

ANALISIS IMPLEMENTASI PENGGUNAAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE TERHADAP E-WALLET DANA DENGAN MODEL UTAUT

ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN E-WALLET DANA USING THE UTAUT MODEL

Muhammad Rafi Irsyadhie^{1*}, Muhammad Akbar Athaya², Daffa Ahmad Baihaqi³, Maheswara Prajapatisuta Sekti⁴

*E-mail: 22082010136@student.upnjatim.ac.id

^{1,2,3,4}Program Studi Sistem Informasi, UPN “Veteran” Jawa Timur

Abstrak

Peningkatan penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam platform pembayaran digital, khususnya melalui aplikasi E-Wallet, telah menjadi tren yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak faktor-faktor seperti harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan niat penggunaan terhadap perilaku penggunaan fitur Chatbot pada aplikasi Dana, sebuah platform E-Wallet di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi memfasilitasi secara positif mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan fitur Chatbot Dana. Ini berarti pengguna mengharapkan meningkatnya kualitas layanan, kemudahan penggunaan, serta memanfaatkan pengaruh sosial untuk mendorong adopsi teknologi. Dalam konteks ini, pengembangan teknologi AI yang canggih, pembaruan fitur secara berkala, dan strategi pemasaran yang efektif dapat menjadi langkah yang efektif untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan fitur Chatbot Dana.

Kata kunci: *artificial intelligence, sistem pembayaran digital, chatbot dana*

Abstract

The increasing use of artificial intelligence (AI) technology in digital payment platforms, particularly through E-Wallet applications, has become a significant trend. This research aims to investigate the impact of factors such as performance expectations, business expectations, social influence, and usage intentions on the behavior of using the Chatbot feature on the Dana application, an E-Wallet platform in Indonesia. Research findings show that performance expectations, effort expectations, social influence, and facilitating conditions positively influence the intention and behavior of using the Dana Chatbot feature. This means users expect increased service quality, ease of use, as well as leveraging social influence to drive technology adoption. In this context, the development of advanced AI technology, regular feature updates, and effective marketing strategies can be effective steps to increase the adoption and use of Dana's Chatbot features.

Keywords: *Artificial Intelligence, digital payment systems, Dana Chatbots*

1. PENDAHULUAN

Pada era digital yang makin maju, pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah menjadi semakin meluas, mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk sistem pembayaran digital. Salah satu bentuk pembayaran digital yang semakin populer adalah *e-Wallet*, yang menawarkan kecepatan, keamanan, dan kemudahan ketika melakukan transaksi. Hal tersebut adalah bentuk aplikasi *fintech*, *fintech* dapat diartikan industri yang terdapat perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi layanan pada bidang keuangan. *Fintech* mencakup berbagai kategori, seperti pengiriman uang, pembayaran digital, serta transaksi keuangan lainnya [1]. Penerapan teknologi AI telah menjadi strategi yang krusial bagi penyedia layanan untuk meningkatkan pengalaman pengguna, keamanan, dan efisiensi operasional. Salah satu cara yang dimanfaatkan dalam bidang *fintech* adalah melalui *e-wallet*.

E-wallet adalah suatu layanan elektronik yang berfungsi sebagai wadah menyimpan data terkait alat pembayaran, baik berupa kartu maupun uang elektronik, yang mengandung nilai untuk melakukan transaksi pembayaran [2]. Aplikasi *e-wallet* menyediakan layanan untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan, memungkinkan mereka untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan keuangan dengan lebih mudah, cepat, dan fleksibel, kapanpun dan dimanapun kita berada [3].

Dana merupakan salah satu dari platform pembayaran digital yang banyak digunakan di Indonesia, telah memperkenalkan berbagai inovasi yang didukung oleh kecerdasan buatan (AI) untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Salah satu implementasi AI yang penting adalah dalam menemukan solusi dari sebuah masalah yang ditemui oleh para penggunanya, yaitu *chatbot*. Melalui pemanfaatan *chatbot* yang didukung AI, interaksi digital dengan pelanggan ditingkatkan dengan pemberian bantuan yang tepat waktu dan simulasi percakapan yang menyerupai interaksi manusia. *Chatbot* menjadi semakin canggih dalam memahami konteks dan belajar dari pengalaman interaksi sebelumnya. Dengan demikian, kehadiran *chatbot* yang didukung AI memberikan kontribusi signifikan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendukung kesuksesan bisnis [4]. Melalui Analisis data berdasarkan informasi yang diberikan pengguna sehingga dengan menggunakan AI, Dana dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan menganalisis pola penggunaan, mengoptimalkan proses transaksi, dan memberikan solusi terkait masalah yang dialami pengguna [5].

2. METODOLOGI

Studi ini bertujuan untuk menyelidiki pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam platform Dana E-Wallet dengan menerapkan kerangka kerja *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). UTAUT adalah model yang diakui secara luas untuk mengevaluasi adopsi teknologi informasi, berfokus pada perilaku pengguna [6]. Metode ini telah banyak digunakan oleh peneliti untuk memahami pemanfaatan dan penerimaan teknologi informasi [7].

UTAUT dipilih karena efektivitasnya dalam menilai faktor-faktor yang memengaruhi cara pengguna mengadopsi dan menggunakan teknologi. Metode ini mengenali berbagai faktor kunci yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi baru, termasuk penerapan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam *e-wallet* Dana.

Model UTAUT menyatakan bahwa niat untuk menggunakan suatu sistem (*behavioral intention*) dan tindakan pengguna yang sebenarnya (*use behaviour*) dipengaruhi oleh harapan atas kinerja sistem (*Performance Expectancy*), harapan atas usaha yang dibutuhkan (*effort expectancy*),

pengaruh dari lingkungan sosial (social influence), serta kemudahan fasilitas yang tersedia (*facilitating conditions*) [8].

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kausal bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara dua atau lebih variabel [9]. Fokusnya adalah pada bagaimana variabel independen berinteraksi dan memengaruhi variabel dependen. Pendekatan kuantitatif, sebagai filosofi positivisme, adalah metode penelitian yang menggunakan instrumen analitis untuk mengumpulkan dan menganalisis data secara numerik dari kelompok-kelompok tertentu atau sampel untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

2.2 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah mahasiswa dari UPN "Veteran" Jawa Timur yang aktif menggunakan *e-wallet* Dana. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan metode pengambilan sampel acak, yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai bagian dari sampel. Untuk menentukan minimum sampel, penelitian ini menggunakan Rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terbatas [10]. Sehingga didapat target minimum sampel yaitu 96 orang. Kami telah berhasil mengumpulkan 128 responden untuk penelitian ini, yang dianggap memadai sebagai representasi dari populasi yang diteliti. Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dalam analisis PLS-SEM, sebaiknya ukuran sampel minimum yaitu sepuluh kali lipat dari jumlah maksimal jalur yang terkait dengan variabel laten. Dalam kasus ini, terdapat lima jalur, maka dari itu ukuran sampel minimal yang disarankan yaitu 50. Sementara itu, jumlah 128 responden dianggap memadai karena berdasarkan statistik, jumlah sampel yang lebih besar cenderung menghasilkan keluaran yang lebih baik.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode akumulasi data dalam penelitian ini melibatkan distribusi kuesioner melalui platform *google form*, yang kemudian didistribusikan secara daring maupun luring melalui beragam kanal. Setiap elemen dalam kuesioner akan dievaluasi menggunakan skala Likert yang terdiri atas lima tingkat respons. Pemilihan skala Likert diprioritaskan karena dianggap lebih presisi dibanding dengan dengan alternatif pilihan ganda.

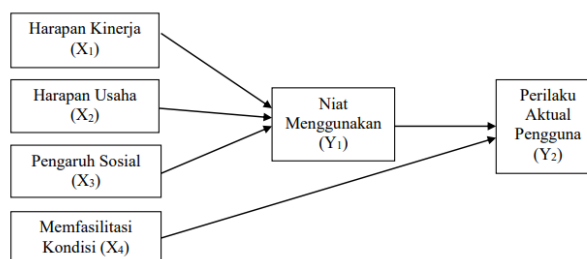
2.4 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan analisis statistik menggunakan PLS-SEM. [12]. Metode *Partial Least Square* (PLS) dipakai untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pengunjung. Pengimplementasian PLS terbukti sangat baik dalam mengurangi segala kendala yang ditemukan ketika memprediksi dan mengembangkan variabel dalam suatu penelitian [13]. Analisis ini memberikan manfaat penting bagi lembaga atau instansi dalam upayanya meningkatkan kualitas pelayanan. Proses analisis data terfokus pada dua aspek, yaitu model outer dan inner. Uji Outer Model mencakup validitas dan reliabilitas [14]. Outer model digunakan untuk mengevaluasi validitas kuesioner dengan memeriksa agar tidak ada variabel yang nilainya di bawah batas yang telah ditetapkan. Uji validitas melibatkan uji konvergensi dan validitas diskriminan. Konsistensi dapat dilihat melalui nilai keandalan komposit. Sedangkan uji inner model bertujuan untuk mengukur koefisien determinan (R-square) dan *Path Coefficient*.

2.5 Hipotesis

Hipotesis berarti perkiraan awal atau dugaan sementara terhadap permasalahan atau pertanyaan penelitian yang perlu diuji kebenarannya [15]. Adapun hipotesis pada penelitian ini yang dirumuskan :

1. Pengaruh Harapan Kinerja terhadap Niat Menggunakan Dana
Harapan kinerja merupakan keyakinan seseorang dalam mencapai hasil yang menguntungkan dalam pekerjaan mereka melalui sistem yang mereka gunakan. Penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam Dana dapat meningkatkan efisiensi sistem dengan menganalisis pola penggunaan, meningkatkan kecepatan transaksi, memperkuat keamanan, dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.
H1 : Harapan kinerja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan Dana.
2. Pengaruh Harapan Usaha terhadap Niat Menggunakan Dana
Harapan usaha adalah bahwa sistem informasi akan menjadi lebih mudah digunakan, sehingga orang tidak perlu lagi melakukan banyak usaha untuk menyelesaikan pekerjaan mereka, dimana penggunaan AI pada Dana dapat membuat sistem lebih mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna. Fitur-fitur yang disempurnakan oleh AI, seperti chatbot untuk layanan pelanggan, dapat mengurangi upaya yang diperlukan oleh pengguna dalam melakukan transaksi.
H2 : Harapan usaha berpengaruh positif terhadap niat menggunakan Dana.
3. Pengaruh Sosial terhadap Niat Menggunakan Dana
Pengaruh sosial adalah seberapa besar pengaruh dari lingkungan sekitar seseorang, seperti teman, keluarga, dan komunitas, dalam mendorong mereka untuk memanfaatkan layanan pembayaran melalui ponsel yang sama. Orang-orang dalam masyarakat biasanya terpengaruh oleh lingkungan mereka, terutama saat mereka didorong untuk mengadopsi hal-hal baru, seperti teknologi baru [16].
H3 : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat menggunakan Dana.
4. Pengaruh Kondisi Memfasilitasi terhadap Perilaku Aktual Pengguna Dana
Variabel ini menggambarkan seberapa yakin seseorang bahwa Dana harus memiliki infrastruktur dan sumber daya yang memadai untuk mendukung implementasi kecerdasan buatan, seperti perangkat mobile yang sesuai, koneksi internet yang stabil, dan kemampuan pengguna dalam mengoperasikannya [17].
H4: Memfasilitasi kondisi berpengaruh positif terhadap perilaku aktual pengguna Dana.
5. Pengaruh Niat Menggunakan terhadap Perilaku Aktual Pengguna Dana
Kemauan yang kuat untuk melakukan sesuatu (*Behavioural intention*) dapat memengaruhi seberapa sering seseorang menggunakan suatu sistem. *Behavioural intention* adalah keinginan atau kemauan seseorang untuk memanfaatkan suatu sistem di masa depan. Seseorang akan memilih untuk memanfaatkan suatu sistem ketika merasa tertarik untuk melakukannya.
H5: Niat menggunakan (*behavioural intention*) berpengaruh positif terhadap perilaku aktual pengguna Dana.

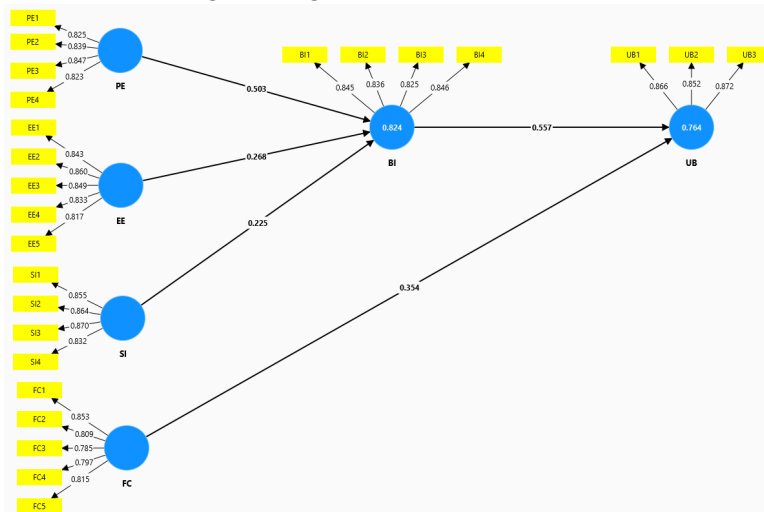


Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Uji Outer Model

Outer model dipergunakan guna menguji alat ukur yang dipakai pada penelitian ini pantas untuk dipakai [18]. Uji validitas konvergen sebagai berikut:



Gambar 2. Output Uji Validitas Konvergen

Gambar 3 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, semua indikator dalam penelitian ini memenuhi standar loading luar yang telah ditetapkan, dengan nilai di atas 0,7, menunjukkan kualitas yang baik. Validitas konvergensi dalam model luar juga dievaluasi melalui nilai Average Variance Extracted (AVE), yang mencerminkan seberapa baik variasi indikator dalam suatu konstruk tertentu dapat dijelaskan oleh konstruk tersebut. Nilai AVE yang diharapkan minimal mencapai 0,5. Berikut ini tabel yang menampilkan nilai AVE untuk setiap konstruk:

Table 1. Tabel Nilai AVE

Variabel	Nilai AVE (>0,5)
<i>Performance Expectancy</i>	0.702
<i>Effort Expectancy</i>	0.706
<i>Social Intelligence</i>	0.659
<i>Facilitating Condition</i>	0.695
<i>Behaviour Intention</i>	0.731
<i>Use Behaviour</i>	0.746

Tabel 1 mengilustrasikan bahwa setiap variabel memiliki nilai AVE melebihi 0,5, yang menandakan tingkat validitas konvergensi yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel secara efektif menjelaskan lebih dari lima puluh persen varian dalam setiap indikator. Penilaian validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan akar kuadrat nilai AVE antar konstruk dan korelasi antar konstruk dalam model. Di bawah ini merupakan tabel yang menggambarkan hasil validitas diskriminan menggunakan nilai akar kuadrat AVE.

Table 2. Tabel Hasil Validitas Diskriminan Dengan Nilai Akar Kuadrat AVE

Variabel	BI	EE	FC	PE	SI	UB
<i>Behaviour Intention</i>	0.838					
<i>Effort Expectancy</i>	0.808	0.840				
<i>Facilitating Condition</i>	0.836	0.873	0.812			
<i>Performance Expectancy</i>	0.871	0.783	0.861	0.834		
<i>Social Influence</i>	0.752	0.649	0.734	0.701	0.855	
<i>Use Behaviour</i>	0.852	0.807	0.819	0.815	0.724	0.864

Sebagaimana terlihat dalam Tabel 2, akar kuadrat rata-rata varian diekstraksi (AVE) menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan ukuran konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk yang terdapat dalam model penelitian telah memenuhi standar validitas diskriminan yang telah ditetapkan.

3.2 Uji Indikator Reliability

Pengujian reliabilitas merupakan langkah penting dalam menilai validitas suatu alat pengukur dalam mengukur variabel penelitian tertentu [19]. Uji reliabilitas adalah metode untuk menilai suatu kuesioner yang memiliki indikator dari suatu variabel atau konstruk [20]. Sebuah konstruk dianggap reliabel jika menunjukkan nilai keandalan komposit yang melebihi ambang batas 0,70.

Table 3. Tabel Uji Indikator Reliability

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0.859	0.859	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0.896	0.897	Reliabel
<i>Social Intelligence</i>	0.871	0.876	Reliabel
<i>Facilitating Condition</i>	0.854	0.855	Reliabel
<i>Behaviour Intention</i>	0.878	0.882	Reliabel
<i>Use Behaviour</i>	0.830	0.830	Reliabel

Dari data yang tertera dalam Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memiliki tingkat keandalan komposit yang melebihi 0,70, sementara nilai *alpha Cronbach* melebihi 0,60. Ini menunjukkan bahwa reliabilitas konstruk-konstruk tersebut cukup baik.

3.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model inner dilakukan untuk mengamati efek dari hubungan antara variabel, baik secara langsung maupun tidak langsung. Saat mengevaluasi model struktural, kita dapat memeriksa R-square pada variabel laten endogen dan menguji hipotesis dengan mempertimbangkan nilai t-statistik.

Table 4. Tabel R-square

Variabel	Nilai R-square
<i>Behaviour Intention</i>	0.824
<i>Use Behaviour</i>	0.764

Tabel 4 menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*R-square*) untuk variabel niat menggunakan adalah 0,824. Artinya, sekitar 82,4% variasi dalam Intensi Perilaku dapat dijelaskan oleh faktor-faktor seperti Harapan Kinerja, Harapan Usaha, dan Kecerdasan Sosial. Faktor lain bertanggung jawab atas 17,6 persen sisa.. Untuk variabel Perilaku Penggunaan, koefisien determinasinya adalah 0,764, menunjukkan bahwa sekitar 76,4% variasi dalam Perilaku Penggunaan dapat dijelaskan oleh faktor-faktor seperti Kondisi Pendukung dan Intensi Perilaku, dengan 23,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Kesimpulannya, faktor-faktor penerimaan dan penggunaan memiliki dampak yang signifikan terhadap Intensi Perilaku dan Perilaku Penggunaan dalam penelitian ini.

Pada SmartPLS, pengujian hipotesis menggunakan metode *bootstrapping* pada data sampel. Untuk menguji hipotesis melalui koefisien jalur, kita melihat nilai *p-values* nya. Sebuah hubungan antara variabel dianggap signifikan jika nilai *t-statistics* melebihi nilai yang terdapat dalam *t-table* [21]. Untuk menentukan hipotesis dapat diterima adalah apabila nilai *p-values* < 0,05. Untuk menentukan arah hubungan hipotesis, kita menggunakan nilai sampel asli. Apabila nilai sampel asli positif, maka korelasi hipotesisnya juga positif. Sebaliknya, jika nilai sampel asli negatif, maka arah hubungannya juga bersifat negatif.

Table 5. Tabel Koefisien Jalur

Hubungan Variabel	Original Sample	t-statistics	p-values	Keputusan
PE → BI	0.557	4.890	0.000	H1 Diterima
EE → BI	0.268	2.596	0.009	H2 Diterima
SI → BI	0.354	3.170	0.002	H3 Diterima
FC → UB	0.503	4.752	0.000	H4 Diterima
BI → UB	0.225	3.097	0.002	H5 Diterima

Dapat dilihat dari tabel 5 mengindikasikan bahwa kelima hipotesis yaitu H1, H2, H3, H4, dan H5 diterima.

3.4 Pembahasan

Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*) Berpengaruh Positif terhadap Niat Penggunaan (*Behavioural intention*)

Nilai p variabel harapan kinerja telah memenuhi syarat, menurut hasil uji hipotesis pertama. Ini membuktikan bahwa faktor-faktor seperti kenyamanan, efektivitas, dan kecepatan *Chatbot* Dana dapat berpengaruh terhadap niat pengguna untuk mengadopsi layanan tersebut. Dengan kata lain, semakin tinggi harapan kinerja, semakin besar kemungkinan seseorang akan menggunakan *Chatbot* Dana untuk menemukan solusi atas permasalahan pada Aplikasi Dana. Harapan kinerja menggambarkan seberapa baik teknologi baru dapat memberikan manfaat kepada pengguna dalam aktivitas tertentu, merupakan faktor penting dalam mempengaruhi niat penggunaan (*Behavioural intention*) fitur *Chatbot* Dana.

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa fitur *Chatbot* Dana berhasil memenuhi harapan kinerja pengguna, yang kemudian berdampak pada kinerja atau produktivitas yang lebih baik. Ini mengarah pada peningkatan niat pengguna untuk menggunakan fitur *Chatbot* pada aplikasi Dana. Oleh karena itu, Perusahaan harus mempertahankan tingkat harapan kinerjanya agar minat pengguna untuk memanfaatkan layanan tersebut tetap tinggi.

Harapan Usaha (*Effort Expectancy*) Berpengaruh Positif terhadap Niat Penggunaan (*Behavioural Intention*)

Nilai p untuk variabel harapan usaha (*Effort Expectancy*), atau harapan usaha, telah memenuhi syarat, menurut hasil uji hipotesis kedua. Ini menunjukkan bahwa niat penggunaan (*Behavioural Intention*) fitur *chatbot* di Dana dipengaruhi secara signifikan oleh seberapa mudah digunakan. Variabel harapan usaha, yang mencerminkan seberapa mudahnya individu mengadopsi teknologi baru, memainkan peran krusial dalam tahap awal adopsi teknologi ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur *Chatbot* Dana memiliki pemahaman yang cukup terhadap teknologi, sehingga kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penentu dalam niat penggunaan untuk menggunakan fitur *Chatbot* pada aplikasi Dana.

Pengaruh Sosial (*Social Influence*) Berpengaruh Positif terhadap Niat Penggunaan (*Behavioural Intention*)

Nilai p untuk variabel pengaruh sosial memenuhi syarat, menurut hasil pengujian hipotesis ketiga. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti jumlah pengguna di sekitar, dampak media massa, meningkatnya kepercayaan diri dalam lingkungan sosial, dan rekomendasi orang terdekat memainkan peran penting dalam menentukan niat pengguna untuk menggunakan fitur *Chatbot* dalam aplikasi Dana.

Pandangan tentang dampak sosial dalam penelitian ini adalah seberapa jauh tindakan individu lain memengaruhi pemanfaatan fitur bantuan *Chatbot* pada platform Dana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pengaruh sosial berperan penting dalam keputusan penggunaan *Chatbot* Dana. Oleh karena itu, bisa ditarik kesimpulan bahwa semakin besar pengaruh sosial seseorang, semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan fitur *Chatbot* Dana.

Kondisi Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Aktual Pengguna (*Use Behaviour*)

Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa nilai p -values yang diperoleh untuk variabel memfasilitasi kondisi terpenuhi. Ini menyarankan bahwa faktor-faktor seperti sumber daya, bantuan dari pihak tertentu, dan ketersediaan fasilitas mungkin berperan dalam memengaruhi cara pengguna memanfaatkan fitur bantuan *Chatbot* dalam Aplikasi Dana. Hasilnya menunjukkan bahwa lebih banyak orang menggunakan fitur *Chatbot* Dana jika mereka memiliki lebih banyak pendukung.

Hasil penelitian ini menyiratkan bahwa lingkungan yang mendukung akan meningkatkan penggunaan fitur *Chatbot* Dana. Ini berarti bahwa jika pengguna Dana memiliki akses yang memadai untuk menggunakan platform tersebut, didukung oleh sarana seperti koneksi internet, serta mendapatkan bantuan dari orang-orang tertentu, maka penggunaan fitur *Chatbot* pada aplikasi Dana akan meningkat.

Niat Penggunaan (*Behavioural Intention*) Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Aktual Pengguna (*use behaviour*)

Hasil uji hipotesis kelima menunjukkan bahwa nilai *p-values* untuk variabel niat penggunaan terpenuhi. Artinya, semua faktor yang memengaruhi niat penggunaan berpotensi memiliki pengaruh yang nyata terhadap perilaku penggunaan fitur *Chatbot* Dana. Dalam konteks penelitian ini, niat penggunaan untuk terus menggunakan fitur bantuan *Chatbot* untuk menyelesaikan suatu permasalahan pada aplikasi Dana berhubungan dengan tingkat penggunaan aktualnya (*use behaviour*). Hasil positif dari penelitian menunjukkan bahwa semakin kuat niat seseorang untuk menggunakan fitur *Chatbot* Dana, semakin tinggi juga kemungkinan bahwa mereka akan menggunakan platform tersebut secara aktif.

Implikasinya adalah bahwa perusahaan perlu menjaga dan memperkuat tingkat niat pengguna untuk menggunakan fitur *Chatbot* Dana ini agar penggunaan *platform* tersebut tetap tinggi. Untuk mencapai hal ini, langkah-langkah yang tepat untuk dilakukan adalah memperhatikan dan selalu memperbarui fitur tersebut agar tetap relevan dengan kebutuhan pengguna aplikasi Dana.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menerapkan model UTAUT untuk memahami niat dan perilaku pengguna fitur *Chatbot* Dana di UPN "Veteran" Jawa Timur menghasilkan temuan sebagai berikut:

1. Keyakinan akan kinerja (*performance expectancy*) secara signifikan memengaruhi keinginan untuk menggunakan fitur *Chatbot* pada aplikasi Dana, dengan nilai *p* yang signifikan ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$), menunjukkan bahwa hipotesis 1 terbukti benar.
2. Keyakinan akan kemudahan penggunaan (*effort expectancy*) juga berpengaruh positif terhadap keinginan untuk menggunakan fitur *Chatbot* pada aplikasi Dana, dengan nilai *p* yang signifikan ($p\text{-value } 0,009 < 0,05$), sehingga hipotesis 2 terbukti benar.
3. Pengaruh sosial (*social influence*) juga berdampak positif terhadap keinginan untuk menggunakan fitur *Chatbot* pada aplikasi Dana, dengan nilai *p* yang signifikan ($p\text{-value } 0,002 < 0,05$), memvalidasi hipotesis 3.
4. Kemampuan memfasilitasi kondisi (*facilitating condition*) berpengaruh positif terhadap perilaku aktual pengguna (*use behaviour*) fitur *Chatbot* pada aplikasi Dana, dengan nilai *p* yang signifikan ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis 4 terbukti benar.
5. Keinginan untuk menggunakan (*behavioural intention*) fitur *Chatbot* juga berdampak positif terhadap perilaku aktual pengguna (*use behaviour*) pada aplikasi Dana, dengan nilai *p* yang signifikan ($p\text{-value } 0,002 < 0,05$), memvalidasi hipotesis 5.

5. DAFTAR RUJUKAN

- [1] R. Mayanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, vol. 25, no. 2, pp. 123-135, 2020.
- [2] Sunardi, "Peran Financial Management System (QRIS) Melalui Pendekatan UTAUT Model dalam Peningkatan Kinerja Keuangan CV Cahaya Agribiz Cianjur," *Idea Abdimas J.*, vol. 1, no. 2, pp. 85-96, 2023.
- [3] Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, and Elvi Fetrina, "Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus)," *J. Nas. Tek. Elektro dan Teknol. Inf.*, vol. 9, no. 3, pp. 239-247, 2020, doi: 10.22146/v9i3.227.
- [4] P. D. Larasati, A. Irawan, S. Anwar, M. F. Mulya, M. A. Dewi, and I. Nurfatima, "Chatbot helpdesk design for digital customer service," *Appl. Eng. Technol.*, vol. 1, no. 3, pp. 138-145, 2022

- [5] .K. K. Nirala, N. K. Singh, and V. S. Purani, "A survey on providing customer and public administration based services using AI: chatbot," *Multimed. Tools Appl.*, vol. 81, no. 16, pp. 22215-22246, 2022.
- [6] Venkatesh, V., M.G. Morris, G.B. Davis and F.D. Davis 2003. *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. USA: MISRC University of Minnesot
- [7] N. Kristi, D. F. Shiddieq, and D. Nurhayati, "Analisis Penerimaan Aplikasi Flip Menggunakan Model Unified of Acceptance and Use of Technology 3: The analysis of Flip application acceptance using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 model," *MALCOM: Indonesian J. Mach. Learn. Comput. Sci.* vol. 4, no. 2, pp. 685-694, 2024.
- [8] N. I. Utami, A. Karman, and M. Syarifudin, "Analisis Intensi Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)," *OIKONOMIKA: J. Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, vol. 3, no. 1, pp. 45-72, 2022
- [9] A. G. Wea and I. Adiwidjaja, "Pengaruh Beasiswa Terhadap Motivasi Dan Prestasi Belajar Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, vol. 7, no. 1, 2019.
- [10] A. A. S. Bratan, H. Taan, and Y. L. Ismail, "Meningkatkan Retensi Pelanggan Paket Data Internet Telkomsel di Kota Gorontalo melalui Strategi Customer Relationship Management (CRM)," *Economics and Digital Business Review*, vol. 5, no. 1, pp. 47-56, 2024.
- [11] A. Asrulla, R. Risnita, M. S. Jailani, and F. Jeka, "Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 7, no. 3, pp. 26320-26332, 2023.
- [12] N. Z. Ramadhani, S. O. E. Putri, S. A. Rismawati, and M. A. Priyanto, "Analisis Niat Perilaku Pengguna Aplikasi Tokopedia di Surabaya Menggunakan UTAUT-2," in *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 3, no. 1, pp. 374-383, Nov. 2023
- [13] H. Kurniawan, "Partial Least Square (PLS) sebagai Metode Alternatif Sem Berbasis Varians (LISREL) Dalam Eksplorasi Data Survey Dan Data Mining," *Jurnal Telematika*, vol. 7, no. 1, 2011.
- [14] D. Firmansyah, "Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, vol. 1, no. 2, pp. 85-114, 2022.
- [15] M. Zaki and S. Saiman, "Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian," *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, vol. 4, no. 2, pp. 115-118, 2021.
- [16] I. Umiyati, T. E. Putri, and N. Maya, "Social Influence, Usability And Security On The Intensity Of DANA e-Wallet Use," *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, vol. 3, no. 01, 2021.
- [17] Eryc, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Gojek Terhadap Perilaku Mahasiswa Universitas," *Jurnal Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi*, vol. 12, no. 1, pp. 54-63, 2022.
- [18] M. Handayani and M. R. Rianto, "Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 7, no. 3, pp. 1858-1865, 2021.
- [19] N. R. Kandi, H. Hafiar, and P. Subekti, "Faktor Pengaruh Penggunaan Teknologi terhadap Niat dan Perilaku pada Penggunaan DANA," *Prologia*, vol. 8, no. 1, pp. 251-264, 2024.
- [20] R. Slamet and S. Wahyuningsih, "Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja," *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 17, no. 2, 2022.
- [21] M. Indah and H. Agustin, "Penerapan model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) untuk memahami niat dan perilaku aktual pengguna Go-pay di kota Padang," *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, vol. 1, no. 4, pp. 1949-1967, 2019.