

## PERAN PENERAPAN MODEL UTAUT (*UNITED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) PADA UMKM COFFEESHOP PENGGUNA GOFOOD DI KOTA GARUT

Suci Lestari<sup>1</sup>; Rohimat Nurhasan<sup>2</sup>; Fikri Fahru Roji<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Garut<sup>1,2,3</sup>

Email : [sucil1451@gmail.com](mailto:sucil1451@gmail.com)<sup>1</sup>; [rohimat.nurhasan@uniga.ac.id](mailto:rohimat.nurhasan@uniga.ac.id)<sup>2</sup>; [fikri@uniga.ac.id](mailto:fikri@uniga.ac.id)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Kemajuan teknologi, khususnya dalam era ekonomi digital, UMKM perlu menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi. Salah satunya adalah pemanfaatan platform digital seperti Gofood, yang telah terbukti membantu meningkatkan pendapatan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan platform Gofood oleh UMKM CoffeeShop di Kota Garut melalui penerapan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif digunakan dalam penelitian ini, melibatkan 35 Coffeeshop yang telah memanfaatkan Gofood. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Skala Likert serta dianalisis menggunakan teknik PLS-SEM. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa *Effort Expectancy* dan *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention* dan *Use Behavior*. Sebaliknya, *Performance Expectancy* dan *Social Influence* tidak menunjukkan pengaruh. Selain itu, *Behavior Intention* terbukti berpengaruh terhadap *Use Behavior*. Temuan ini memberikan wawasan bagi pengembang platform digital untuk lebih fokus pada aspek kemudahan penggunaan, dukungan teknis, dan aksesibilitas, dibandingkan dengan pengaruh sosial atau ekspektasi kinerja.

Kata Kunci : UTAUT; Gofood; UMKM; Coffeeshop; dan Kota Garut

### ABSTRACT

*Technological advances, especially in the digital economy era. MSMEs need to adapt to changes that occur. One of them is the utilization of digital platforms such as Gofood, which has been proven to help increase MSME income. This research aims to analyze the various factors that influence the acceptance and use of the Gofood platform by CoffeeShop MSMEs in Garut City through the application of the UTAUT model (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) A quantitative approach with an associative method was used in this study, involving 35 Coffeeshops that have utilized Gofood. Data were collected through a Likert Scale-based questionnaire and analyzed using the PLS-SEM technique. The findings of this research reveal Effort Expectancy and Facilitating Conditions have a positive influence on Behavior Intention and Use Behavior. In contrast, Performance Expectancy and Social Influence show no influence. In addition, Behavior Intention is shown to have an effect on Use Behavior. These findings provide insights for digital platform developers to focus more on aspects of ease of use, technical support, and accessibility, as opposed to social influence or performance expectations.*

*Keywords : UTAUT; Gofood; MSMEs; Coffeeshop; and Garut City*

## PENDAHULUAN

Teknologi telah memberikan dampak pada aspek kehidupan. salah satunya pada bisnis. UMKM di Indonesia, yang mencakup 99% pelaku usaha, memainkan peran penting dalam perekonomian. Pada 2023, tercatat sekitar 66 juta pelaku usaha UMKM yang menyumbang 61% terhadap PDB. UMKM berpotensi berkembang, membantu perekonomian nasional, serta mengurangi pengangguran dan kemiskinan (Firdhaus & Akbar, 2022). UMKM di Indonesia menyerap 97% tenaga kerja, setara dengan 117 juta pekerja, namun hanya 16% yang memanfaatkan ekonomi digital (Arianto, 2024). UMKM menghadapi tantangan dalam meningkatkan kinerja dan daya saingnya di tengah revolusi ekonomi digital (Arianto, 2024). Salah satu langkah strategis yang dapat diimplementasikan adalah memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran produk, sebagaimana yang dilakukan melalui layanan GoFood.

Gofood, layanan pesan antar makanan dari Gojek yang diluncurkan pada 2015, berperan besar dalam perekonomian lokal dengan membantu UMKM memasarkan produk secara digital. Pada 2022, Gofood menjadi pilihan utama bagi pelaku UMKM dengan 99,3% pengguna. Platform ini juga mendukung pengelolaan operasional UMKM. Pada 2021, 76% pengguna Gofood berhasil memperluas pasar, dan 63% di antaranya memanfaatkan platform ini untuk mengelola operasional bisnis mereka (Databoks). Penelitian Sitompul, (2023). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang bermitra dengan Gofood mengalami peningkatan pendapatan. Rata-rata, pendapatan mereka meningkat antara 17% hingga 60% setelah bergabung dengan platform ini (Aprilia Sari Dewi, 2022). Coffeeshop atau kedai kopi merupakan jenis usaha yang menyediakan beragam pilihan makanan dan minuman, termasuk kopi dan minuman non-kopi (Rasmikayati et al., 2020). Di Kota Garut, terdapat 47 Coffeeshop yang terdaftar di Dinas Perdagangan dan Perindustrian, dengan 35 di antaranya sudah bergabung dengan Gofood. Hal ini menunjukkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya teknologi untuk memperluas pasar, meskipun mereka belum sepenuhnya memaksimalkan manfaat dari platform tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik dan karyawan Coffeeshop di Kota Garut, mereka mengungkapkan bahwa penggunaan Gofood belum dimaksimalkan karena kesulitan dalam mengelola pesanan, terutama saat jam sibuk. Masalah seperti kurangnya notifikasi pesanan dan estimasi waktu yang terlalu singkat menyebabkan

keterlambatan, yang menurunkan rating dan kualitas layanan serta berdampak negatif pada kepuasan pelanggan. Hal ini menciptakan kesenjangan antara potensi dan hasil yang diharapkan dari penggunaan Gofood UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) merupakan kerangka teoretis yang dirancang untuk menganalisis penerimaan serta pemanfaatan teknologi, yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003) Model UTAUT membantu bisnis memahami cara memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Model ini mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*. UTAUT telah digunakan sebagai alat ukur untuk menilai niat perilaku dan perilaku pengguna teknologi, yang dibuktikan melalui berbagai penelitian.

Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Misalnya, studi yang dilakukan oleh Inder et al., (2022) menemukan bahwa hanya *Performance Expectancy* yang memengaruhi *Behavior Intention*. Sementara itu, penelitian Bommer et al., (2022) mengungkapkan bahwa *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh paling signifikan terhadap niat untuk menggunakan dompet elektronik (*e-wallets*). Di sisi lain, Al-Saedi et al., (2020) mengidentifikasi *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Sosial Influence* sebagai prediktor utama. Sedangkan Rahi et al., (2019) menyimpulkan bahwa *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* berkontribusi terhadap *Behavior Intention*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah dan kesenjangan dalam penelitian sebelumnya, serta menjelaskan faktor-faktor yang dapat memengaruhi *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* dalam penggunaan Gofood dengan menerapkan model UTAUT. Pendekatan UTAUT berperan penting dalam memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai minat dan perilaku pengguna dalam menggunakan Gofood pada UMKM Coffeeshop di Kota Garut. Diharapkan temuan penelitian ini dapat berfungsi sebagai rujukan bagi para peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi aspek lain dari adopsi teknologi. Selain itu, temuan ini diharapkan memberikan ringkasan dan rekomendasi bagi pengembang teknologi, khususnya Gofood. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi Gofood, UMKM dapat meningkatkan layanan mereka melalui platform tersebut. Dengan hal tersebut, peneliti ingin melaksanakan

penelitian yang berjudul "Peran Penerapan Model UTAUT pada UMKM Coffeeshop Pengguna Gofood di Kota Garut".

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### *Performance Expectancy*

Harapan kinerja (*Performance Expectancy*) mengacu pada tingkat di mana seseorang meyakini bahwa pemanfaatan sistem mampu mendukung pencapaian manfaat dalam meningkatkan kinerja tugasnya. (Venkatesh et al., 2012). Ekspektasi kinerja mirip dengan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) yang digunakan dalam model TAM menurut Davis 1989 dalam penelitian (Ali et al., 2024) Dalam penelitian ini, *Performance Expectancy* atau persepsi kegunaan berkaitan dengan bagaimana pelaku UMKM Coffeeshop di Kota Garut memandang penggunaan platform Gofood sebagai alat yang membantu mereka bekerja lebih efektif dan efisien dalam menjalankan usaha mereka. *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* pada penelitian (Jadil et al., 2021). Terdapat 5 dimensi yang berasal dari penelitian sebelumnya yaitu Manfaat Persepsi (Davis, 1989), Motivasi Ekstrinsik (Davis et al., 1992), *Job-Vit* (Thompson et al., 1991), Keunggulan Relatif (Moore & Benbasat, 1991) dan Harapan Hasil (Compeau & Higgins, 1995).

### *Effort Expectancy*

Harapan Usaha (*Effort Expectancy*) adalah keyakinan seseorang bahwa interaksinya dengan teknologi yang dituju tidak mengalami masalah (Venkatesh et al., 2012). Tingkat kenyamanan yang diharapkan orang saat menggunakan perangkat disebut ekspektasi usaha. Setiap orang mengharapkan bahwa teknologi baru akan membutuhkan usaha yang lebih sedikit untuk digunakan, sehingga memudahkan mereka dalam beraktivitas. Studi yang dilakukan oleh Purwanto & Loisa, (2020) menemukan *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*. Mengacu pada penelitian sebelumnya *Effort Expectancy* mengacu pada tiga dimensi yaitu Kemudahan Penggunaan yang dirasakan (Davis, 1989), Kompleksitas (Thompson et al., 1991), dan Kemudahan Penggunaan (Moore & Benbasat, 1991).

### *Social Influence*

Pengaruh sosial (*Social Influence*) adalah seberapa jauh seseorang percaya bahwa lingkungan di sekelilingnya mengharuskannya untuk menggunakan teknologi. (Venkatesh et al., 2012). *Social Influence* memiliki kekuatan untuk mengubah orang

lain (Vahdat et al., 2021). Penelitian Bommer et al., (2022) menunjukkan bahwa *Social Influence* memiliki dampak terhadap *Behavior Intention*. *Social Influence* diwakili oleh berbagai dimensi berdasarkan penelitian sebelumnya yaitu *Subjective Norm* (Davis, 1989), *social factor* (Thompson et al., 1991), dan *Image* (Moore & Benbasat, 1991).

### **Facilitating Conditions**

Fasilitas pendukung (*Fasilitas Conditions*) adalah keyakinan pengguna bahwa dukungan kelembagaan dan Infrastruktur yang ada dapat mendukung penerapan teknologi yang dimaksud (Venkatesh et al., 2012). Umumnya, dukungan teknis dan infrastruktur yang mendukung pemanfaatan sistem dikelompokkan di bawah *Fasilitas Conditions*. *Fasilitas Conditions* mempengaruhi *Use Behavior* (Hafifah et al., 2022). Berdasarkan penelitian sebelumnya *Fasilitas Conditions* mengacu pada beberapa dimensi yaitu *Perceived Behavior Control* (Ajzen, 2002) dan *Compatibility* (Moore & Benbasat, 1991).

### **Behavior Intention (Pengguna Gofood)**

Niat Perilaku (*Behavior Intention*) diartikan sebagai motivasi individu untuk memanfaatkan teknologi informasi demi tujuan yang positif. Dalam hal untuk menggunakan suatu sistem, minat merujuk pada kemauan pengguna untuk memanfaatkan sistem secara berkelanjutan dengan anggapan bahwa mereka memiliki akses ke sistem tersebut. (Venkatesh et al., 2003). *Behavior Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior* (Hafifah et al., 2022). Memiliki empat dimensi yaitu *prediction*, *intention*, *plan*, dan *recommendation* (Venkatesh et al., 2012).

### **Use Behavior (perilaku Pengguna)**

Perilaku Pengguna (*Use Behavior*) mengacu pada penggunaan teknologi informasi bisa diukur dari seberapa sering seseorang memanfaatkannya. Jika seseorang percaya bahwa sistem tersebut bermanfaat, maka kinerjanya akan meningkat (Venkatesh et al., 2012). Sebuah teknologi informasi akan digunakan jika pengguna merasa tertarik untuk menggunakannya. Dimensi yang mengukur *Use Behavior* yaitu *usage time*, *usage Frequency* dan *use variety* (Venkatesh et al., 2012). Adapun untuk kerangka pemikiran dan hipotesis 2.1 dalam penelitian ini yang akan dibuktikan berdasarkan landasan penelitian, yaitu :

H1: Penggunaan Gofood pada UMKM Coffeeshop di Kota Garut dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*

H2: Penggunaan Gofood pada UMKM Coffeeshop di Kota Garut dipengaruhi oleh *Effort Expectancy*

H3: Penggunaan Gofood pada UMKM Coffeeshop di Kota Garut dipengaruhi oleh *Sosial Inffleunce*

H4: *Use Behavior* dipengaruhi oleh *Fasilitas Conditions* pada UMKM Coffeeshop di Kota Garut

H5: *Use Behavior* dipengaruhi oleh Penggunaan Gofood (*Behavior Intention*) pada UMKM Coffeeshop di Kota Garut

### **METODE PENELITIAN**

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020:229). Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan subjek pelaku UMKM Coffeeshop yang menggunakan Gofood. Sampel diambil dengan teknik sensus dari 35 pelaku usaha. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis *Google Form* dengan Skala Likert. Penelitian ini mengadaptasi model UTAUT dengan modifikasi tanpa melibatkan variabel moderator, dengan variabel independen yang mencakup *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*, serta variabel dependen berupa *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*. Untuk menganalisis hubungan antar variabel, penelitian menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan aplikasi SmartPLS versi 3.0. Pendekatan ini dipilih karena dianggap sesuai untuk penelitian dengan sampel kecil, dengan ketentuan minimal 30 responden (Chin, 2000). Tujuan utama analisis adalah mengidentifikasi dan menjelaskan ada atau tidaknya korelasi signifikan dalam konteks penelitian teknologi, hubungan antara variabel independen dan variabel dependen terikat.

### **HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI**

#### **Karakteristik Responden**

Penelitian ini melibatkan sebanyak 35 UMKM Coffeeshop yang menggunakan Gofood. Dengan keterbatasan populasi yang ada, penelitian ini mengambil keseluruhan jumlah tersebut sebagai sampel untuk mendapatkan hasil yang representatif terhadap fenomena yang diteliti. Berdasarkan hasil pengujian, terdapat data 62,9% berjenis

kelamin wanita dan 37,1% berjenis kelamin pria. Dengan mayoritas bekerja 82,9% sebagai karyawan, 14,3% sebagai staf dan 2,9% sebagai pemilik usaha. Adapun hasil yang diperoleh menyimpulkan bahwa mayoritas yang mengoperasikan Gofood dalam aktivitas kegiatan usaha adalah karyawan perempuan karena karyawan adalah aset utama dalam perusahaan, karena tanpa adanya mereka, aktivitas perusahaan tidak akan terlaksana (Manulang, 2002).

## **Analisis dan Hasil Penelitian**

### **Analisis *Outer Model***

Pengujian *outer model* bertujuan untuk mengukur indikator dapat merepresentasikan variabel laten secara valid dan reliabel, dengan mengevaluasi *composite reliability*, *Cronbach's alpha*, *discriminant validity*, *convergent validity*, dan *average variance extracted* (AVE) (Jr. et al., 2023). Nilai-nilai tersebut digunakan untuk mengukur konsistensi internal, validitas indikator, dan keandalan data, memastikan model penelitian memiliki kualitas pengukuran yang memadai untuk mendukung analisis dan kesimpulan (Latan & Noonan, 2017).

### ***Convergent Validity***

*Convergent validity* bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana keterkaitan antara indikator dan konstruk atau variabel laten dengan baik. Sebuah indikator dianggap valid jika nilai faktor pemuatannya melebihi 0,70 (Jr. et al., 2023). Berdasarkan dari hasil uji *convergent validity* yang dilihat dari *loading factor* bahwa semua indikator dari setiap variabelnya mempunyai nilai sebesar  $> 0,70$ . Pada hal ini menunjukkan bahwa *convergent validity* dapat diuji lebih lanjut dalam analisis.

### ***Discriminant Validity***

Berdasarkan analisis data menggunakan uji PLS-SEM dengan program Smart-PLS, hasil uji *discriminant validity* memperlihatkan bahwa nilai *cross-loading* setiap indikator tertinggi pada variabel yang sesuai atau  $> 0,70$  (Ghazali & Latan, 2015). Dari temuan yang diperoleh, dapat diuraikan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian valid secara diskriminan. Selain itu, indikator dari konstruk tertentu memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan indikator dari konstruk lainnya.

### ***Composite Reliability***

Pada pengujian *composite reliability* ini, tujuan utamanya adalah untuk mengukur keandalan konstruk menggunakan PLS-SEM. Apabila nilai *composite*

*reliability* suatu konstruk melebihi 0,70 hal tersebut dianggap reliabel (Jr. et al., 2023). Pengujian *composite reliability* membuktikan seluruh konstruk reliabel dengan nilai di atas 0,70. Hasil pengujian *Cronbach's Alpha* pada tiap-tiap variabel adalah 0,851, 0,850, 0,759, 0,819, 0,854, dan 0,814 mengonfirmasi bahwa seluruh konstruk memiliki reliabilitas tinggi dan stabil.

#### ***Average Variance Extracted (AVE)***

Seluruh konstruk dalam model penelitian menunjukkan pola hubungan atau korelasi yang relatif sejalan antara satu dengan yang lain. Dengan demikian, konstruk tersebut dapat dianggap memiliki validitas diskriminan yang memadai apabila nilai *average variance extracted (AVE)* memenuhi kriteria yang ditentukan. Nilai AVE yang disarankan lebih dari 0,50 (Jr. et al., 2023). Hasil analisis mengungkapkan bahwa konstruk tersebut dapat menjelaskan lebih dari 50% variansi indikator.

#### **Analisis Inner Model**

Pengujian inner model mengevaluasi hubungan kausal antar variabel laten dan kemampuan model menjelaskan variabilitas data, dengan indikator seperti nilai R-squared ( $R^2$ ) yang menunjukkan kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. (Jr. et al., 2023). Nilai  $R^2$  yang tinggi menunjukkan kemampuan model yang baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Pengujian inner model juga melibatkan analisis *path coefficients* dan uji signifikansi untuk menilai kekuatan, arah pengaruh, serta validitas struktural model dalam mendukung hipotesis penelitian (Latan & Noonan, 2017).

#### **R-Square**

Nilai R-Square mengindikasikan sejauh mana variabel dependen (endogen) dapat dipahami atau dipengaruhi oleh variabel independen (eksogen). Berdasarkan hasil R-Square, nilai untuk *behavior intention* adalah 0,627 ini termasuk ke dalam kategori sedang karena  $> 0,50$  (Ghazali & Latan, 2015). Sehingga model ini membuktikan bahwa faktor *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* memberikan pengaruh sebesar 62,7% terhadap *behavior intention*, sementara 37,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Selain itu juga, berdasarkan hasil R square, nilai untuk *use behavior* adalah sebesar 0,591 ini termasuk dalam kategori sedang karena  $> 0,50$  (Ghazali & Latan, 2015) sehingga model ini menunjukkan bahwa faktor seperti *facilitating condition* dan *behavior intention* memberikan pengaruh sebesar 59,1%

terhadap *use behavior*, dan sebesar 40,9% sisanya dari faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi serta tidak terakomodasi dalam kerangka penelitian ini.

### **Pengujian Hipotesis**

Prosedur *bootstrapping* digunakan untuk menganalisis signifikansi pengaruh antar variabel dengan teknik resampling. Signifikansi diuji melalui nilai t-statistik ( $>1,96$ ) dan P-values ( $<0,05$ ) pada tingkat keyakinan 5%. Hasil uji hipotesis ini mendukung penerimaan teori secara empiris (Jr. et al., 2023).

### **Hasil Pengujian Hipotesis**

H1 = Ditolak karena t-statistik yang diperoleh adalah 0,334 yang lebih rendah dari 1,96, dengan angka P-value 0,739 melebihi ambang batas 0,05. Maka *performance expectancy* tidak memengaruhi *Behavior Intention* penggunaan Gofood pada UMKM Coffeeshop di Kota Garut.

H2 = Diterima karena nilai t-statistik sebesar 4,050 yang melebihi 1,96, serta angka P-value 0,000 yang di bawah standar yang ditentukan 0,05. Maka, *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavior intention* Penggunaan Gofood Pada UMKM Coffeeshop Di Kota Garut.

H3 = Ditolak karena nilai t-statistik untuk konstruk adalah 1,132 serta P-value sebesar 0,258, lebih kecil dari 1,96 serta lebih tinggi dari 0,05. Oleh karena itu, maka ditemukan *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention* dalam penggunaan Gofood pada UMKM Coffeeshop di Kota Garut.

H4 = Diterima karena t-statistik memiliki angka 2,400 serta P-value memiliki nilai 0,017 melebihi 1,96 serta lebih kecil dari 0,05. Sebagai hasilnya, bisa disimpulkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *use behavior* dalam penggunaan Gofood oleh UMKM Coffeeshop di Kota Garut.

H5 = Diterima karena nilai t-statistik adalah 3,092, dan P-value sebesar 0,002 lebih besar dari 1,96 dan kurang dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *behavior intention* memiliki pengaruh positif terhadap *use behavior* Gofood oleh UMKM Coffeeshop di Kota Garut

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap *Behavior Intentions***

Berdasarkan hasil analisis mengungkapkan bahwa *performance expectancy* tidak memberikan pengaruh terhadap *behavior intention* penggunaan Gofood pada UMKM

Coffeeshop di Kota Garut. Terbukti di Kota Garut, infrastruktur teknologi, seperti akses internet cepat dan stabil belum merata atau optimal. UMKM tidak sepenuhnya memanfaatkan aplikasi Gofood untuk meningkatkan kinerja bisnis karena keterbatasan akses teknologi. UMKM lebih terfokus pada keberlangsungan operasional sehari-hari dibandingkan dengan operasional melalui teknologi.

Artinya, UMKM di Kota Garut lebih mengutamakan kemudahan penggunaan aplikasi, biaya yang terjangkau, dan dukungan teknis, dibandingkan dengan peningkatan kinerja. Mereka cenderung mencari solusi yang mudah diadaptasi dan tidak membebani, mengingat keterbatasan infrastruktur digital dan pengetahuan teknologi. Gofood sudah dianggap memenuhi standar kinerja, sehingga faktor kinerja bukan lagi pembeda, melainkan kemudahan aplikasi dan dukungan ekosistem yang lebih berpengaruh. Konteks lokal juga memainkan peran penting, dengan nilai sosial dan budaya setempat serta rekomendasi dari sesama pengusaha yang memengaruhi keputusan mereka. Oleh karena itu, penyedia layanan seperti Gofood perlu menyesuaikan pendekatan mereka dengan kebutuhan praktis UMKM di Garut.

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menyebutkan *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention* (Purwanto & Loisa, 2020), (Bommer et al., 2022). Maka dari itu dengan dukungan ekosistem, seperti pelatihan dan layanan pelanggan, serta fleksibilitas teknologi untuk menyesuaikan kebutuhan bisnis, menjadi daya tarik utama. Selain itu, efisiensi waktu menjadi pertimbangan penting dalam memilih teknologi.

### **Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap *Behavior Intention***

*Effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavior intention* Penggunaan Gofood Pada UMKM Coffeeshop Di Kota Garut. Artinya, Jika *Effort expectancy* meningkat maka *behavior intention* akan meningkat. Para pelaku UMKM lebih memprioritaskan kemudahan penggunaan platform, seperti antarmuka yang sederhana dan navigasi yang intuitif, karena hal ini memudahkan mereka dalam mengelola pesanan dan promosi. Hasil ini sesuai dengan teori UTAUT, yaitu persepsi kemudahan teknologi memengaruhi niat pengguna. Penggunaan teknologi dalam sistem informasi telah memberikan manfaat dan kemudahan dalam berbagai bidang (Roji et al., 2023). UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya, seperti waktu dan keterampilan, cenderung lebih memilih untuk mengadopsi teknologi yang mudah

digunakan tanpa memerlukan pelatihan yang rumit. Penelitian ini sepadan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa *effort behavior* berpengaruh terhadap *behavior intention* (Purwanto & Loisa, 2020), (Jadil et al., 2021), (Chao, 2019), (Al-Saedi et al., 2020), (Jadil et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini *effort expectancy* harus menekankan kembali bahwa pentingnya platform yang ramah pengguna, terutama bagi UMKM dengan keterbatasan akses teknologi, untuk meningkatkan kenyamanan dan niat mereka dalam menggunakan Gofood.

### **Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Behavior Intention***

*Social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention* dalam penggunaan Gofood pada UMKM Coffeeshop di Kota Garut. Di daerah Garut, adopsi teknologi digital seperti GoFood belum menjadi norma yang dominan di kalangan pelaku UMKM. Infrastruktur digital yang belum optimal membuat interaksi sosial mengenai teknologi ini tidak tersebar luas. Dengan kata lain, *social influence* belum memiliki kekuatan yang cukup untuk memengaruhi keputusan karena penggunaan teknologi masih terfragmentasi. Pelaku UMKM Coffeeshop di Kota Garut sering kali mengutamakan pengalaman pribadi dan keuntungan langsung yang dirasakan daripada mengikuti pengaruh sosial, didasari oleh kebiasaan untuk mengandalkan pengalaman praktis mereka sendiri dalam menjalankan bisnis

Artinya, para pelaku UMKM lebih fokus pada faktor praktis, seperti kemudahan penggunaan dan efisiensi biaya, daripada dipengaruhi oleh pendapat orang lain, seperti keluarga atau pesaing. Meskipun pengaruh sosial sering dianggap penting dalam adopsi teknologi, temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Garut lebih dipengaruhi oleh faktor internal yang langsung berkaitan dengan operasional bisnis mereka. Penemuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang mengemukakan *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention* (Bommer et al., 2022), (Purwanto & Loisa, 2020). Oleh karena itu, untuk mendorong *social influence* di UMKM, lebih penting untuk fokus pada manfaat langsung yang diberikan teknologi, daripada pengaruh sosial eksternal.

### **Pengaruh *Fasilitating Condition* Terhadap *Use Behavior***

*Fasilitating condition* memiliki pengaruh positif terhadap *use behavior* dalam penggunaan Gofood oleh UMKM Coffeeshop di Kota Garut. Artinya, jika *fasilitating condition* meningkat maka *use behavior* juga akan meningkat. Para pelaku UMKM

lebih memperhatikan faktor pendukung seperti perangkat yang kompatibel, koneksi internet yang stabil, dan dukungan teknis dari Gofood untuk memudahkan mereka dalam mengoperasikan layanan tersebut. Internet telah menjadi bagian terpenting dari kehidupan manusia (Setiawan et al., 2020). Jika kondisi ini terpenuhi, mereka lebih cenderung menggunakan Gofood secara rutin dalam bisnis mereka. Selain itu, faktor-faktor pendukung seperti infrastruktur fisik dan teknis juga sangat penting bagi keberhasilan penggunaan teknologi oleh UMKM. Pada hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bawa *facilitating condition* memiliki pengaruh terhadap *use behavior* (Bommer et al., 2022), (Chao, 2019), (Purwanto & Loisa, 2020), (Al-Saedi et al., 2020), (Jadil et al., 2021). Maka dari itu, dengan adanya *facilitating condition* yang memadai, UMKM akan lebih mudah mengadopsi teknologi, seperti Gofood, untuk menunjang kelancaran operasional bisnis mereka.

#### **Pengaruh *Behavior Intention* Terhadap *Use Behavior***

*Behavior intention* memiliki pengaruh positif terhadap *use behavior* Gofood oleh UMKM Coffeeshop di Kota Garut. Artinya, jika tingkat *behavior intention* meningkat maka *use behavior* akan meningkat. Pelaku UMKM yang memiliki niat untuk menggunakan Gofood lebih cenderung menggunakannya dalam operasional bisnis mereka. Niat ini dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, efisiensi biaya, dan manfaat langsung yang dirasakan dari platform. Temuan ini menegaskan bahwa niat pengguna sangat mempengaruhi adopsi teknologi. Tanpa niat yang jelas, penggunaan teknologi secara berkelanjutan tidak akan tercapai. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari (Bommer et al., 2022), (Chao, 2019), (Purwanto & Loisa, 2020), (Al-Saedi et al., 2020), (Jadil et al., 2021). Oleh karena itu, untuk mendorong penggunaan Gofood lebih lanjut, penting untuk meningkatkan faktor-faktor yang memperkuat niat penggunaan, seperti kemudahan pengoperasian, manfaat yang langsung dirasakan, serta dukungan teknis yang disediakan oleh platform. Dengan demikian, UMKM akan merasa lebih nyaman dan memiliki keyakinan dalam mengintegrasikan Gofood ke dalam operasional sehari-hari mereka.

#### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi penerimaan dan pemanfaatan platform Gofood oleh UMKM CoffeeShop di Kota Garut dengan menggunakan model UTAUT. Hasil menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* dan

*Facilitating Conditions* memberikan pengaruh positif terhadap *Behavior Intention* dan *Use Behavior*, sementara *Performance Expectancy* dan *Social Influence* tidak menunjukkan pengaruh.

Implikasi praktis dari temuan ini mencakup beberapa aspek. Pertama, untuk meningkatkan *Performance Expectancy*, Gofood harus menekankan manfaat penggunaan platform dalam meningkatkan efisiensi operasional bagi pelaku UMKM. Kedua, dalam hal *Effort Expectancy*, desain antarmuka yang intuitif dan tutorial penggunaan dapat membantu pengguna merasa lebih nyaman dan mengurangi kesulitan saat mengelola pesanan. Ketiga, *Social Influence* dapat diperkuat melalui testimoni positif dari pengguna lain untuk membangun kepercayaan. Keempat, menyediakan *Facilitating Conditions* seperti dukungan teknis yang lebih baik dan infrastruktur yang memadai akan membantu pengguna dalam mengoptimalkan penggunaan Gofood. Terakhir, meningkatkan *Use Behavior* dapat dilakukan dengan memberikan insentif bagi pengguna untuk melakukan pemesanan secara rutin, sehingga mendorong adopsi jangka panjang terhadap platform tersebut.

### **Implikasi**

Implikasi temuan ini menunjukkan bahwa pengembang platform seperti Gofood perlu memahami bahwa pelaku UMKM lebih memprioritaskan kemudahan penggunaan, efisiensi biaya operasional, dan dukungan teknis, daripada peningkatan kinerja secara umum. Oleh karena itu, strategi pengembangan platform harus difokuskan pada elemen-elemen tersebut untuk meningkatkan daya tarik dan niat pengguna. Selain itu, termasuk preferensi budaya dan sosial, berperan signifikan dalam memengaruhi niat pengguna. Dengan memahami kebutuhan spesifik UMKM di suatu wilayah, platform dapat menawarkan solusi yang lebih relevan dan meningkatkan adopsi teknologi. Pendekatan yang lebih personal, seperti pelatihan atau insentif berbasis komunitas, juga dapat efektif dalam mendukung penerapan teknologi di kalangan UMKM.

### **Batasan**

Penelitian ini memiliki sejumlah batasan. Pertama bahwa penelitian ini hanya difokuskan pada UMKM Coffeeshop yang berlokasi di Kota Garut., sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi UMKM di daerah lain dengan perbedaan sosial, budaya, dan ekonomi. Kedua, variabel yang dikaji terbatas tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti peraturan, kondisi pasar, atau preferensi

pelanggan. Ketiga, fokus penelitian pada platform Gofood membuat hasilnya kurang relevan untuk aplikasi atau teknologi lainnya. Keempat, pendekatan kuantitatif yang digunakan hanya menganalisis data statistik tanpa menggali alasan atau motivasi di balik temuan, sehingga diperlukan studi kualitatif tambahan. Terakhir, hasil penelitian ini berlaku untuk kondisi saat ini dan dapat berubah seiring dengan perkembangan teknologi atau perubahan kondisi bisnis. Penelitian lanjutan disarankan untuk mencakup wilayah yang lebih luas, sektor UMKM lainnya, dan aspek teknologi yang lebih beragam agar hasilnya lebih menyeluruh.

### Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar Gofood lebih fokus pada faktor-faktor praktis yang relevan dengan UMKM, seperti kemudahan penggunaan, biaya yang terjangkau, dan dukungan teknis, daripada terlalu bergantung pada *performance expectancy*. Meskipun pengaruh sosial tidak signifikan, Gofood sebaiknya menekankan manfaat langsung yang dapat diperoleh pengguna dan mengurangi ketergantungan pada faktor eksternal. Untuk meningkatkan adopsi teknologi, Gofood perlu memastikan kondisi pendukung yang memadai, seperti perangkat yang kompatibel dan koneksi internet yang stabil. Selain itu, platform yang ramah pengguna dan mudah dipahami akan lebih meningkatkan niat serta konsistensi penggunaan oleh pelaku UMKM, yang pada gilirannya akan mendorong adopsi yang lebih luas.

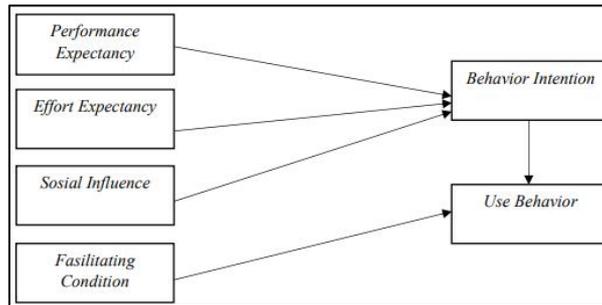
### DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, 62(September 2019), 101293. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Ali, M. B., Tuhin, R., Alim, M. A., Rokonzaman, M., Rahman, S. M., & Nuruzzaman, M. (2024). Acceptance and use of ICT in tourism: the modified UTAUT model. *Journal of Tourism Futures*, 10(2), 334–349. <https://doi.org/10.1108/JTF-06-2021-0137>
- Aprilia Sari Dewi. (2022). *ANALISA PEMANFAATAN APLIKASI GOFOOD BAGI PENDAPATAN UMKM DI KOTA BOGOR (studi kasus pada UMKM di Kecamatan Bogor Utara)*. [https://eprints.unpak.ac.id/6373/1/PRINT\\_Aprilia\\_Sari\\_Dewi\\_021117309\\_Skripsi.pdf](https://eprints.unpak.ac.id/6373/1/PRINT_Aprilia_Sari_Dewi_021117309_Skripsi.pdf)
- Arianto, B. (2024). *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. January 2020*.
- Bommer, W. H., Rana, S., & Milevoj, E. (2022). A meta-analysis of eWallet adoption using the UTAUT model. *International Journal of Bank Marketing*, 40(4), 791–819.

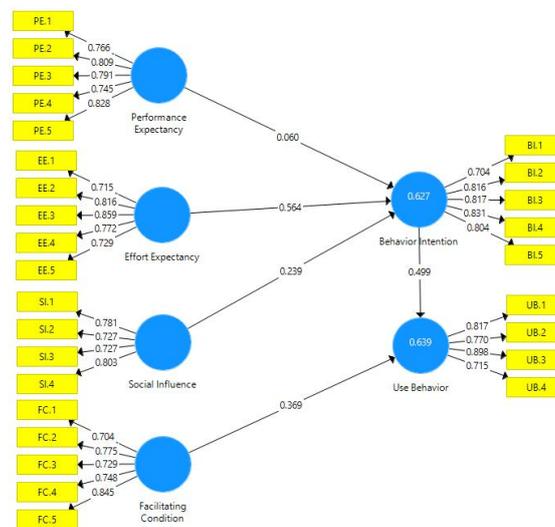
- <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0258>
- Chao, C. M. (2019). Factors determining the behavioral intention to use mobile learning: An application and extension of the UTAUT model. *Frontiers in Psychology, 10*(JULY), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01652>
- Chin, W. (2000). Partial Least Squares for Is Researchers: an Overview and Presentation of Recent Advances Using the Pls Approach. *Proceedings of the 21st International Conference on Information Systems, ICIS 2000*, 741–742.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Computer Self-Efficacy: Measure And Initial Development Of A Test. *MIS Quarterly, 19*(2), 189–211. <https://www.astm.org/Standards/E2368.htm>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems, 13*(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology, 22*(14), 1111–1132. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00945.x>
- Firdhaus, A., & Akbar, F. S. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Gubeng Surabaya. *Jurnal Proaksi, 9*(2), 173–187. <https://doi.org/10.32534/jpk.v9i2.2632>
- Ghazali, & Latan. (2015). *Structural Equation Modelling Alternative Method With Partial Last Square*. BP Diponegoro University.
- Hafifah, L. L., Utami, N. W., & Dwi Putri, I. G. A. P. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech ShopeePAY Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Akuntansi Bisnis, 15*(2), 102–117. <https://doi.org/10.30813/jab.v15i2.3574>
- Inder, S., Sood, K., & Grima, S. (2022). Antecedents of Behavioural Intention to Adopt Internet Banking Using Structural Equation Modelling. *Journal of Risk and Financial Management, 15*(4). <https://doi.org/10.3390/jrfm15040157>
- Jadil, Y., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2021). A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: The moderating role of sample size and culture. *Journal of Business Research, 132*, 354–372. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.052>
- Jr., J. F. H., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., P.Danks, N., & Ray, S. (2023). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Latan, H., & Noonan, R. (2017). Partial Least Squares Path Modeling (Basic Concepts, Methodological Issues and Applications). In *Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-64069-3\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-319-64069-3_13)
- Manulang, M. (2002). *Dasar-Dasar Manajemen*. Universitas Gadjah Mada.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research, 2*(3), 192–222. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). The Intention and Use Behaviour of the Mobile

- Banking System in Indonesia: UTAUT Model. *Technology Reports of Kansai University*, 62(06), 2757–2767.  
<https://www.researchgate.net/publication/343230847>
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alghizzawi, M., & Alnaser, F. M. (2019). Integration of UTAUT model in internet banking adoption context: The mediating role of performance expectancy and effort expectancy. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 411–435. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0032>
- Rasmikayati, E., Deaniera, A. N., Supyandi, D., Sukayat, Y., & Saefudin, B. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen: Pola Pembelian Kopi Serta Preferensi, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Kedai Kopi. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 969. <https://doi.org/10.25157/ma.v6i2.3629>
- Roji, F. F., Shiddieq, D. F., Gusdiana, R., & Puspita, E. (2023). Perancangan Sistem Informasi Bimbingan Skripsi Online (SIBIMO) dengan SCRUM Framework. *Jurnal Algoritma*, 20(2), 445–456. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.20-2.1459>
- Setiawan, R., Nurhasan, R., Hurriyati, R., & Wibowo, L. A. (2020). *Brand Credibility vs Brand Image: A Case Study of Gojek Customers' Loyalty*. 456(Bicmst), 50–52. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201021.012>
- Sitompul, C. A. R. (2023). Pengaruh Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kuliner Di Jatinangor. *Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan Dan Humaniora*, 2(3), 83–90.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization Utilization of Personal Computers Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization1. *Source: MIS Quarterly*, 15(1), 125–143.
- Vahdat, A., Alizadeh, A., Quach, S., & Hamelin, N. (2021). Would you like to shop via mobile app technology? The technology acceptance model, social factors and purchase intention. *Australasian Marketing Journal*, 29(2), 187–197. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.01.002>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://www.jstor.org/stable/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xin Xu. (2012). Consumer Sebuah Ceptance dan Use Of saya Informasi Technology : Extending The Unified Theory. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



Gambar 1. Kerangka Berpikir  
 Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024



Gambar 2. Nilai Loading Factor  
 Sumber : Data Diolah Peneliti

Tabel 1. Uji Discriminant Validity (Cross Loading)

	<i>Behavior Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
BI.1	0.704	0.522	0.722	0.641	0.730	0.481
BI.2	0.816	0.585	0.600	0.486	0.647	0.646
BI.3	0.817	0.701	0.490	0.405	0.356	0.659
BI.4	0.831	0.550	0.531	0.459	0.474	0.617
BI.5	0.804	0.670	0.409	0.530	0.431	0.580
EE.1	0.435	0.715	0.583	0.484	0.507	0.564
EE.2	0.452	0.816	0.611	0.619	0.600	0.672
EE.3	0.592	0.859	0.581	0.605	0.504	0.748
EE.4	0.641	0.772	0.624	0.569	0.595	0.619
EE.5	0.736	0.729	0.493	0.432	0.405	0.583
FC.1	0.461	0.535	0.704	0.527	0.724	0.575
FC.2	0.555	0.619	0.775	0.788	0.666	0.574
FC.3	0.542	0.526	0.729	0.605	0.694	0.369
FC.4	0.538	0.455	0.748	0.626	0.645	0.524
FC.5	0.537	0.653	0.845	0.665	0.680	0.610
PE.1	0.378	0.413	0.712	0.766	0.645	0.393
PE.2	0.510	0.546	0.672	0.809	0.669	0.615
PE.3	0.641	0.666	0.652	0.791	0.510	0.529

	<i>Behavior Intention</i>	<i>Effort Expectancy</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Performance Expectancy</i>	<i>Social Influence</i>	<i>Use Behavior</i>
PE.4	0.302	0.400	0.586	0.745	0.546	0.572
PE.5	0.516	0.585	0.712	0.828	0.621	0.640
SI.1	0.566	0.636	0.618	0.477	0.781	0.568
SI.2	0.391	0.414	0.664	0.555	0.727	0.484
SI.3	0.565	0.462	0.743	0.711	0.727	0.468
SI.4	0.424	0.461	0.682	0.520	0.803	0.538
UB.1	0.639	0.732	0.658	0.645	0.537	0.817
UB.2	0.552	0.625	0.626	0.598	0.685	0.770
UB.3	0.686	0.721	0.578	0.549	0.510	0.898
UB.4	0.528	0.526	0.392	0.439	0.445	0.715

Sumber : Data Diolah peneliti, 2024

Tabel 2 : Uji *Composite Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Behavior Intention</i>	0.854	0.896
<i>Effort Expectancy</i>	0.840	0.885
<i>Facilitating Condition</i>	0.819	0.873
<i>Performance Expectancy</i>	0.851	0.891
<i>Social Influence</i>	0.759	0.845
<i>Use Behavior</i>	0.814	0.878

Sumber : Data Diolah peneliti, 2024

Tabel 3 : AVE (*Average Variance Extracted*)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Behavior Intention</i>	0.633
<i>Effort Expectancy</i>	0.608
<i>Facilitating Condition</i>	0.580
<i>Performance Expectancy</i>	0.622
<i>Social Influence</i>	0.578
<i>Use Behavior</i>	0.644

Sumber : Data Diolah peneliti, 2024

Tabel 4 : *R Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Behavior Intention</i>	0.627	0.591
<i>Use Behavior</i>	0.639	0.616

Sumber : Data Diolah peneliti, 2024

Tabel 5 : *Path Coefficient*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P Values</i>
<i>Behavior Intention -&gt; Use Behavior</i>	0.499	0.494	0.162	3.092	0.002
<i>Effort Expectancy -&gt; Behavior Intention</i>	0.564	0.568	0.139	4.050	0.000
<i>Facilitating Condition -&gt; Use Behavior</i>	0.369	0.387	0.154	2.400	0.017
<i>Performance Expectancy -&gt; Behavior Intention</i>	0.060	0.060	0.181	0.334	0.739
<i>Social Influence -&gt; Behavior Intention</i>	0.239	0.257	0.211	1.132	0.258

Sumber : Data Diolah peneliti, 2024