

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat. Segala aspek dalam kehidupan terpengaruh oleh adanya perkembangan teknologi tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa semakin berkembangnya teknologi akan mempermudah segala aktivitas kehidupan manusia. *Livin' by Mandiri* merupakan layanan aplikasi *Mobile Banking* yang dinaungi oleh PT. Bank Mandiri (Persero), yang berfokus pada pembuatan layanan perbankan dalam berbagai transaksi keuangan. Hingga saat ini, *Livin' by Mandiri* memiliki 7,1 juta jumlah pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku konsumen dengan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang sudah dimodifikasi. Faktor-faktor ini terdiri dari *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Saving Orientation, Habit* dan *Trust* sebagai variabel utama serta *Age* dan *Gender* sebagai variabel moderator.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menjelaskan persepsi pengguna terhadap variabel dan meneliti hubungan sebab akibat antar variabel berdasarkan hipotesis yang terdapat pada penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* melalui Google Form. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 400 responden yang berdomisili di Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan software SmartPLS 3.2.9.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ada empat faktor dalam model modifikasi UTAUT 2 yang mempengaruhi minat perilaku (*Behavioral Intention*) dalam penggunaan layanan *M-Banking Livin' by Mandiri*. Faktor-faktor dari pengaruh tertinggi hingga terendah berturut-turut berdasarkan *path coefficient* adalah *Social Influence, Trust, Habit, dan Hedonic Motivation*. Dalam faktor moderasi, *Age* dan *Gender* tidak memoderasi pengaruh faktor *Behavioral Intention*. Model ini dapat digunakan oleh perusahaan Mandiri sebagai penyedia layanan *M-Banking Livin' by Mandiri* untuk dapat membuat keputusan untuk mempertahankan minat pengguna untuk dapat terus menggunakan layanan *M-Banking Livin' by Mandiri* dengan memperhatikan faktor-faktor yang dipengaruhi oleh indikatornya. Selain itu, model modifikasi UTAUT dalam penelitian ini memiliki kekuatan penjelasan yang kuat baik perhitungan dalam faktor *Behavioral Intention* (61,69%) yang termasuk dalam kategori "*Large Godness of Fit*", sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan dengan melakukan penelitian di bidang *Mobile Banking* dengan objek yang berbeda.

**Kata Kunci:** *Modifikasi UTAUT 2, Mobile Banking, Structural Equation Modeling (SEM)*