aplikasi, serta rendahnya kepercayaan terhadap keamanan sistem dan institusi perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku adopsi Livin' Merchant pada pelaku UMKM di Surabaya Raya menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) yang dimodifikasi dengan penambahan variabel *perceived security*, *perceived risk*, *institution trust*, dan *technology trust*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 521 pelaku UMKM pengguna Livin' Merchant di Surabaya Raya. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *price value*, *perceived security*, dan *institution trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*. Selain itu, *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap *use behavior*, sedangkan *perceived risk* berpengaruh negatif signifikan terhadap *use behavior*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manfaat aplikasi, dukungan sosial, keamanan sistem, serta kepercayaan terhadap institusi perbankan menjadi faktor penting dalam meningkatkan adopsi Livin' Merchant pada pelaku UMKM di Surabaya Raya.

Kata kunci: Livin' Merchant, UMKM, Adopsi Teknologi, UTAUT 2, Layanan Keuangan Digital.

Abstract

The development of digital technology has encouraged the transformation of financial services in the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector, one of which is through the use of the Livin' Merchant by Mandiri application. However, the adoption process of digital services still faces several challenges, such as low technological literacy, risks associated with application usage, and low trust in system security and banking institutions. This study aims to analyze the factors influencing the adoption behavior of Livin' Merchant among MSME actors in Greater Surabaya using the modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) model with the addition of *perceived security*, *perceived risk*, *institution trust*, and *technology trust* variables. This study employed a quantitative approach through a survey of 521 MSME actors using Livin' Merchant in Greater Surabaya. The data were analyzed using Partial Least Square-based Structural Equation Modeling (SEM-PLS)

with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The results indicate that performance expectancy, social influence, hedonic motivation, price value, perceived security, and institution trust have a positive and significant effect on behavioral intention. In addition, facilitating conditions have a positive and significant effect on use behavior, while perceived risk has a negative and significant effect on use behavior. This study concludes that application benefits, social support, system security, and trust in banking institutions are important factors in increasing the adoption of *Livin' Merchant* among MSME actors in Greater Surabaya.

Keywords: *Livin' Merchant, MSMEs, Technology Adoption, UTAUT 2, Digital Financial Services.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam sektor perbankan, khususnya pada layanan keuangan berbasis digital. Transformasi digital mendorong lembaga perbankan untuk menghadirkan layanan yang lebih cepat, praktis, dan efisien guna memenuhi kebutuhan masyarakat *modern* [1]. Salah satu inovasi yang berkembang saat ini adalah *Livin' Merchant by Mandiri*, yaitu layanan digital yang dirancang untuk membantu pelaku usaha dalam melakukan transaksi pembayaran secara mudah dan terintegrasi. Kehadiran layanan ini memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam mengelola transaksi usaha melalui perangkat *smartphone* tanpa harus bergantung pada sistem pembayaran *konvensional*.

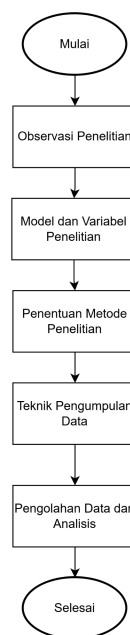
Meningkatnya penggunaan pembayaran digital membuat pelaku UMKM mulai beradaptasi dengan berbagai teknologi keuangan guna mendukung aktivitas bisnis mereka [2]. *Livin' Merchant* hadir dengan berbagai fitur seperti pembayaran *QRIS*, transfer antar bank, pencatatan transaksi, hingga fitur pendukung operasional usaha lainnya yang dapat membantu meningkatkan efisiensi bisnis. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan tidak hanya berfokus pada kebutuhan individu, tetapi juga mendukung ekosistem bisnis modern, khususnya sektor UMKM yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Surabaya Raya merupakan salah satu wilayah dengan aktivitas UMKM yang cukup tinggi di Jawa Timur. Banyaknya pelaku usaha pada sektor makanan dan minuman, perdagangan, jasa, fashion, dan kerajinan menunjukkan potensi besar dalam pemanfaatan layanan pembayaran digital seperti *Livin' Merchant*. Namun demikian, tingginya jumlah pengguna layanan digital belum sepenuhnya mencerminkan optimalnya penggunaan aplikasi tersebut. Sebagian pelaku UMKM masih menghadapi kendala seperti keterbatasan literasi digital, kesulitan memahami fitur aplikasi, gangguan jaringan internet, serta kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut [3].

Perilaku adopsi teknologi pada pelaku UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi teknologi maupun karakteristik pengguna. Faktor seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, pengaruh lingkungan sosial, keamanan sistem, serta tingkat kepercayaan terhadap teknologi dan institusi penyedia layanan

menjadi aspek penting dalam menentukan penerimaan suatu teknologi digital [4]. Selain itu, perbedaan usia, tingkat pendidikan, dan pengalaman penggunaan teknologi juga dapat mempengaruhi perilaku pelaku UMKM dalam mengadopsi *Livin' Merchant* sebagai sarana transaksi usaha mereka. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perilaku adopsi *Livin' Merchant* pada pelaku UMKM di Surabaya Raya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan *Livin' Merchant* oleh pelaku UMKM sehingga dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kesiapan UMKM dalam menghadapi digitalisasi sistem pembayaran. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak perbankan dalam mengembangkan layanan digital yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna serta mendukung percepatan transformasi digital pada sektor UMKM.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan tahapan yang digunakan untuk menjelaskan proses penelitian secara sistematis dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *Livin' Merchant* pada pelaku UMKM di Surabaya Raya. Tahapan penelitian meliputi observasi penelitian, model dan variabel penelitian, penentuan metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta pengolahan data dan analisis. Melalui tahapan tersebut, penelitian diharapkan mampu menghasilkan data dan informasi yang valid mengenai perilaku adopsi teknologi layanan pembayaran digital pada pelaku UMKM.



Gambar 1 Diagram Alur Penelitian

2.1 Observasi Penelitian

Tahapan penelitian diawali dengan studi observasi awal terhadap pelaku UMKM di wilayah Surabaya Raya yang menggunakan layanan *Livin' Merchant*. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah menggunakan *Livin' Merchant* sebagai sarana pembayaran digital, khususnya melalui *QRIS*. Namun

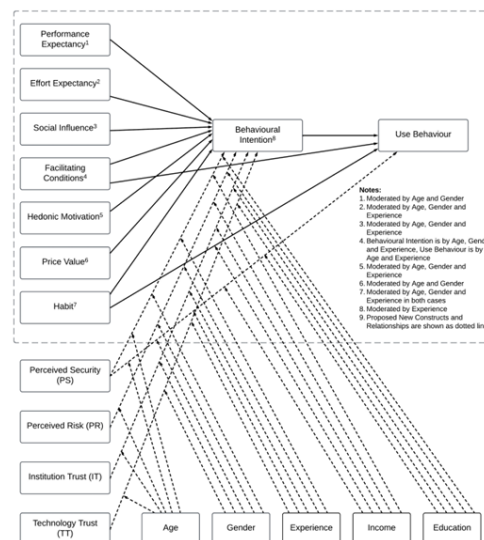
demikian, masih terdapat berbagai kendala dalam pemanfaatan fitur-fitur lanjutan seperti *Multi-Outlet*, sistem *POS* digital, katalog produk, *Bulk Upload* & Tambah Varian, hingga fitur *QR Table Order* dan *Kitchen Order Information*. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga mengalami kendala teknis seperti gagal login, kesulitan memahami navigasi aplikasi, serta hambatan penggunaan perangkat tambahan seperti *Card Dongle*. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa faktor usia, tingkat pendidikan, pengalaman digital, dan tingkat pendapatan mempengaruhi kemampuan pelaku UMKM dalam menerima dan menggunakan teknologi digital secara optimal [7].

2.2 Penentuan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis statistik inferensial untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *Livein' Merchant* pada pelaku UMKM di Surabaya Raya menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)* yang dimodifikasi [8]. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel secara objektif berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden penelitian [9].

2.3 Model dan Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan model *UTAUT 2* sebagai dasar teori untuk menganalisis perilaku adopsi teknologi. Variabel utama dalam model ini terdiri atas *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* [10]. Selain itu, penelitian ini menambahkan empat variabel tambahan yaitu *perceived security*, *perceived risk*, *institution trust*, dan *technology trust* untuk menyesuaikan dengan karakteristik layanan perbankan digital dan perilaku pelaku UMKM [11]. Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 2. Model UTAUT 2

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM pengguna *Livin' Merchant* di Surabaya Raya. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala *Likert* tujuh poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM pengguna *Livin' Merchant* di wilayah Surabaya Raya, sedangkan penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden merupakan pelaku UMKM yang telah menggunakan *Livin' Merchant* dalam aktivitas usahanya.

2.5 Pengolahan Data dan Analisis

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel dalam model penelitian [10]. Proses analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0 melalui beberapa tahapan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, evaluasi outer model, evaluasi inner model, serta pengujian hipotesis. Hasil analisis tersebut digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap adopsi *Livin' Merchant* pada pelaku UMKM di Surabaya Raya serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan layanan perbankan digital di sektor UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini disajikan hasil pengolahan data penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM pengguna *Livin' Merchant* di Surabaya Raya. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Tahapan analisis meliputi evaluasi *outer model*, *inner model*, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku adopsi *Livin' Merchant* pada pelaku UMKM di Surabaya Raya.

3.1. Outer Model

Analisis *outer model* dilakukan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas indikator dalam mengukur konstruk penelitian. Evaluasi dilakukan melalui uji *convergent validity*, *discriminant validity*, dan uji *reliabilitas*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria valid dan reliabel sehingga layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

3.1.1 Convergent Validity

Convergent validity digunakan untuk mengukur kemampuan indikator dalam merepresentasikan konstruk penelitian. Pengujian dilakukan melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE) menggunakan SmartPLS 4.0. Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai AVE > 0,5 [10]. Pengujian dilakukan terhadap data hasil penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM pengguna *Livin' Merchant* di Surabaya Raya.

Tabel 1. *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	Outer Loading
Performance Expectancy (PE)	X1.1	0.746
	X1.2	0.740
	X1.3	0.753
	X1.4	0.770
	X1.5	0.817
Effort Expectancy (EE)	X2.1	0.736
	X2.2	0.715
	X2.3	0.726
	X2.4	0.741
	X2.5	0.732
Social Influence (SI)	X3.1	0.747
	X3.2	0.733
	X3.3	0.704
	X3.4	0.763
	X3.5	0.735
Facilitating Conditions (FC)	X4.1	0.726
	X4.2	0.706
	X4.3	0.756
	X4.4	0.732
	X4.5	0.756
Hedonic Motivation (HM)	X5.1	0.750
	X5.2	0.728
	X5.3	0.744
	X5.4	0.756
Habit (HB)	X6.1	0.797
	X6.2	0.720
	X6.3	0.784
	X6.4	0.720
Price Value (PV)	X7.1	0.767
	X7.2	0.725
	X7.3	0.761
	X7.4	0.745
Perceived Security (PS)	X8.1	0.762
	X8.2	0.743
	X8.3	0.765
	X8.4	0.738
Perceived Risk (PR)	X9.1	0.824
	X9.2	0.870
	X9.3	0.884
	X9.4	0.890
Institution Trust (IT)	X10.1	0.753
	X10.2	0.743
	X10.3	0.732
	X10.4	0.755
	X11.1	0.763

Technology Trust (TT)	X11.2	0.712
	X11.3	0.761
	X11.4	0.758
Behavioral Intention (BI)	Y12.1	0.758
	Y12.2	0.714
	Y12.3	0.713
	Y12.4	0.717
Use Behavior (UB)	Y13.1	0.717
	Y13.2	0.725
	Y13.3	0.763
	Y13.4	0.752

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 1. Convergent Validity, seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,7 sehingga memenuhi kriteria convergent validity. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk penelitian dengan baik dan layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya. Selain pengujian melalui nilai *outer loading*, validitas konvergen juga dievaluasi menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE digunakan untuk mengetahui kemampuan konstruk dalam menjelaskan varians indikator-indikator yang membentuknya. Hasil pengujian nilai AVE pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2. Nilai AVE.

Tabel 2. Nilai *Average variance extracted* (AVE)

Variabel	<i>Average variance extracted</i> (AVE)
Performance Expectancy (PE)	0.586
Effort Expectancy (EE)	0.527
Social Influence (SI)	0.747
Facilitating Conditions (FC)	0.541
Hedonic Motivation (HM)	0.555
Habit (HB)	0.572
Price Value (PV)	0.562
Perceived Security (PS)	0.563
Perceived Risk (PR)	0.753
Institution Trust (IT)	0.586
Technology Trust (TT)	0.561
Behavioral Intention (BI)	0.527
Use Behavior (UB)	0.543

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 2, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,50, sehingga dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai AVE tersebut menunjukkan bahwa

setiap konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator yang membentuknya. Variabel Performance Expectancy memiliki nilai AVE sebesar 0,586, Effort Expectancy sebesar 0,527, Social Influence sebesar 0,747, Facilitating Conditions sebesar 0,541, Hedonic Motivation sebesar 0,555, Habit sebesar 0,572, Price Value sebesar 0,562, Perceived Security sebesar 0,563, Perceived Risk sebesar 0,753, Institution Trust sebesar 0,586, Technology Trust sebesar 0,561, Behavioral Intention sebesar 0,527, dan Use Behavior sebesar 0,543. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki hubungan yang baik dengan konstruk penelitian, sehingga model pengukuran dinyatakan valid dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

3.1.2 Uji Validitas Diskriminan

Discriminant validity atau uji validitas diskriminan digunakan untuk mengukur sejauh mana koefisien korelasi antar variabel laten serta signifikansinya dalam model penelitian. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Nilai validitas diskriminan dapat dilihat melalui nilai *Cross Loadings*, yang digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan antar konstruk dalam penelitian. Pada pengujian *cross loadings*, nilai *outer loading* dari setiap indikator harus lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi indikator tersebut terhadap konstruk lainnya.

Selain menggunakan *cross loadings*, validitas diskriminan juga dievaluasi menggunakan metode *Fornell-Larcker Criterion* untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk [10]. Hasil analisis *Fornell-Larcker Criterion* atau nilai akar kuadrat AVE pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3 berikut.

	BI	EE	FC	HB	HM	IT	PR	PS	PE	PV	SI	TT	UB
BI	0.726												
EE	0.516	0.726											
FC	0.543	0.553	0.735										
HB	0.491	0.512	0.467	0.757									
HM	0.544	0.433	0.423	0.463	0.745								
IT	0.551	0.518	0.583	0.451	0.498	0.746							
PR	-0.163	-0.093	-0.116	-0.076	-0.139	-0.195	0.868						
PS	0.536	0.493	0.558	0.496	0.445	0.481	-0.156	0.752					
PE	0.437	0.446	0.526	0.443	0.434	0.439	-0.122	0.428	0.766				
PV	0.574	0.511	0.588	0.506	0.457	0.496	-0.177	0.569	0.461	0.750			
SI	0.512	0.438	0.397	0.510	0.491	0.522	-0.123	0.466	0.448	0.516	0.737		
TT	0.532	0.570	0.579	0.479	0.550	0.522	-0.192	0.542	0.487	0.584	0.572	0.749	
UB	0.496	0.446	0.508	0.498	0.500	0.487	-0.185	0.521	0.511	0.485	0.446	0.507	0.736

Gambar 3. Nilai Fornell-Larcker Criterion

Berdasarkan Gambar 3 hasil Fornell-Larcker Criterion, setiap variabel memiliki nilai akar kuadrat AVE yang lebih besar dibandingkan nilai korelasi dengan variabel lain. Nilai tersebut ditunjukkan pada diagonal utama tabel dan direpresentasikan dengan warna hijau. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria validitas diskriminan berdasarkan

Fornell-Larcker Criterion telah terpenuhi, sehingga model pengukuran dalam penelitian ini dinyatakan valid untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

3.1.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan kestabilan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang digunakan pada penelitian. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability pada masing-masing konstruk. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability lebih besar dari 0,7, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator pada variabel tersebut mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat dipercaya. Hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. *Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*

	Cronbach's alpha	Composite reliability	Keterangan
BI	0.700	0.816	Reliabel
EE	0.776	0.780	Reliabel
FC	0.788	0.790	Reliabel
HB	0.752	0.765	Reliabel
HM	0.732	0.733	Reliabel
IT	0.734	0.735	Reliabel
PR	0.891	0.907	Reliabel
PS	0.745	0.748	Reliabel
PE	0.824	0.827	Reliabel
PV	0.741	0.743	Reliabel
SI	0.789	0.793	Reliabel
TT	0.740	0.745	Reliabel
UB	0.720	0.723	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability lebih besar dari 0,7. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dalam mengukur variabel penelitian. Variabel *perceived risk* memiliki nilai reliabilitas tertinggi dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,891 dan Composite Reliability sebesar 0,907, sedangkan variabel *behavioral intention* memiliki nilai reliabilitas terendah dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,700 dan Composite Reliability sebesar 0,816. Meskipun demikian, seluruh variabel tetap memenuhi kriteria reliabilitas sesuai dengan *rule of thumb* yang dikemukakan oleh [8]. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

3.2. Inner Model

Inner model atau model struktural digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam model penelitian. Evaluasi dilakukan melalui nilai R-square dan F-square untuk mengetahui kemampuan model dan besarnya pengaruh antar variabel.

3.2.1 Nilai R-Square

Nilai *R-square* digunakan untuk mengukur sejauh mana variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian. Berdasarkan *rule of thumb* yang dikemukakan [8], nilai *R-square* sebesar 0,75 menunjukkan model yang kuat, nilai 0,50 menunjukkan model dengan kekuatan moderat, dan nilai 0,25 menunjukkan model dengan kekuatan lemah. Hasil pengujian nilai *R-square* pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5 *R-Square*.

Tabel 5 Hasil *R-square*

Variabel	R-square	R-square adjusted
Behavioral Intention	0.519	0.509
Use Behavior	0.377	0.373

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa pengaruh variabel *Effort Expectancy*, *Facilitating Conditions*, *Habit*, *Hedonic Motivation*, *Institution Trust*, *Perceived Risk*, *Perceived Security*, *Price Value*, dan *Technology Trust*, *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* menghasilkan nilai *R-square* sebesar 0.519 dengan *R-square adjusted* sebesar 0.509. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan moderat, di mana variabel independen mampu menjelaskan 51,9% variasi pada variabel *Behavioral Intention*, sedangkan 48.1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Sementara itu, pengaruh variabel *Facilitating Conditions*, *Habit*, *Perceived Security* terhadap *Use Behavior* menghasilkan nilai *R-square* sebesar 0.377 dengan *R-square adjusted* sebesar 0.373. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan moderat, di mana variabel independen mampu menjelaskan 37,7% variasi pada variabel *Use Behavior*.

3.2.2 Nilai F-Square

F-square merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Nilai ini menunjukkan besarnya *effect size* yang diberikan oleh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan *rule of thumb* yang dikemukakan oleh [10], nilai *F-square* sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan nilai *F-square* dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil *F-square*

Variabel	F-square	Keterangan
<i>Effort Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.519	Pengaruh besar
<i>Facilitating Conditions -> Behavioral Intention</i>	0.011	Pengaruh sangat kecil
<i>Facilitating Conditions -> Use Behavior</i>	0.071	Pengaruh kecil
<i>Habit -> Behavioral Intention</i>	0.003	Pengaruh sangat kecil
<i>Habit -> Use Behavior</i>	0.011	Pengaruh sangat kecil
<i>Hedonic Motivation -> Behavioral Intention</i>	0.017	Pengaruh Sangat kecil
<i>Institution Trust -> Behavioral Intention</i>	0.016	Pengaruh sangat kecil
<i>Perceived Risk -> Behavioral Intention</i>	0.002	Pengaruh dapat diabaikan
<i>Perceived Security -> Behavioral Intention</i>	0.014	Pengaruh sangat kecil
<i>Performance Expectancy -> Behavioral Intention</i>	0.061	Pengaruh kecil
<i>Price Value -> Behavioral Intention</i>	0.036	Pengaruh kecil
<i>Social Influence -> Behavioral Intention</i>	0.023	Pengaruh kecil
<i>Technology Trust -> Behavioral Intention</i>	0.002	Pengaruh dapat diabaikan

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 6, sebagian besar variabel dalam model penelitian memiliki nilai F-square yang berada pada kategori pengaruh kecil hingga sangat kecil. Variabel *facilitating conditions* terhadap *use behavior*, *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*, *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*, *price value* terhadap *behavioral intention*, serta *social influence* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai F-square lebih besar dari 0,02 sehingga dikategorikan memiliki pengaruh kecil terhadap variabel dependen. Sementara itu, variabel *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*, *habit* terhadap *behavioral intention*, *habit* terhadap *use behavior*, *institution trust* terhadap *behavioral intention*, serta *perceived security* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai F-square di bawah 0,02 sehingga dikategorikan memiliki pengaruh sangat kecil dalam model penelitian. Selain itu, variabel *perceived risk* terhadap *behavioral intention* dan *technology trust* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai F-square sebesar 0,002 sehingga pengaruhnya terhadap variabel dependen dapat diabaikan karena tidak memberikan kontribusi yang berarti dalam model penelitian. Adapun variabel *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai F-square sebesar 0,519 yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memberikan pengaruh yang besar terhadap *behavioral intention* dalam model penelitian.

3.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *software* SmartPLS 4.0 dengan teknik bootstrapping untuk menganalisis hubungan antar variabel melalui nilai signifikansi. Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel dalam model penelitian memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Gambar 7.

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis		Statistik Uji			Keterangan	
No	Jalur	O	T-Statistic	P-Value	O	T
H1	PE→ BI	0.238	4.462	0.000	Positif	Diterima
H2	EE→ BI	0.099	1.653	0.098	Positif	Ditolak
H3	SI→ BI	0.144	2.630	0.009	Positif	Diterima
H4a	FC→ BI	0.108	1.950	0.051	Positif	Ditolak
H4b	FC→ UB	0.261	4.909	0.000	Positif	Diterima
H5	HM→ BI	0.191	3.112	0.002	Positif	Diterima
H6	PV→ BI	0.164	2.911	0.004	Positif	Diterima
H7a	HB→ BI	0.090	1.934	0.053	Positif	Ditolak
H7b	HB→ UB	-0.081	2.636	0.008	Negatif	Diterima
H8a	PS→ BI	0.125	2.087	0.037	Positif	Diterima
H8b	PS→ UB	0.133	1.975	0.048	Positif	Diterima
H9	PR→ BI	-0.022	0.803	0.422	Negatif	Ditolak
H10	IT→ BI	0.162	2.633	0.088	Positif	Diterima
H11	TT→ BI	0.046	0.680	0.496	Positif	Ditolak

Berdasarkan Tabel 7 hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut.

Hipotesis pertama menguji apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar 0.238, *T-statistic* sebesar 4.462, dan *P-value* sebesar 0.000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, sehingga hipotesis pertama diterima.

Hipotesis kedua menguji apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar 0.099, *T-statistic* sebesar 1.653, dan *P-value* sebesar 0.098. Nilai ini menunjukkan hubungan positif namun tidak signifikan karena *T-statistic* < 1.96 dan *P-value* > 0.05, sehingga hipotesis kedua ditolak.

Hipotesis ketiga menguji apakah *social influence* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar 0.144, *T-statistic* sebesar 2.630, dan *P-value* sebesar 0.009. Nilai tersebut menunjukkan hubungan positif dan signifikan, sehingga hipotesis ketiga diterima.

Hipotesis keempat (a) menguji apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar 0.108, *T-statistic* sebesar 1.950, dan *P-value* sebesar 0.051. Nilai ini menunjukkan hubungan positif namun tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak.

Hipotesis keempat (b) menguji apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *use behavior*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar 0.261, *T-statistic* sebesar 4.909, dan *P-value* sebesar 0.000. Nilai ini menunjukkan hubungan positif dan signifikan, sehingga hipotesis diterima.

Hipotesis kelima menguji apakah *hedonic motivation* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar 0.191, *T-statistic* sebesar 3.112, dan *P-value* sebesar 0.002, sehingga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Oleh karena itu, hipotesis kelima diterima.

Hipotesis keenam menguji apakah *price value* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar 0.164, *T-statistic* sebesar 2.911, dan *P-value* sebesar 0.004. Nilai ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, sehingga hipotesis keenam diterima.

Hipotesis ketujuh menguji apakah *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar 0.090, *T-statistic* sebesar 1.934, dan *P-value* sebesar 0.053. Nilai ini menunjukkan hubungan positif namun tidak signifikan karena tidak memenuhi kriteria signifikansi, sehingga hipotesis ketujuh ditolak.

Hipotesis ketujuh (b) menguji apakah *habit* berpengaruh terhadap *use behavior*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar -0.081, *T-statistic* sebesar 2.636, dan *P-value* sebesar 0.008. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *habit* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *use behavior*, sehingga hipotesis ketujuh (b) diterima.

Hipotesis kedelapan (a) menguji apakah *perceived security* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai original sample sebesar

0.125, *T-statistic* sebesar 2.087, dan *P-value* sebesar 0.037. Nilai ini menunjukkan hubungan positif dan signifikan, sehingga hipotesis kedelapan (a) diterima.

Hipotesis kedelapan (b) menguji apakah *perceived security* berpengaruh terhadap *use behavior*. Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0.133, *T-statistic* sebesar 1.975, dan *P-value* sebesar 0.048. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*, sehingga hipotesis kedelapan (b) diterima.

Hipotesis kesembilan menguji apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* sebesar -0.022, *T-statistic* sebesar 0.803, dan *P-value* sebesar 0.422. Nilai ini menunjukkan hubungan negatif dan tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak.

Hipotesis kesepuluh menguji apakah *institution trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0.162, *T-statistic* sebesar 2.633, dan *P-value* sebesar 0.008, sehingga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Oleh karena itu, hipotesis diterima.

Hipotesis kesebelas menguji apakah *technology trust* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil pengujian menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0.046, *T-statistic* sebesar 0.680, dan *P-value* sebesar 0.496. Nilai ini menunjukkan hubungan positif namun tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) yang dimodifikasi mampu digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *Livin' Merchant* pada pelaku UMKM di Surabaya Raya. Hasil analisis menggunakan metode SEM-PLS menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *price value*, *perceived security*, *institution trust*, serta *facilitating conditions* terhadap *use behavior* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *Livin' Merchant*. Selain itu, *perceived security* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*. Sementara itu, variabel *effort expectancy*, *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*, *habit* terhadap *behavioral intention*, *perceived risk*, dan *technology trust* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Variabel *habit* terhadap *use behavior* menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan.

Hasil evaluasi model menunjukkan bahwa seluruh indikator penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga model penelitian dinyatakan layak digunakan. Nilai *R-square* sebesar 0,519 pada variabel *behavioral intention* menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 51,9% variasi niat penggunaan *Livin' Merchant*, sedangkan nilai *R-square* sebesar 0,377 pada variabel *use behavior* menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 37,7% perilaku penggunaan aplikasi tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat penggunaan aplikasi, pengaruh lingkungan sosial, motivasi penggunaan, persepsi keamanan, nilai manfaat yang diperoleh, serta dukungan fasilitas menjadi faktor penting dalam meningkatkan adopsi Livin' Merchant pada pelaku UMKM. Oleh karena itu, pihak pengembang layanan diharapkan dapat meningkatkan kualitas fitur, keamanan sistem, kemudahan penggunaan, serta memberikan edukasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM agar pemanfaatan fitur Livin' Merchant dapat digunakan secara lebih optimal.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain di luar model penelitian ini, memperluas cakupan wilayah penelitian, serta menggunakan metode analisis yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif terkait perilaku adopsi teknologi digital pada sektor UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. M. Mufingatun, B. Prijanto, dan H. Dutt, "Analysis of Factors Affecting Adoption of Mobile Banking Application in Indonesia: An Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2)," *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, vol. 12, no. 2, pp. 88–106, 2020.
- [2]. F. Kurnia, "Pengembangan Niat Adopsi Mobile Wallet: Integrasi Model UTAUT2 dengan Social Connectedness dan Culture," *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, vol. 10, no. 2, pp. 145–160, 2021.
- [3]. R. Apaua dan H. S. Lallie, "Measuring User Perceived Security of Mobile Banking Applications," 2022.
- [4]. M. Hosoz and H. M. Ertunc, "Artificial Neural Network Analysis of an P. D. Yuliana dan A. Aprianingsih, "Factors Involved in Adopting Mobile Banking for Sharia Banking Sector Using UTAUT 2," *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, vol. 26, no. 1, 2022.
- [5]. I. Ghazali, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [6]. J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th ed., California: Sage Publications, 2018.
- [7]. FN. Aini dan R. Hartono, "Digital Payment Adoption among MSMEs in Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, vol. 4, no. 2, pp. 101–112, 2023.
- [8]. V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, dan X. Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *MIS Quarterly*, vol. 36, no. 1, pp. 157–178, 2012.
- [9]. U. Sekaran dan R. Bougie, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 8th ed., United Kingdom: Wiley, 2020.
- [10]. J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, dan M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed., California: Sage Publications, 2022.