

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN DAN PENGUNAAN WEBSITE DIGITALENT.KOMINFO.GO.ID SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA

### *FACTORS INFLUENCING THE ACCEPTANCE AND USE OF THE WEBSITE DIGITALENT.KOMINFO.GO.ID AND THEIR IMPACT ON USER SATISFACTION*

**Katrina Permassari<sup>1</sup>, Ummi Salamah<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia  
Jl. Salemba Raya No.4, Kota Jakarta Pusat, Indonesia  
<sup>1</sup>katrina.permassari@ui.ac.id; <sup>2</sup>ummisalamah15@ui.ac.id

Diterima tgl. 22/03/2024 Direvisi tgl. 06/06/2024 Disetujui tgl. 26/06/2024

#### **ABSTRACT**

*The Ministry of Communication and Information Technology Republic of Indonesia has implemented the Digital Talent Scholarship (DTS) program since 2018, which aims to improve the competence of Information and Communication Technology through the digitalent.kominfo.go.id website. This study explores the factors that influence the acceptance and use of the website and its impact on user satisfaction, specifically focusing on participants of the Vocational School Graduate Academy (VSGA) aged 18-29 years, mainly categorized as Generation Z. Although this generation is considered to have good digital literacy, field evidence shows that there are still challenges faced by DTS VSGA participants in accepting and using the digitalent.kominfo.go.id website as a government website. This study adopts the UTAUT 2 model to examine the factors that influence the acceptance and use of the website and measure its impact on user satisfaction with the digitalent.kominfo.go.id website. A quantitative approach was used, using a survey method with 356 respondents. Data analysis used Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Square (PLS) model. The study results indicate that the UTAUT 2 model only partially applies to accepting and using the digitalent.kominfo.go.id website. Based on the seven constructs in the UTAUT 2 model, only three variables—performance expectancy, social influence, and habit—influence behavioral intention. Usage behavior is directly influenced by behavioral intention and facilitating conditions, and usage behavior influences user satisfaction.*

**Keywords:** UTAUT 2, User Satisfaction, Digital Talent Scholarship (DTS), Acceptance of Technology.

#### **ABSTRAK**

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia telah melaksanakan program *Digital Talent Scholarship* (DTS) sejak Tahun 2018 yang bertujuan untuk melatih kompetensi dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi melalui platform website digitalent.kominfo.go.id. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan website serta pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna, terkhusus pada peserta pelatihan *Vocational School Graduated Academy* (VSGA) yang memiliki rentang usia 18 – 29 tahun dan mayoritas tergolong dalam Generasi Z. Meskipun generasi ini dipandang memiliki literasi digital yang baik, fakta di lapangan menunjukkan masih terdapat tantangan yang dihadapi peserta VSGA DTS dalam menerima dan menggunakan website digitalent.kominfo.go.id sebagai website pemerintah. Penelitian ini mengadopsi model UTAUT 2 untuk menguji faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan website, dan mengukur pengaruhnya terhadap kepuasan penggunaan website digitalent.kominfo.go.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dengan responden sebanyak 356 orang. Analisis data dalam penelitian menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan model *Partial Least Square* (PLS). Hasil pengujian menunjukkan bahwa model UTAUT 2 tidak terapkan sepenuhnya terhadap penerimaan dan penggunaan website digitalent.kominfo.go.id. Dari ketujuh konstruk dalam model UTAUT 2, hanya tiga variabel yang berpengaruh terhadap niat perilaku yaitu harapan kinerja, pengaruh sosial, dan kebiasaan. Sedangkan perilaku penggunaan dipengaruhi secara langsung oleh niat perilaku dan fasilitas pendukung, serta perilaku penggunaan memengaruhi kepuasan pengguna.

**Kata Kunci:** UTAUT 2, Kepuasan Pengguna, Digital Talent Scholarship (DTS), Penerimaan Teknologi.

## 1. PENDAHULUAN

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia sejak tahun 2018 melaksanakan program *Digital Talent Scholarship* (DTS) yakni program pelatihan pengembangan kompetensi yang diberikan kepada talenta digital Indonesia (Badan Pengembangan SDM Kominfo RI, 2023). Program DTS bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan daya saing, produktivitas, profesionalisme sumber daya manusia bidang TIK bagi angkatan kerja muda Indonesia, masyarakat umum, dan aparatur sipil negara.

Program DTS dilaksanakan dengan menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) sebagai platform pelatihan yang menyediakan berbagai sumber belajar dan informasi penting bagi peserta. Salah satu akademi dari program DTS ini adalah *Vocational School Graduated Academy* (VSGA), yakni program pelatihan dan sertifikasi berbasis kompetensi nasional yang ditujukan bagi lulusan SMK/ sederajat serta Diploma 3 dan 4 yang belum bekerja dan memiliki latar belakang pendidikan sesuai dengan skema pelatihan masing-masing. Peserta pelatihan Akademi VSGA ini memiliki rentang usia 18 – 29 tahun dan tergolong Generasi Z (Gen Z). Gen Z disebut sebagai generasi digital, dan kebutuhan akan layanan nirsentuh diperkirakan akan lebih tinggi karena masyarakat sudah terbiasa berinteraksi dengan mesin atau teknologi dibandingkan dengan manusia. (Kim dkk., 2022).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Gen Z memiliki literasi digital yang cenderung baik. Salah satunya dalam penelitian yang dilakukan Setiawan dkk (2022). Hasil dari penelitian ini menunjukkan literasi digital Gen Z yang menjadi sampel penelitian memiliki rata-rata yang tinggi. Hal tersebut dapat diasumsikan bahwa peserta VSGA DTS yang tergolong Gen Z yang tumbuh di era digital seharusnya dapat memaksimalkan penggunaan website. Namun, fakta di lapangan menunjukkan masih terdapat tantangan yang dihadapi peserta VSGA DTS dalam menerima dan menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) sebagai website pemerintah (Mahmudah, 2022; Triana dkk, 2024). Tantangan ini dapat memengaruhi tingkat partisipasi dan kepercayaan mereka terhadap layanan dan informasi yang disediakan oleh pemerintah melalui platform digital. Masalah-masalah yang mungkin menjadi tantangan Gen Z dalam menerima dan menggunakan website pemerintah dapat mencakup kebermanfaatan, kemudahan, fasilitas yang tersedia dalam website, ataupun masalah lainnya. Masalah-masalah ini dapat menimbulkan kesenjangan antara harapan dan pengalaman Gen Z dalam menggunakan website pemerintah.

Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kominfo (BPSDM Kominfo) sebagai penyedia website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) setiap tahunnya terus mengevaluasi fitur yang terdapat di dalamnya agar peserta dapat lebih nyaman dalam menggunakannya. Bagi peserta DTS, website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) dapat digunakan untuk mendapatkan berbagai informasi pelatihan, mengakses materi pelatihan, dan yang paling penting, semua riwayat pelatihan peserta tersimpan dalam website tersebut. Peserta dapat mengunduh sertifikat pelatihan jika dinyatakan lulus juga pada website tersebut. Banyak fitur website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) yang dapat dimaksimalkan peserta (Badan Pengembangan SDM Kominfo RI, 2023). Meskipun begitu, bahkan pada peserta VSGA yang seharusnya dapat lebih beradaptasi dengan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) pun, masih menunjukkan fakta bahwa banyak peserta yang mengalami hambatan dalam penggunaannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh penerimaan dan penggunaan teknologi melalui kerangka model *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* versi kedua (UTAUT 2) terhadap kepuasan pengguna website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id). Penerimaan dan penggunaan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) oleh pengguna menjadi elemen penting dalam mengevaluasi efektivitas platform ini. Sebab, website ini merupakan media komunikasi antara penyelenggara dengan peserta pelatihan. Berbagai kebutuhan pelatihan dan informasi penting

terkait DTS ada dalam website ini. Sehingga, penggunaan website yang maksimal akan menghindari tidak tersampainya informasi-informasi penting kepada peserta.

Dalam upaya untuk memahami lebih dalam bagaimana faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) pada peserta VSGA DTS, Model UTAUT 2 adalah salah satu kerangka kerja yang relevan. Model UTAUT 2 digunakan dalam penelitian ini karena mengintegrasikan model-model sebelumnya terkait penerimaan teknologi sehingga memberikan kerangka kerja yang komprehensif dan holistik. UTAUT 2 juga dapat diterapkan dalam berbagai konteks teknologi, termasuk sistem informasi, perangkat lunak, aplikasi *mobile*, dan teknologi baru lainnya. Hal ini membuatnya relevan dalam berbagai bidang penelitian. Model UTAUT 2 juga merupakan model yang sesuai digunakan untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan teknologi, terlebih penggunaan teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam organisasi. Penting untuk memahami cara-cara di mana berbagai jenis teknologi menunjang dalam program dari pemerintah seperti program *Digital Talent Scholarship* (DTS). Model UTAUT 2 pun dapat disesuaikan dan diperluas dengan menambahkan konstruk baru atau memodifikasi konstruk yang ada untuk sesuai dengan konteks penelitian tertentu.

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah sebuah model teoritis yang dibangun oleh Venkatesh et al. (2003, 2012) melalui tinjauan dan sintesis dari delapan model dan teori yang sudah ada sebelumnya. Teori dan model tersebut adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Social Cognitive Theory* (SCT), serta model gabungan TAM dan TPB. Maka tidak heran jika UTAUT dianggap sebagai teori yang lebih integratif.

Venkatesh et al. (2012) kemudian mengembangkan UTAUT 2, sebagai perpanjangan dari UTAUT asli, dan mengakomodasi konstruksi terkait konteks adopsi konsumen sehingga meningkatkan utilitas model asli. Pengembangan model UTAUT menjadi UTAUT 2 yang semula hanya memiliki empat variabel independen (*Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*) dalam memengaruhi *Behavioral Intention*, kemudian berkembang menjadi UTAUT 2 dengan penambahan tiga variabel independen yakni *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*, serta penambahan variabel dependen yakni *Use Behavior* (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012; Bisma dkk., 2023; Teng dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023).

Model UTAUT 2 ini banyak digunakan untuk menganalisis berbagai teknologi seperti *e-learning*, *m-banking*, aplikasi *food delivery*, dan aplikasi *mobile* pemerintah. Hasil penelitian-penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan variabel yang memengaruhi *Behavioral Intention*. Pada penelitian yang menggunakan aplikasi pemerintah, *Behavioral Intention* pada penggunaan aplikasi dipengaruhi secara signifikan oleh *Performance Expectancy*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* (Bisma dkk., 2023). Sedangkan pada aplikasi *e-learning* dan *m-banking*, variabel yang memengaruhi *Behavioral Intention* diantaranya *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit* (Iqbal dkk., 2023; Sofian dkk., 2023). Pengaruh positif *Social Influence* dan *Habit* terhadap *Behavioral Intention* juga ditunjukkan pada pengguna aplikasi belanja *online* (Lumeta, 2021). Meskipun variabel yang memengaruhi *Behavioral Intention* berbeda-beda pada jenis teknologi yang diuji, terdapat kesamaan hasil dari semua penelitian tersebut, yaitu *Behavioral Intention* memengaruhi *Use Behavior*. Variabel *Use Behavior* sendiri selain dipengaruhi oleh *Behavioral Intention* juga dipengaruhi oleh *Facilitating Condition* dan *Habit* (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Lumeta, 2021).

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa konstruk UTAUT 2 dapat memfasilitasi adanya kepuasan pada pengguna teknologi seperti aplikasi pemerintah (Bisma dkk., 2023).

Penelitian lain juga menunjukkan adanya pengaruh variabel *Use Behavior* terhadap pembentukan *User Satisfaction* (kepuasan pengguna) teknologi aplikasi *mobile* (Rahmawati, 2023; Teng dkk., 2023; Özecan & Arikan, 2022; Lumeta, 2021). Kepuasan akan muncul ketika pengguna menilai suatu sistem berguna dan percaya bahwa sistem itu akan mengarah ke peningkatan kinerja layanan (Özecan & Arikan, 2022).

Melalui penelaahan penerimaan dan penggunaan beberapa jenis teknologi dalam penelitian sebelumnya dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*), dapat diketahui apa saja faktor dalam model UTAUT 2 yang dapat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*) website *digitalent.kominfo.go.id*. Oleh karena itu, model dalam penelitian ini dibangun dengan menggunakan variabel-variabel yang terdapat dalam model UTAUT 2 dengan penambahan variabel kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Model UTAUT 2 digunakan untuk mendapat perspektif baru untuk menjelaskan hubungan dan pengaruhnya terhadap penggunaan website pemerintah seperti *digitalent.kominfo.go.id* pada Gen Z. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai penyedia layanan *Digital Talent Scholarship* (DTS) agar mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh sehingga dapat melakukan penyesuaian pada teknologi yang digunakan.

### 1.1. Pengajuan Hipotesis

Penelitian ini dilakukan dengan hipotesis terhadap beberapa variabel yang menjadi fokus utama, diantaranya: *Performance Expectancy* (Harapan Kinerja) didefinisikan sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan sistem dapat membantu untuk mencapai adanya peningkatan kinerja pekerjaan (Venkatesh dkk., 2003). *Performance Expectancy* telah divalidasi menjadi prediktor *Behavioral Intention* yang kompatibel untuk menggunakan teknologi dalam berbagai konteks (Bisma dkk., 2023; Teng dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Performance Expectancy* (Harapan Kinerja) memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website *digitalent.kominfo.go.id*.

*Effort Expectancy* (Harapan Usaha) merupakan tingkat kemudahan dalam penggunaan sistem. *Effort Expectancy* melihat sejauh mana seseorang melihat tingkat kemudahan penggunaan teknologi (Venkatesh dkk., 2012). *Effort Expectancy* merupakan prediktor yang kuat untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi, terutama dalam memengaruhi *Behavioral Intention* (Abu Afifa dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Sofian dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Effort Expectancy* (Harapan Usaha) memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website *digitalent.kominfo.go.id*.

*Social Influence* (Pengaruh Sosial) didefinisikan sebagai sejauh mana individu memahami signifikansi orang lain yang penting bagi mereka untuk menggunakan sistem teknologi yang baru. Perilaku individu akan dipengaruhi oleh cara mereka meyakini gagasan orang lain akan memandang mereka sebagai akibat dari penggunaan teknologi (Venkatesh dkk., 2003). Pengaruh sosial menggambarkan sejauh mana penerimaan teknologi oleh seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka (Chu dkk., 2022). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Social Influence* merupakan prediktor yang memengaruhi *Behavioral Intention* (Abu Afifa dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Sofian dkk., 2023; Lumeta, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Social Influence* (Pengaruh Sosial) memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id).

*Facilitating Conditions* (Fasilitas Pendukung) merujuk pada sejauh mana individu memaknai keberadaan kerangka organisasi dan ketersediaan kebutuhan teknis dapat memudahkan penggunaan teknologi, atau bagaimana persepsi individu terhadap sumber daya yang tersedia untuk membantunya menggunakan teknologi (Venkatesh dkk., 2003). *Facilitating Conditions* merupakan prediktor yang kuat dalam memengaruhi *Behavioral Intention* (Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Sofian dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022; Upadhyay dkk., 2022). *Facilitating Conditions* juga merupakan prediktor yang memengaruhi *Use Behavior* (Rahmawati, 2023; Yang & Gu, 2022; Lumeta, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut:

H4 : *Facilitating Conditions* (Fasilitas Pendukung) memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id).

H5 : *Facilitating Conditions* (Fasilitas Pendukung) memiliki pengaruh terhadap *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id).

*Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis) merujuk pada bagaimana penggunaan teknologi akan menambah kesenangan individu (Venkatesh dkk., 2003). Dalam studi sebelumnya yakni sistem informasi, motivasi hedonis telah dikonseptualisasikan sebagai kesenangan dan kegembiraan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa *Hedonic Motivation* merupakan prediktor yang cukup kuat dalam memengaruhi *Behavioral Intention* (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Sofian dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut:

H6 : *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis) memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id).

*Price Value* (Nilai Harga) merupakan biaya atau harga yang dikorbankan untuk mendapat keuntungan atau kualitas yang maksimum dalam penggunaan teknologi (Venkatesh dkk., 2012). Dalam beberapa penelitian dengan teknologi pemerintah yang bersifat gratis, *Price Value* dapat memengaruhi *Behavioral Intention* (Bisma dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut:

H7 : *Price Value* (Nilai Harga) memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id).

*Habit* (Kebiasaan) merupakan faktor kunci yang bisa mengubah niat pengguna dan memiliki dampak yang signifikan secara statistik pada niat untuk bertindak. *Habit* adalah kebiasaan berkaitan dengan pengalaman dalam penggunaan teknologi (Venkatesh dkk., 2012). *Habit* sudah tervalidasi menjadi prediktor kuat dalam memengaruhi *Behavioral Intention* (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Sofian dkk., 2023; Lumeta, 2021). *Habit* juga merupakan prediktor *Use Behavior* (Iqbal dkk., 2023). Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut:

H8 : *Habit* (Kebiasaan) memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id).

H9 : *Habit* (Kebiasaan) memiliki pengaruh terhadap *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id).

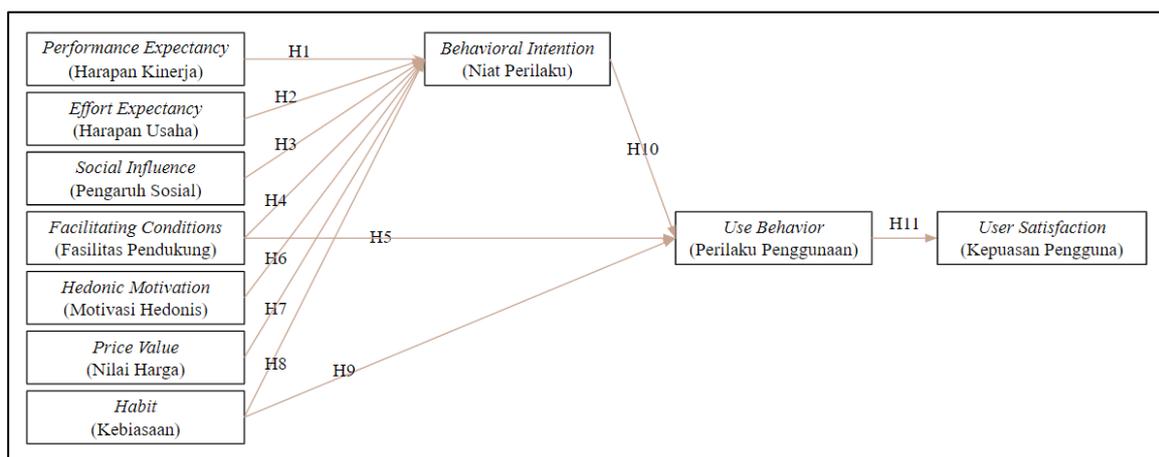
*Behavioral Intention* (Niat Perilaku) merupakan minat individu dalam menggunakan teknologi secara berkelanjutan (Venkatesh dkk., 2003). *Behavioral Intention* merupakan turunan konsep dari

beberapa teori yang menjadi prediktor valid dalam melihat konstruk berikutnya yakni *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Upadhyay dkk., 2022; Yang & Gu, 2022; Lumeta, 2021). *Use Behavior sendiri* didefinisikan sebagai frekuensi/tingkat penggunaan dalam menggunakan teknologi informasi, dimana perilaku pengguna merupakan manifestasi keinginan dan minat individu menggunakan suatu teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut:

H10 : *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) memiliki pengaruh terhadap *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id).

*User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna) adalah perasaan puas terhadap penggunaan teknologi dan pengguna memperoleh manfaat yang diharapkan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *Use Behavior* berpengaruh terhadap pembentukan *User Satisfaction* (Rahmawati, 2023; Teng dkk., 2023; Özecan & Arıkan, 2022; Lumeta, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut:

H11 : *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) memiliki pengaruh terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id).



Gambar 1. Model Penelitian yang Digunakan

## 2. METODE PENELITIAN

Paradigma penelitian ini adalah positivistik dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan tipe penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian merupakan pengguna website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) pada program *Vocational School Graduated Academy* (VSGA) di BPPTIK tahun 2023. Target peserta adalah angkatan kerja muda lulusan program pendidikan vokasi yang belum mendapatkan pekerjaan atau tidak sedang bekerja. Rentang usia peserta adalah 18 - 29 tahun. Jumlah yang terdaftar sebagai peserta VSGA BPPTIK pada tahun 2023 adalah sebanyak 4.400 orang. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diteliti atau diselidiki. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah sensus, sehingga sampel pada penelitian ini merupakan seluruh anggota populasi atau sebanyak 4.400 responden. *Response rate* untuk teknik sensus melalui situs web menurut *Delighted* adalah sebesar 8%. Mengacu pada hal tersebut, maka minimal responden yang harus didapatkan adalah 8% dari 4.400, yaitu 352 orang.

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner *online* yang dibuat melalui platform *Lime Survey*. Skala Likert 1 – 6 digunakan pada penelitian ini agar peserta dapat mempertimbangkan pertanyaan dengan lebih hati-hati dan membuat pilihan yang condong ke arah positif atau negatif. Skala Likert juga merupakan pendekatan yang paling umum digunakan dalam penelitian survei.

**Tabel 1.** Tabel Operasionalisasi Konsep

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	<b>Performance Expectancy (Harapan Kinerja)</b>	Sejauh mana penggunaan suatu teknologi atau sistem akan meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan sejauh mana teknologi tersebut memberikan manfaat bagi pengguna (Bisma dkk., 2023; Teng dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022; Venkatesh et al., 2012)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Website digitalent.kominfo.go.id bermanfaat dalam meningkatkan keterampilan digital</li> <li>2. Website digitalent.kominfo.go.id bermanfaat dalam pengadministrasian pelatihan</li> <li>3. Website digitalent.kominfo.go.id yang digunakan meningkatkan peluang untuk peningkatan karir</li> <li>4. Website digitalent.kominfo.go.id meningkatkan efisiensi pelatihan dari segi waktu</li> <li>5. Website digitalent.kominfo.go.id meningkatkan efisiensi pelatihan dari segi biaya</li> <li>6. Website digitalent.kominfo.go.id sesuai dengan apa yang saya butuhkan untuk pelatihan</li> <li>7. Website digitalent.kominfo.go.id fleksibel dalam penggunaannya sehingga meningkatkan produktivitas dalam mengikuti pelatihan</li> </ol>
2	<b>Effort Expectancy (Harapan Usaha)</b>	Sejauh mana tingkat kemudahan penggunaan teknologi bagi pengguna (Abu Afifa dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Sofian dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022; Venkatesh et al., 2012).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan website digitalent.kominfo.go.id mudah untuk dipelajari cara penggunaannya</li> <li>2. Interaksi dengan website digitalent.kominfo.go.id jelas dan dapat dimengerti.</li> <li>3. Penggunaan website digitalent.kominfo.go.id mudah digunakan.</li> <li>4. Mudah untuk menjadi terampil/mahir dalam menggunakan website digitalent.kominfo.go.id</li> </ol>
3	<b>Social Influence (Pengaruh Sosial)</b>	Sejauh mana penerimaan teknologi oleh seseorang dipengaruhi oleh orang lain yang dianggap penting bagi pengguna (Abu Afifa dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Sofian dkk., 2023; Chu et al., 2022; Venkatesh et al., 2012).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan website digitalent.kominfo.go.id dipengaruhi oleh orang-orang yang penting bagi pengguna.</li> <li>2. Penggunaan website digitalent.kominfo.go.id dipengaruhi oleh orang-orang yang memengaruhi perilaku pengguna</li> <li>3. Penggunaan website digitalent.kominfo.go.id dipengaruhi orang yang pendapatnya dihargai oleh pengguna</li> </ol>
4	<b>Facilitating Condition (Fasilitas Pendukung)</b>	Sejauh mana pengguna percaya bahwa sumber daya yang tersedia dapat membantu pengguna menggunakan teknologi (Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Sofian dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022; Upadhyay dkk., 2022; Venkatesh et al., 2003).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengguna memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan website digitalent.kominfo.go.id</li> <li>2. Pengguna memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan website digitalent.kominfo.go.id</li> <li>3. Website digitalent.kominfo.go.id kompatibel dengan teknologi lain yang digunakan.</li> <li>4. Pengguna mendapatkan bantuan dari admin pelatihan ketika mengalami kesulitan dalam menggunakan website digitalent.kominfo.go.id</li> </ol>
5	<b>Hedonic motivation (Motivasi Hedonis)</b>	Penilaian individu dalam melihat teknologi dapat memberikan kesenangan (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Sofian dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022; Venkatesh et al., 2012).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan website digitalent.kominfo.go.id terasa menyenangkan</li> <li>2. Pengguna menikmati penggunaan website digitalent.kominfo.go.id</li> <li>3. Pengguna merasa terhibur saat menggunakan website digitalent.kominfo.go.id</li> </ol>

Sumber: Penulis, 2023.

Lanjutan Tabel 1. Tabel Operasionalisasi Konsep

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
6	<b>Price value (Nilai Harga)</b>	Keuntungan yang dirasakan pengguna dari biaya yang dikeluarkan saat penggunaan teknologi (Bisma dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022; Venkatesh et al., 2012).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan website digitalent.kominfo.go.id untuk pelatihan masuk akal</li> <li>2. Biaya yang dikeluarkan untuk mengakses website digitalent.kominfo.go.id terjangkau</li> <li>3. Manfaat yang didapatkan saat menggunakan website digitalent.kominfo.go.id sesuai biaya yang dikeluarkan</li> </ol>
7	<b>Habit (Kebiasaan)</b>	Kebiasaan berkaitan dengan pengalaman dalam penggunaan teknologi (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Sofian dkk., 2023; Venkatesh et al., 2012)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan website digitalent.kominfo.go.id karena terbiasa</li> <li>2. Penggunaan website digitalent.kominfo.go.id membuat ketagihan</li> <li>3. Pengguna merasa harus menggunakan website digitalent.kominfo.go.id.</li> <li>4. Penggunaan website digitalent.kominfo.go.id sudah menjadi hal yang wajar</li> </ol>
8	<b>Behavioral Intention (Niat Perilaku)</b>	Minat individu dalam menggunakan teknologi secara berkelanjutan (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Upadhyay dkk., 2022; Venkatesh et al., 2003)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Niat untuk menggunakan website digitalent.kominfo.go.id kembali setelah menyelesaikan suatu pelatihan</li> <li>2. Niat untuk menggunakan website digitalent.kominfo.go.id secara berkala</li> </ol>
9	<b>Use Behaviour (Perilaku Penggunaan)</b>	Tingkat penggunaan dalam menggunakan teknologi informasi, dimana perilaku pengguna merupakan manifestasi keinginan dan minat individu menggunakan suatu teknologi (Iqbal dkk., 2023; Venkatesh et al., 2012)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terus menggunakan website digitalent.kominfo.go.id untuk peningkatan <i>digital skill</i></li> <li>2. Lebih menyukai website digitalent.kominfo.go.id dibanding dengan platform lain yang sama-sama menyediakan pelatihan <i>digital skill</i></li> </ol>
10	<b>User Satisfaction (Kepuasan Pengguna)</b>	Perasaan puas terhadap penggunaan teknologi dan pengguna memperoleh manfaat yang diharapkan (Rahmawati, 2023; Teng dkk., 2023; Özecan & Arıkan, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puas dengan keputusan menggunakan website digitalent.kominfo.go.id</li> <li>2. Pengguna merasa bahwa memilih website digitalent.kominfo.go.id untuk belajar digital skill adalah keputusan yang bijaksana</li> <li>3. Pengguna merasa pengalaman menggunakan website digitalent.kominfo.go.id adalah pengalaman yang menyenangkan</li> <li>4. Pengguna puas dengan semua aspek pada website digitalent.kominfo.go.id</li> </ol>

Sumber: Penulis, 2023.

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis instrumen dan model penelitian menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan model *Partial Least Square* (PLS). SEM-PLS adalah metodologi statistik yang menggabungkan kekuatan analisis faktor dan analisis jalur. Penggunaan SEM sangat direkomendasikan pada penelitian yang berkaitan dengan penerimaan dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran terkait profil responden seperti gender, usia, dan asal daerah. Sedangkan analisis instrumen dan model penelitian menggunakan SEM-PLS dilakukan dalam tiga tahapan, tahap pertama pembentukan diagram jalur, tahap kedua evaluasi model pengukuran (*measurement model/outer model*), dan tahap ketiga evaluasi model struktural (*inner model*).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Profil Responden

Sampel dari penelitian ini merupakan peserta VSGA program DTS tahun 2023 dari Balai Pelatihan dan Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (BPPTIK) yang merupakan salah satu Unit Pelaksana Teknis (UPT) di bawah BPSDM Kominfo. Total responden yang terkumpul adalah 356 orang, dengan sebaran profil responden peserta VSGA BPPTIK tahun 2023 (Tabel 2).

**Tabel 2.** Profil Responden

Profil	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	252	70,8
Perempuan	104	29,2
<b>Usia</b>		
18 – 21 tahun	173	48,6
22 – 25 tahun	139	39,0
26 – 29 tahun	44	12,4
<b>Domisili</b>		
Jawa Barat	199	55,8
Lampung	43	12
Banten	29	8,1
DKI Jakarta	27	7,5
Sumatera Selatan	22	6,1
D.I. Yogyakarta	16	4,4
Jawa Tengah	8	2,2
Jawa Timur	3	0,84
Sumatera Utara	3	0,8
Bengkulu	2	0,5
Bali	1	0,2
NTB	1	0,2
Sulawesi Tenggara	1	0,2
Kalimantan Timur	1	0,2

Sumber: Olah Data oleh Penulis, 2023.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta VSGA BPPTIK tahun 2023 didominasi oleh laki-laki sebanyak 70,8%. Terkait dengan usia, mayoritas responden berusia 18 – 21 tahun dan mayoritas berasal dari Jawa Barat. Domisili mayoritas ini berkaitan dengan wilayah BPPTIK yang berada di Kabupaten Bekasi, sehingga banyak menjangkau daerah Jawa Barat.

#### 3.2. Deskripsi Variabel

Gambaran nilai rata-rata dan standar deviasi pada setiap variabel yang diujikan memenuhi nilai pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Deskripsi Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Per Variabel

Variabel	Mean (Rata-Rata)	Standar Deviasi
<i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja)	5,30	0,517
<i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha)	5,25	0,611
<i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	4,95	0,831
<i>Facilitating Conditions</i> (Fasilitas Pendukung)	5,28	0,530
<i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Hedonis)	5,00	0,774

Lanjutan Tabel 3. Deskripsi Nilai Rata-Rata dan Standar Deviasi Per Variabel

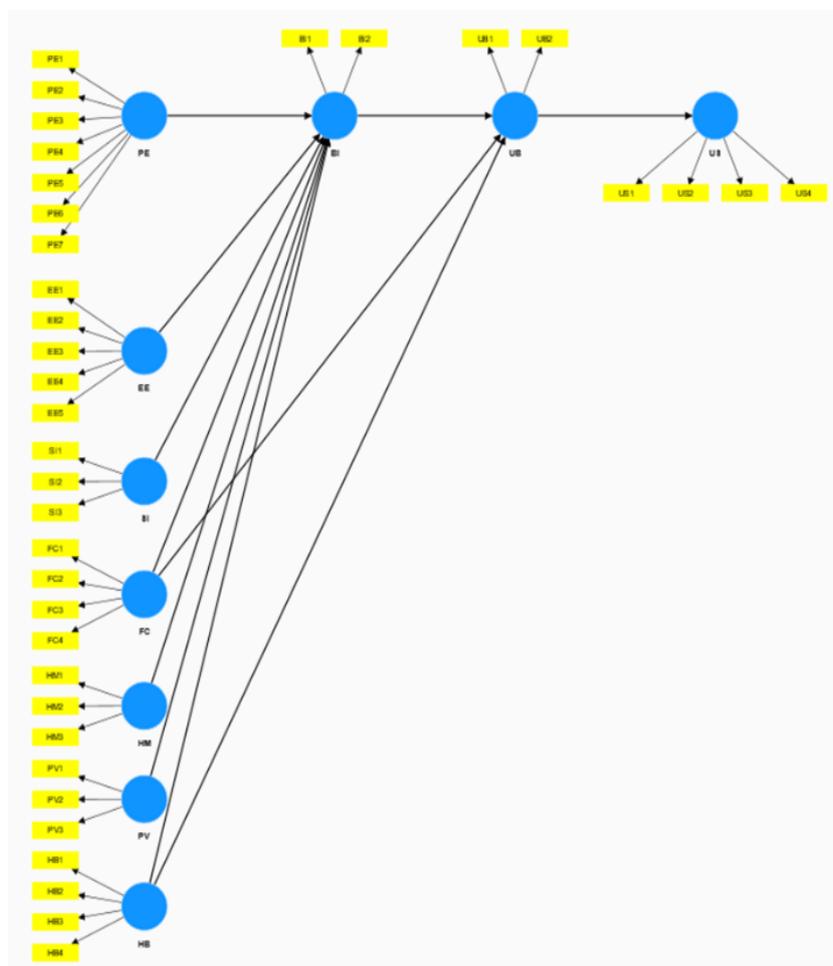
Variabel	Mean (Rata-Rata)	Standar Deviasi
Price Value (Nilai Harga)	5,29	0,632
Habit (Kebiasaan)	4,93	0,721
Behavioral Intention (Niat Perilaku)	5,09	0,722
Use Behavior (Perilaku Penggunaan)	5,09	0,736
User Satisfaction (Kepuasan Pengguna)	5,20	0,604

Sumber: Olah Data oleh Penulis, 2023.

### 3.3. Analisis Instrumen dan Model Penelitian dengan SEM-PLS

#### a) Tahap Pertama Pembentukan Diagram Jalur

Diagram jalur menjelaskan pola hubungan sebab-akibat (*causal relationship*) antara konstruk laten dengan indikatornya. Bentuk diagram disesuaikan dengan model penelitian yang diajukan pada penelitian ini. Gambar 2 menunjukkan diagram jalur yang terdiri dari tujuh konstruk laten eksogen (*Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Hedonic Motivation (HM)*, *Price Value (PV)*, dan *Habit (HB)*), dan tiga konstruk laten endogen (*Behavioral Intention (BI)*, *Use Behavior (UB)*, dan *User Satisfaction (US)*). Konstruk laten eksogen merupakan indikator reflektif yang terdiri dari berbagai indikator. Indikator reflektif merupakan representasi sampel dari sebuah konstruk laten yang berkorelasi tinggi antara satu sama lain.



Sumber: Olah Data oleh Penulis, 2023.

Gambar 2. Diagram Jalur sesuai Model Penelitian

b) *Tahap Kedua - Evaluasi Model Pengukuran (Measurement model/outer model)*

Evaluasi model pengukuran, umumnya dikenal sebagai pengukuran bagian luar atau *outer model*, berfokus pada pengukuran validitas dan reliabilitas, serta multikolinearitas. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai *loading factor*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan nilai *discriminant validity (cross loading dan fonell lacker)* yang nilai korelasi setiap indikator terhadap variabelnya lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antara indikator dengan variabel lainnya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian, yang dalam penelitian ini adalah kuesioner, mampu mengungkapkan variabel yang diukur. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk menilai seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya dan diandalkan. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dan *composite reliability*. Indikator multikolinearitas dilihat menggunakan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Setiap variabel harus diuji apakah terdapat korelasi antar dua atau lebih variabel bebas dalam suatu model regresi berganda.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas seluruh konstruk dan item pertanyaan diuji untuk melihat apakah nilai *loading factor* memenuhi syarat. Angka minimal *loading factor* adalah  $\geq 0,5$  atau idealnya  $\geq 0,7$  untuk setiap item pertanyaan (Hair *et al.* 2010). Sedangkan pengukuran reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan nilai *composite reliability*, dengan nilai minimal 0,7 (George & Mallery, 2003). Berikut nilai *loading factor*, *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* pada masing-masing variabel.

**Tabel 4.** Uji Validitas (*loading factor*) dan Reliabilitas (*Cronbach's Alpha* dan *composite reliability*)

Variabel Laten	Item Pertanyaan	<i>Loading Factor</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja)	PE 1	0.780	0.884	0.888
	PE 2	0.782		
	PE 3	0.762		
	PE 4	0.853		
	PE 5	0.742		
	PE 6	0.718		
	PE 7	0.735		
<i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha)	EE 1	0.896	0.921	0.921
	EE 2	0.883		
	EE 3	0.905		
	EE 4	0.896		
	EE 5	0.778		
<i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	SI 1	0.909	0.906	0.916
	SI 2	0.897		
	SI 3	0.945		
<i>Facilitating Conditions</i> (Fasilitas Pendukung)	FC 1	0.779	0.789	0.800
	FC 2	0.813		
	FC 3	0.794		
	FC 4	0.740		
<i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Hedonis)	HM 1	0.937	0.915	0.916
	HM 2	0.924		
	HM 3	0.912		
<i>Price Value</i> (Nilai Harga)	PE 1	0.901	0.919	0.923
	PE 2	0.951		
	PE 3	0.930		

**Lanjutan Tabel 4.** Uji Validitas (*loading factor*) dan Reliabilitas (*Cronbach's Alpha* dan *composite reliability*)

Variabel Laten	Item Pertanyaan	Loading Factor	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Habit</i> (Kebiasaan)	HB 1	0.748	0.827	0.831
	HB 2	0.811		
	HB 3	0.859		
	HB 4	0.824		
<i>Behavioral Intention</i> (Niat Perilaku)	BI 1	0.896	0.761	0.762
	BI 2	0.901		
<i>Use Behavior</i> (Perilaku Penggunaan)	UB 1	0.870	0.711	0.715
	UB 2	0.891		
<i>User Satisfaction</i> (Kepuasan Pengguna)	US 1	0.880	0.879	0.883
	US 2	0.849		
	US 3	0.878		
	US 4	0.816		

Sumber: Olah Data oleh Penulis, 2023.

Hasil perhitungan menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari semua konstruk lebih besar dari 0,7, sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel laten pada model penelitian bersifat reliabel. Nilai *loading factor* dari ketiga puluh tujuh (37) item pertanyaan penel memenuhi syarat minimum, yaitu  $\geq 0.7$ . Item-item pertanyaan dapat dianalisis lebih lanjut dengan uji validitas konvergensi dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE).

Nilai AVE merupakan kriteria uji validitas konvergen dari indikator pada konstraknya. Uji validitas konvergen akan memenuhi syarat apabila ukuran konstruk secara teoritis terkait antara satu dan lainnya. Nilai AVE masing-masing konstruk dapat dilihat pada tabel 3 di mana hasil nilai AVE masing-masing konstruk diatas 0,5 yang mana hal tersebut berarti keseluruhan konstruk memiliki keterkaitan antara satu konstruk dengan lainnya

**Tabel 5.** Nilai AVE masing-masing konstruk

Konstruk	Nilai AVE
<i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja)	0.591
<i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha)	0.762
<i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	0.841
<i>Facilitating Conditions</i> (Fasilitas Pendukung)	0.611
<i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Hedonis)	0.854
<i>Price Value</i> (Nilai Harga)	0.860
<i>Habit</i> (Kebiasaan)	0.659
<i>Behavioral Intention</i> (Niat Perilaku)	0.807
<i>Use Behavior</i> (Perilaku Penggunaan)	0.776
<i>User Satisfaction</i> (Kepuasan Pengguna)	0.733

Sumber: Olah Data oleh Penulis, 2023.

Selanjutnya Validitas diskriminan diujikan pada level indikator dan konstruk laten. Uji validitas diskriminan bertujuan untuk mengetahui apakah suatu indikator memiliki hubungan yang kuat dengan konstraknya dibandingkan dengan konstruk lain. Validitas diskriminan pada level indikator yaitu *cross loading*. *Cross loading* dinilai cukup apabila nilai *outer loading* sebuah indikator untuk suatu konstruk lebih besar dibanding nilai *outer loading* indikator tersebut ke konstruk lain (Barclay & Thompson, 1995). Hasil pengujian *cross loading* menunjukkan bahwa nilai *outer loading* semua indikator memiliki nilai minimal 0,718, yang berarti melebihi kriteria

Barclay & Thompson (1995). Hasil perhitungan dapat dilihat bahwa korelasi semua konstruk dengan masing-masing indikatornya lebih tinggi dari korelasi indikator dengan konstruk lainnya.

Validitas Diskriminan pada tingkat konstruk diuji dengan membandingkan nilai akar AVE suatu konstruk dengan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk-konstruk lainnya. Uji validitas diskriminan tersebut berdasarkan pada kriteria Fornell-Larcker. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar dari nilai korelasi antara satu konstruk dan konstruk lainnya, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konstruk telah memenuhi syarat uji validitas diskriminan.

#### Uji Multikolinearitas

Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan sebagai indikator multikolinearitas. Setiap variabel harus diuji apakah terdapat korelasi antar dua atau lebih variabel bebas dalam suatu model regresi berganda. Multikolinearitas yang terjadi dalam sebuah regresi berganda mengakibatkan nilai koefisien beta dari sebuah variabel bebas atau variabel prediktor berubah apabila ada penambahan atau pengurangan variabel bebas sehingga mengurangi kekuatan prediksi secara simultan. Syarat uji multikolinearitas pada seluruh indikator yaitu harus memiliki nilai VIF kurang dari 5 (lima). Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing indikator bebas dari multikolinearitas.

**Tabel 6.** Statistik Kolinearitas VIF

<b>Variabel Laten</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Performance Expectancy</i> (Harapan Kinerja)	PE 1	2.056	Tidak Bias
	PE 2	2.092	Tidak Bias
	PE 3	2.041	Tidak Bias
	PE 4	2.698	Tidak Bias
	PE 5	1.833	Tidak Bias
	PE 6	1.768	Tidak Bias
	PE 7	1.870	Tidak Bias
<i>Effort Expectancy</i> (Harapan Usaha)	EE 1	3.719	Tidak Bias
	EE 2	3.684	Tidak Bias
	EE 3	4.358	Tidak Bias
	EE 4	3.866	Tidak Bias
	EE 5	1.697	Tidak Bias
<i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial)	SI 1	2.684	Tidak Bias
	SI 2	2.932	Tidak Bias
	SI 3	3.925	Tidak Bias
<i>Facilitating Conditions</i> (Fasilitas Pendukung)	FC 1	1.836	Tidak Bias
	FC 2	1.920	Tidak Bias
	FC 3	1.448	Tidak Bias
	FC 4	1.429	Tidak Bias
<i>Hedonic Motivation</i> (Motivasi Hedonis)	HM 1	3.725	Tidak Bias
	HM 2	3.430	Tidak Bias
	HM 3	2.760	Tidak Bias
<i>Price Value</i> (Nilai Harga)	PE 1	2.847	Tidak Bias
	PE 2	4.664	Tidak Bias
	PE 3	3.577	Tidak Bias
<i>Habit</i> (Kebiasaan)	HB 1	1.645	Tidak Bias
	HB 2	1.909	Tidak Bias
	HB 3	2.274	Tidak Bias
	HB 4	2.051	Tidak Bias

Lanjutan Tabel 6. Statistik Kolinearitas VIF

Variabel Laten	Item Pertanyaan	VIF	Keterangan
<i>Habit</i> (Kebiasaan)	HB 1	1.645	Tidak Bias
	HB 2	1.909	Tidak Bias
	HB 3	2.274	Tidak Bias
	HB 4	2.051	Tidak Bias
<i>Behavioral Intention</i> (Niat Perilaku)	BI 1	1.607	Tidak Bias
	BI 2	1.607	Tidak Bias
<i>Use Behavior</i> (Perilaku Penggunaan)	UB 1	1.989	Tidak Bias
	UB 2	1.439	Tidak Bias
<i>User Satisfaction</i> (Kepuasan Pengguna)	US 1	2.442	Tidak Bias
	US 2	2.175	Tidak Bias
	US 3	2.537	Tidak Bias
	US 4	1.989	Tidak Bias

Sumber: Olah Data oleh Penulis, 2023.

### c) Tahap Ketiga - Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Validitas dan reliabilitas pada evaluasi model pengukuran instrumen telah terpenuhi sehingga evaluasi model struktural dapat dilakukan. Evaluasi model struktural dilakukan untuk mengetahui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Tabel 7 menunjukkan nilai koefisien jalur antar konstruk dari hasil perhitungan Smart PLS.

Tabel 7. Pengaruh Langsung Variabel Eksogen terhadap Variabel Endogen

Hubungan Antar Konstruk	Koefisien Jalur (Path Coefficient)	Kesimpulan
<i>Performance Expectancy</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.163	Berpengaruh
<i>Effort Expectancy</i> → <i>Behavioral Intention</i>	-0.045	Tidak Berpengaruh
<i>Social Influence</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.113	Berpengaruh
<i>Facilitating Conditions</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.045	Tidak Berpengaruh
<i>Facilitating Conditions</i> → <i>Use Behavior</i>	0.294	Berpengaruh
<i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.099	Tidak Berpengaruh
<i>Price Value</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.096	Tidak Berpengaruh
<i>Habit</i> → <i>Behavioral Intention</i>	0.427	Berpengaruh
<i>Habit</i> → <i>Use Behavior</i>	0.066	Tidak Berpengaruh
<i>Behavioral Intention</i> → <i>Use Behavior</i>	0.489	Berpengaruh
<i>Use Behavior</i> → <i>User Satisfaction</i>	0.761	Berpengaruh

Sumber: Olah Data oleh Penulis, 2023.

Tabel 7 menunjukkan hubungan antara variabel eksogen dan endogen. Adapun variabel eksogen pada penelitian ini yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit*, sedangkan variabel endogennya yaitu *Behavioral Intention*, *Use Behavior*, dan *User Satisfaction*. Variabel eksogen yang dikatakan tidak berpengaruh adalah yang memiliki nilai koefisien jalur pada rentang -0,1 hingga 0,1.

### 3.4. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Hasil penelitian (Tabel 7) menunjukkan pengaruh langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen, rekapitulasi pengujian hipotesis dari kesebelas hipotesis memberikan informasi berikut.

Pengaruh *Performance Expectancy* (Harapan Kinerja) terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H1) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H1 diterima. Ini berarti harapan kinerja dari website DTS memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaannya di mana hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu (Bisma dkk., 2023; Teng dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022). Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini menganggap bahwa website DTS bermanfaat untuk meningkatkan keterampilan digitalnya dan juga membuat pelatihan berjalan dengan efektif sehingga memengaruhi minat dalam menggunakan kembali website DTS ini.

Pengaruh *Effort Expectancy* (Harapan Usaha) terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H2) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa harapan usaha tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan website DTS di mana hasil ini menolak hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi (Abu Afifa dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Sofian dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022). Ternyata Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini menganggap kemudahan penggunaan website DTS tidak memengaruhi minat atau niat mereka dalam menggunakan website. Artinya, kemudahan atau kemahiran dalam penggunaan website bukan menjadi pertimbangan niat penggunaan kembali website ini.

Pengaruh *Social Influence* (Pengaruh Sosial) terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H3) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H3 diterima. Ini berarti pengaruh sosial para pengguna website DTS memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaannya di mana hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu (Abu Afifa dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Sofian dkk., 2023; Lumeta, 2021). Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini menganggap bahwa niat mereka dalam menggunakan website DTS dipengaruhi oleh orang-orang penting disekitarnya, seperti ajakan dosen atau temannya. Niat penggunaan Kembali juga cukup dipengaruhi oleh orang-orang sekitarnya.

Pengaruh *Facilitating Conditions* (Fasilitas Pendukung) terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H4) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas pendukung selama menggunakan website DTS tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaannya di mana hasil ini menolak hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa fasilitas pendukung berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi (Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Sofian dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022; Upadhyay dkk., 2022). Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini menganggap bahwa perangkat dan pengetahuan yang mereka miliki dalam menggunakan website DTS tidak memengaruhi minat atau niat mereka dalam menggunakan website. Artinya, berbagai fasilitas yang dimiliki atau diberikan pihak panitia bukan menjadi pertimbangan niat penggunaan kembali website ini.

Pengaruh *Facilitating Conditions* (Fasilitas Pendukung) terhadap *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H5) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H5 diterima. Ini berarti fasilitas pendukung selama menggunakan website DTS memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaannya di mana hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu (Rahmawati, 2023; Yang & Gu, 2022; Lumeta, 2021). Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini menganggap bahwa perangkat dan pengetahuan yang mereka miliki dalam menggunakan website DTS sangat berpengaruh dalam menggunakan website untuk peningkatan *digital skill* mereka. Selain itu, bantuan dari admin pelatihan atau *helpdesk* DTS juga memengaruhi penggunaan website.

Pengaruh *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonis) terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H6) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H6 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan website DTS di mana hasil ini menolak hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Sofian dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022). Niat penggunaan website oleh Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini bukan didasari karena website ini menyenangkan atau menghibur. Artinya, meskipun peserta merasa senang, terhibur, atau menikmati saat pernah menggunakan website DTS, hal ini tidak menjadi pertimbangan niat penggunaan kembali website ini.

Pengaruh *Price Value* (Nilai Harga) terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H7) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H7 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa nilai harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan website DTS di mana hasil ini menolak hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa nilai harga berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi (Bisma dkk., 2023; Chopdar dkk., 2022). Ternyata, niat penggunaan website oleh Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini tidak didasari atas biaya yang mungkin timbul saat mengikuti pelatihan, Artinya, meskipun pelatihan bersifat gratis dan bermanfaat, tetap belum menjadi pertimbangan niat penggunaan kembali website ini.

Pengaruh *Habit* (Kebiasaan) terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H8) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H8 diterima. Ini berarti kebiasaan dari penggunaan website DTS memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaannya di mana hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Sofian dkk., 2023; Lumeta, 2021). Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini menganggap bahwa niat mereka dalam menggunakan website DTS dalam rangka meningkatkan *digital skill* dipengaruhi oleh sebuah keharusan, kebiasaan, dan rasa ketagihan. Sehingga hal ini akan memengaruhi minat dalam menggunakan kembali website DTS saat ingin meningkatkan *digital skill* yang baru.

Pengaruh *Habit* (Kebiasaan) terhadap *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H9) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H9 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan dari penggunaan website DTS tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaannya di mana hasil ini menolak hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harapan usaha berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi (Iqbal dkk., 2023). Penggunaan website DTS oleh Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini bukan didasari atas sebuah keharusan, kebiasaan, atau karena ketagihan. Sehingga penggunaan website secara berkala tidak akan mempertimbangkan kebiasaan dalam menggunakan website DTS.

Pengaruh *Behavioral Intention* (Niat Perilaku) terhadap *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H10) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H10 diterima. Ini berarti niat penggunaan website DTS memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaannya di mana hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu (Bisma dkk., 2023; Iqbal dkk., 2023; Rahmawati, 2023; Upadhyay dkk., 2022; Yang & Gu, 2022; Lumeta, 2021). Ketika Peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini memiliki niat yang kuat untuk menggunakan website DTS, mereka cenderung benar-benar menggunakannya. Bahkan penggunaan secara berkala saat mereka merasa perlu meningkatkan *digital skill* akan dilakukan.

Pengaruh *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan) terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna) Peserta VSGA DTS dalam menggunakan website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) (H11) menunjukkan hasil pengujian hipotesis bahwa H11 diterima. Ini berarti tingkat penggunaan website DTS dalam peningkatan *digital skill* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna di mana hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu (Rahmawati, 2023; Teng dkk., 2023; Özecan & Arıkan, 2022; Lumeta, 2021). Perhitungan statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa rata-rata skor kepuasan pengguna responden cukup tinggi, yaitu 5,2/6,0. Hal ini menunjukkan bahwa peserta VSGA DTS BPPTIK yang menjadi responden penelitian ini merasa puas dengan keputusan mereka dalam menggunakan website DTS karena bermanfaat untuk meningkatkan *digital skill* mereka.

Hasil kajian menunjukkan bahwa Peserta VSGA DTS BPPTIK merasa bahwa website [digitalent.kominfo.go.id](http://digitalent.kominfo.go.id) bermanfaat untuk meningkatkan *digital skill* mereka dan membuat pelatihan lebih efektif. Hal ini dapat menjadi perhatian bagi pengelola website dan program DTS untuk terus meningkatkan fungsi dan manfaat website untuk memastikan bahwa peserta merasa terbantu dalam mencapai tujuan pelatihan mereka.

Peserta dipengaruhi oleh orang-orang penting di sekitar mereka yang mendorong penggunaan website DTS. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk strategi pemasaran dan promosi yang melibatkan pengaruh sosial dapat meningkatkan niat penggunaan website. Contohnya penggunaan testimoni dapat mendorong pengguna saat ini untuk merekomendasikan website kepada orang lain dapat meningkatkan partisipasi.

Peserta merasa bahwa perangkat dan pengetahuan yang mereka miliki sangat membantu dalam menggunakan website. Hal ini penting diperhatikan pengelola website untuk menyediakan fasilitas pendukung yang memadai, seperti tutorial, bantuan teknis, dan materi pelatihan tambahan. Memastikan bahwa semua peserta memiliki akses mudah ke sumber daya yang dibutuhkan juga akan meningkatkan penggunaan website.

Meningkatkan niat penggunaan melalui berbagai strategi pemasaran, testimonial, dan pengaruh sosial akan secara langsung meningkatkan penggunaan aktif website. Memastikan bahwa peserta melihat manfaat nyata dari penggunaan website akan memperkuat niat mereka. Serta untuk meningkatkan kepuasan pengguna, perlu dipastikan bahwa pengalaman pengguna selama menggunakan website adalah positif dan bermanfaat. *Feedback* pengguna harus secara rutin dikumpulkan dan dianalisis untuk membuat perbaikan berkelanjutan pada website. Kualitas pelatihan, kemudahan penggunaan, dan dukungan teknis yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna.

#### 4. PENUTUP

Kepuasan pengguna merupakan indikator penting dalam melihat penggunaan sebuah teknologi. Kepuasan akan muncul ketika pengguna menilai suatu sistem berguna dan percaya bahwa sistem itu akan mengarah ke peningkatan kinerja. Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap literatur mengenai adopsi teknologi dengan menggunakan model UTAUT 2. Hasil penelitian memperkuat beberapa asumsi dasar dari model ini, seperti pengaruh *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Habit* terhadap *Behavioral Intention* serta pengaruh *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*. Namun, temuan yang menolak pengaruh *Effort Expectancy*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, dan *Price Value* terhadap *Behavioral Intention* mengindikasikan bahwa ada faktor kontekstual yang perlu dipertimbangkan lebih lanjut dalam aplikasi model UTAUT 2 ini.

Dari sudut pandang praktis, hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pengelola website DTS dan penyelenggara pelatihan digital. Fokus pada peningkatan kinerja website dan

pemanfaatan pengaruh sosial dapat meningkatkan niat penggunaan. Pengelola juga perlu memperhatikan fasilitas pendukung yang dapat memengaruhi penggunaan aktual meskipun tidak memengaruhi niat penggunaan. Temuan bahwa aspek finansial dan motivasi hedonis tidak berpengaruh signifikan menunjukkan bahwa pengelola dapat lebih fokus pada aspek-aspek fungsional dan sosial dalam upaya meningkatkan adopsi dan kepuasan pengguna.

Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis secara lebih mendalam terkait variabel nilai harga dalam lingkup penggunaan teknologi yang tidak berbayar, karena berdasarkan kajian ini, secara harfiah pengguna tetap mengalokasikan biaya secara tidak langsung dalam menggunakan teknologi. Selain itu, keterbatasan penelitian ini salah satunya belum membahas variabel mediator yang dapat memengaruhi penggunaan teknologi seperti usia, gender, dan pengalaman, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperdalam penelitian menggunakan variabel mediator. Penelitian terkait website [digitalent.kominfo.go.id](https://digitalent.kominfo.go.id) juga masih sangat terbatas sehingga diperlukan lebih banyak kajian dan penelitian eksplanatif maupun deskriptif yang mengkaji penggunaan website [digitalent.kominfo.go.id](https://digitalent.kominfo.go.id).

### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya pada dosen pengajar yang telah membimbing dan rekan-rekan mahasiswa yang membantu hingga jurnal ini dapat diterbitkan. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu jalannya penelitian ini secara langsung maupun tidak langsung.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abu Afifa, M. M., Vo Van, H., & Le Hoang Van, T. (2023). Blockchain adoption in accounting by an extended UTAUT model: Empirical evidence from an emerging economy. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 21(1), 5–44.
- Badan Pengembangan SDM Kominfo RI. (2023). Tentang Program Digital Talent Scholarship. <https://digitalent.kominfo.go.id/program>, diakses 15 September 2023.
- Badan Pengembangan SDM Kominfo RI. (2023). Syarat dan Ketentuan Digital Talent Scholarship. <https://digitalent.kominfo.go.id/syarat-ketentuan>, diakses 17 September 2023.
- Bisma, R., Arbaningrum, M. P., Putra, R. E., & Suartana, I. M. (2023). Analysis of User Satisfaction of The “PeduliLindungi” Application Using UTAUT 2 Model (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). *2023 Sixth International Conference on Vocational Education and Electrical Engineering (ICVEE)*, 261–267.
- Chopdar, P. K., Lytras, M. D., & Visvizi, A. (2023). Exploring factors influencing bicycle-sharing adoption in India: A UTAUT 2 based mixed-method approach. *International Journal of Emerging Markets*, 18(11), 5109–5134.
- Chu, T. H., Chao, C. M., Liu, H. H., & Chen, D. F. (2022). Developing an Extended Theory of UTAUT 2 Model to Explore Factors Influencing Taiwanese Consumer Adoption of Intelligent Elevators. *Sage Open*, 12(4).
- Iqbal, P. U., Jose, S. M., & Tahir, M. (2023). Integrating trust with extended UTAUT model: A study on Islamic banking customers’ m-banking adoption in the Maldives. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1836–1858.
- Kim, S., Jang, S., Choi, W., Youn, C., & Lee, Y. (2022). Contactless service encounters among Millennials and Generation Z: The effects of Millennials and Gen Z characteristics on technology self-efficacy and preference for contactless service. *Journal of Research in*

- Interactive Marketing*, 16(1), 82–100.
- Lumeta, P. N. (2021). *Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan* (Tesis). Universitas Indonesia, Depok.
- Mahmudah, Dede. (2022). Evaluasi Pelaksanaan Digital Talent Scholarship (DTS) Vocational School Graduated Academy (VSGA) di Kota Palembang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 3(1), 18-25.
- Özecan, M., & Arikan, E. (2022). An Integrative Model on User Satisfaction and Continuance Intention for Using M-Banking. *Business and Economics Research Journal*, 3.
- Rahmawati, N. (2023). *Pengaruh Perspektif Self Regulation Framework dan UTAUT-2 Extended Model Terhadap Continuance Intention Aplikasi PLN Mobile Pada PT. PLN (Persero)* (Tesis). Universitas Indonesia, Depok.
- Setiawan, I. M. J., Ardika, I. W., Sumaryaman, I. K. A., & Mahaputra, I. N. K. A. (2022). Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Z di Era Society 5.0 di Denpasar dalam Menanggulangi Penyebaran Berita Hoaks. *Prosiding Webinar Nasional Pekan Ilmiah Pelajar* (h. 92 – 120). Denpasar.
- Sofian, R., Purwanto, H., Andriansyah, E., Nugraha, R. W., Ferdiansyah, F. R., & Wiharko, T. (2023). Application of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) Model to Acceptance of Electronic Learning Media. *2023 17th International Conference on Telecommunication Systems, Services, and Applications (TSSA)*, 1–5.
- Teng, Y. M., Wu, K. S., Wang, W. C., & Chen, L. W. (2023). What factors drive consumers' desire to continue using food delivery apps (FDA) in Taiwan after the COVID-19 pandemic? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(5), 878–892.
- Triana, A., Karman, Nugroho, A. C., Maharani, D. A., Ariyani, I. D., Utami, G., & Miranto. E. (2024). Evaluasi Pelaksanaan VSGA 2019-2023 (Laporan). Kementerian Komunikasi dan Informatika, Jakarta.
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: Extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 960–991.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Yang, F., Ren, L., & Gu. C. (2022). A study of college students' intention to use metaverse technology for basketball learning based on UTAUT2. *Heliyon*, Volume 8, Issue 9.

