

## **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *USE BEHAVIOR* PADA PENGGUNAAN PLATFORM E-COMMERCE DALAM PEMESANAN KAMAR MENGGUNAKAN MODEL UTAUT DI THE ZHM PREMIERE HOTEL PADANG**

**REZA AMELIA, FERI FERDIAN**

Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang rezaamelia140201@gmail.com,  
feri.ferdian@unp.ac.id

**Abstract:** *Based on data on the e-commerce platform in booking rooms at The ZHM Premiere Hotel Padang, guest instability was found in booking rooms through the e-commerce platform from August 2022 - January 2023. This study aims to analyze the factors that influence usage behavior on the use of the e-commerce platform. commerce commerce in booking rooms using the UTAUT model at The ZHM Premiere Hotel Padang. The type of research that the authors conducted was quantitative using a causal associative approach, this was used to determine the effect of Performance Expectancy (X1), Effort Expectancy (X2), Social Influence (X3), and Facilitating Conditions (X4) on Use Behavior (Y). The population of this study are guests who book rooms using the e-commerce platform at The ZHM Premiere Hotel Padang. The sample in this study amounted to 273 respondents who used a probability sampling technique using simple random sampling. The independent variables examined in this study were Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, and Facilitating Conditions to Use Behavior using the PLS-SEM analysis technique. The results of this study indicate that the variables Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, and Facilitating Conditions have a positive effect on use behavior.*

**Keywords:** *Use Behavior, E-Commerce Platform, PLS-SEM, UTAUT*

**Abstrak:** Berdasarkan data pada platform e-commerce dalam pemesanan kamar di The ZHM Premiere Hotel Padang, ditemukannya ketidakstabilan tamu dalam pemesanan kamar melalui platform e-commerce dari Agustus 2022 – Januari 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi *use behavior* pada penggunaan platform e-commerce dalam pemesanan kamar menggunakan model UTAUT di The ZHM Premiere Hotel Padang. Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah kuantitatif yang menggunakan pendekatan asosiatif kausal, hal ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari adalah *Performance Expectancy (X1)*, *Effort Expectancy (X2)*, *Social Influence(X3)*, dan *Facilitating Conditions (X4)* terhadap *Use Behavior (Y)*. Populasi dari penelitian ini adalah tamu yang melakukan pemesanan kamar menggunakan platform e-commerce di The ZHM Premiere Hotel Padang. Sampel pada penelitian ini berjumlah 273 responden yang menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* secara *simple random sampling*. Variabel independen yang diteliti pada penelitian ini adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* terhadap *Use Behavior* dengan menggunakan teknik analisis PLS-SEM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* berpengaruh positif terhadap *use behaviour*.

**Kata Kunci:** *Use Behavior, Platform E-Commerce, PLS-SEM, UTAUT*

### **A. Pendahuluan**

Pariwisata adalah proses perjalanan tempat tinggal sementara dan keluar dari satu tempat ke tempat lain, baik secara individu maupun kelompok. Perjalanan untuk berbagai kepentingan, seperti budaya, sosial, agama atau kepentingan lainnya, untuk tujuan bersenang-senang, serta memuaskan keinginan akan sesuatu. Menurut Suardana dan Nawing (2022) menyatakan bahwa : “Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang (wisatawan) untuk mengunjungi tempat wisata di daerah objek wisata yang dikunjungi dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan yang bersifat sementara”. Namun ,

dengan berkembangnya kepariwisataan, pariwisata dapat memiliki banyak pengertian makna dalam pemikiran manusia. Pariwisata bukan hanya sebagai sekedar jenis perjalanan, melainkan tetapi dapat bisa dikatakan sebagai bisnis yang dapat dijalankan oleh industri pariwisata.

Berkembangnya pariwisata tidak terlepas dari hotel, kata hotel secara harfiah berarti *hospitium* (Latin), artinya kamar tamu di biara, kemudian *hospitium* dalam bahasa Perancis digabung dengan *hospes* menjadi *hospice*. Istilah rumah sakit tidak berubah selama beberapa waktu. Menurut Noviasuti dan Cahyadi (2022) menjelaskan dalam perkembangan selanjutnya, setelah melalui proses pemahaman dan analogi yang panjang, perbedaan antara *guest house* dan *mansion house* (rumah besar), maka rumah besar itu adalah hostel. Dengan perkembangan zaman dan orang-orang yang ingin mengejar kepuasan, mereka tidak menyukai banyaknya peraturan dan kata hostel telah berubah. Huruf “s” pada kata hostel dihilangkan orang, sehingga kata hostel menjadi hotel. Hotel merupakan sarana akomodasi penunjang kepariwisataan yang lengkap. Dikatakan sebagai penyedia akomodasi terlengkap karena hotel ini memiliki banyak fasilitas pendukung seperti *rest room*, restoran, ruang pertemuan, fasilitas rekreasi seperti *swimming pool*, pusat kebugaran, dan spa. Adapun departemen yang ada di hotel yaitu *front office*, *sales and marketing*, *food and beverage*, *engineering*, *housekeeping*, and *accounting department*. Salah satu hotel yang dibahas penulis adalah The ZHM Premiere Hotel Padang. Untuk meningkatkan pasar utama dan pendapatan hotel di era revolusi 5.0 adalah dengan meningkatkan pelayanan melalui *e-commerce*. Menurut Sarwono (2012:1) menyatakan bahwa : “*E-Commerce* adalah proses membeli dan menjual atau tukar menukar produk, jasa dan informasi melalui komputer. Dalam *E-Commerce* terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui Internet atau pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak didalam satu perusahaan dengan menggunakan Internet”.

Dari data pemesanan kamar melalui *platform e-commerce* diatas dapat ditemukan bahwa tingkat pembelian kamar di The ZHM Premiere Hotel Padang paling banyak diminati oleh tamu adalah Traveloka. Terjadinya penurunan pada bulan Agustus 2022 – November 2022, kemudian pada bulan November 2022 – Desember 2022 terjadinya kenaikan tingkat pembelian kamar, dan pada bulan Desember 2022 – Januari 2023 terjadinya penurunan kembali. Kondisi pembelian kamar yang tidak stabil ini diduga karena adanya promosi *online* yang dijalankan tidak dilakukan dengan optimal seperti kurangnya informasi mengenai The ZHM Premiere Hotel Padang. Faktor-faktor yang memengaruhi *use behavior* (perilaku penggunaan) sistem teknologi, banyak bentuk metode dan model yang bisa digunakan. Penulis memfokuskan kepada metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang merupakan pengembangan model dari yang menggambarkan bagaimana konsumen beradaptasi terhadap sebuah teknologi baru dengan fokus sebagai alat untuk mengukur penerimaan dan penggunaan teknologi informasi terutama pada *use behavior* dari *platform e-commerce* pembelian *e-commerce* di The ZHM Premiere Hotel Padang. Teori *Unified Theory Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) terdapat empat faktor yang mempengaruhi *use behavior* (perilaku pengguna) sebagai perilaku pengguna dalam menggunakan suatu teknologi internet untuk melakukan berbelanja secara tidak langsung pada *platform e-commerce* dikutip dari pendapat Venkatesh et al. (2003).

enurut Venkatesh et al., (2003) menyatakan bahwa : “UTAUT disusun atas empat faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap minat pemanfaatan dan penggunaan sistem informasi, yaitu: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial serta kondisi yang memfasilitasi”. Faktor yang pertama yaitu *performance expectancy*, dikutip oleh Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa : “Ekspektasi kinerja adalah seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu dia untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja di pekerjaannya”. Faktor yang kedua yaitu *effort expectancy*, berdasarkan pendapat Mufti dan Akhirina (2014) menyatakan bahwa : “Ekspektasi usaha diartikan sebagai kemudahan penggunaan sistem yang dirasakan pengguna”.

Faktor yang ketiga yaitu *social influence* atau pengaruh sosial. Menurut Wang dan Chou

dalam Haryono & Brahmana (2015) menyatakan bahwa : “Pengaruh sosial *atau social influence* adalah tentang strategi seseorang membujuk orang lain dalam mempengaruhi keputusan untuk berperilaku”. Faktor yang keempat yaitu *facilitating condition* atau Kondisi yang memfasilitasi. Menurut Al-Qeisi et al., (2014) menyatakan bahwa : “*Facilitating Condition* merupakan tingkat kenyamanan individu untuk menggunakan sistem yang didukung oleh infrastruktur teknis dan organisasi”.

## B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal (sebab akibat) yang menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa, "Pendekatan asosiatif kausal penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dan bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas ". Jadi, penelitian ini memasukkan lima variabel yaitu variabel bebas Performance Expectancy (X1), Effort Expectancy (X2), Social Influence (X3), Facilitating Conditions (X4) dan variabel terikat Use Behavior (Y). Penelitian ini dilakukan pada bulan April sampai Mei 2023. Populasi penelitian ini adalah tamu yang memesan kamar menggunakan platform e-commerce dengan sampel sebanyak 273 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Probability Sampling* secara *simple random sampling*, Uji coba instrumen dilakukan dengan dua cara yaitu uji *validity* dan uji *reability*. Langkah-langkah untuk menganalisis data statistik dasar hasil penelitian dan deskripsi data. Pengujian hipotesis menggunakan *outer model* yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriman dan uji validitas realibilitas serta yang kedua yaitu *inner model*.

## C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat dijelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *use behavior* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar menggunakan model UTAUT di The ZHM Premiere Hotel Padang. Berdasarkan analisis yang telah peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap variabel *use behavior*, variabel *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap variabel *use behavior*, variabel *social influence* berpengaruh signifikan terhadap variabel *use behavior*, dan variabel *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap variabel *use behavior*. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

### 1. Model UTAUT

**Performance Expectancy.** Hasil pengolahan data dari 273 sampel, dengan menggunakan SPSS versi 26.00 diketahui variabel *performance expectancy* secara keseluruhan pada rentang 4.30 – 5.00 dikategorikan sangat baik dengan nilai sebesar 4.6. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar di The ZHM Premiere Hotel Padang secara keseluruhan telah dilakukan dengan sangat baik. Hal ini bisa dilihat berbagai ulasan penilaian sangat baik dari tamu yang memesan kamar pada *platform e-commerce* di The ZHM Premiere Hotel Padang mengenai *performance expectancy* pemesanan kamar pada *platform e-commerce* mampu percaya. Hal ini didukung menurut Mustaqim, Nanda (2018) menyatakan bahwa : “*Performance expectancy* dapat diartikan sebagai harapan kinerja dari sistem atau seberapa tinggi kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem dapat membantu untuk mendapatkan keuntungan kinerja dari pekerjaannya”.

**Effort Expectancy.** Berdasarkan hasil dari olahan data dengan 273 sampel menggunakan SPSS versi 26.00 dapat diketahui variabel *performance expectancy* secara keseluruhan pada rentang 4.30 – 5.00 dikategorikan sangat baik dengan nilai sebesar 4.57. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa *effort expectancy* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar di The ZHM Premiere Hotel Padang secara keseluruhan telah dilakukan dengan sangat baik. Hal ini bisa dilihat dari berbagai ulasan penilaian sangat baik dari tamu yang memesan kamar pada *platform e-commerce* di The ZHM Premiere Hotel Padang

mengenai effort expectancy pemesanan kamar pada platform e-commerce mudah bagi tamu untuk digunakan dalam pemesanan kamar. Hal ini didukung menurut Mohan et al., (2020) menyatakan bahwa: “Effort expectancy mengacu pada sejauh mana pengguna merasakan sistem itu mudah digunakan”.

**Social Influence.** Berdasarkan hasil dari olahan data dengan 273 sampel menggunakan SPSS versi 26.00 dapat diketahui variabel social influence secara keseluruhan pada rentang 4.30 – 5.00 dikategorikan sangat baik dengan nilai sebesar 4.4. Hal ini dapat disimpulkan bahwa social influence pada penggunaan platform e-commerce dalam pemesanan kamar di The ZHM Premiere Hotel Padang secara keseluruhan telah dilakukan dengan sangat baik. Hal ini bisa dilihat dari berbagai ulasan penilaian sangat baik dari tamu yang memesan kamar pada platform e-commerce di The ZHM Premiere Hotel Padang mengenai social influence pemesanan kamar pada platform e-commerce keinginan yang dipengaruhi orang-orang terdekat dalam pemesanan kamar. Hal ini didukung menurut Venkatesh dkk (2011) menyatakan bahwa: “Pengaruh sosial didefinisikan sebagai tingkat di mana pengguna mendapatkan kemauan dari orang lain (misalnya keluarga, teman dan kolega) dorongan bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu”.

**Facilitating Conditions.** Berdasarkan hasil dari olahan data dengan 273 sampel menggunakan SPSS versi 26.00 dapat diketahui variabel facilitating conditions secara keseluruhan pada rentang 4.30 – 5.00 dikategorikan sangat baik dengan nilai sebesar 4.3. Hal ini dapat disimpulkan bahwa facilitating conditions pada penggunaan platform e-commerce dalam pemesanan kamar di The ZHM Premiere Hotel Padang secara keseluruhan sudah dilakukan dengan sangat baik. Hal ini bisa dilihat dari berbagai ulasan penilaian sangat baik dari tamu yang memesan kamar pada platform e-commerce di The ZHM Premiere Hotel Padang mengenai facilitating conditions menyediakan dukungan pada platform e-commerce yang dapat membuat orang percaya menggunakan sistem tersebut dalam pemesanan kamar.. Hal ini didukung menurut Mohan et al., (2020) menyatakan bahwa : “Facilitating Conditions didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu merasakan bahwa orang lain percaya dia harus menggunakan sistem baru”.

## 2. Use Behavior

Berdasarkan hasil dari olahan data dengan 273 sampel menggunakan SPSS versi 26.00 dapat diketahui variabel *use behavior* secara keseluruhan pada rentang 4.30 – 5.00 dikategorikan sangat baik dengan nilai sebesar 4.3. Hal ini bisa disimpulkan bahwa *use behavior* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar di The ZHM Premiere Hotel Padang secara keseluruhan telah dilakukan dengan sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari berbagai ulasan penilaian sangat baik dari tamu yang memesan kamar pada *platform e-commerce* di The ZHM Premiere Hotel Padang mengenai keinginan untuk pembelian ulang, kesediaan untuk membeli dan membayar lebih, dan komunikasi dari mulut ke mulut dalam pemesanan kamar.. Hal ini didukung oleh pendapat Venkatesh et al., (2012) yang menyatakan bahwa : “*Use Behavior* atau perilaku penggunaan dapat didefinisikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan teknologi informasi. Suatu teknologi informasi akan digunakan apabila pengguna memiliki minat menggunakan sistem informasi tersebut, dikarenakan keyakinan seseorang menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya”.

## 3. Pengaruh model UTAUT terhadap *use behavior* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar di The ZHM Premiere Hotel Padang.

Penelitian ini menggunakan PLS 3.0 yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh Model UTAUT terhadap *use behavior* di The ZHM Premiere Hotel Padang. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien jalur MODEL UTAUT terhadap *use behavior* sebesar 0,783 dan t-statistik yaitu 27.101. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan, karena >1,96 dengan p-value <0,05 sehingga hipotesis kelima diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa MODEL UTAUT terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* bagi tamu yang memesan kamar

di The ZHM Premiere Hotel Padang. Selanjutnya pada variabel *performance expectancy* (X1) menunjukkan nilai koefisien jalur *performance expectancy* terhadap *use behavior* sebesar 0,363 dan t-statistik yaitu 2.680. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan, karena >1,96 dengan p-value <0,05 sehingga hipotesis ketiga diterima. Kemudian Variabel *Effort Expectancy* (X2) menunjukkan nilai koefisien jalur *effort expectancy* terhadap *use behavior* sebesar 0,356 dan t-statistik yaitu 2,719. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan, karena >1,96 dengan p-value <0,05 sehingga hipotesis dapat diterima. Variabel *Social Influence* (X3) menunjukkan nilai koefisien jalur *social influence* terhadap *use behavior* sebesar 0.165 dan t-statistik yaitu 2,117. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan, karena >1,96 dengan p-value <0,05 sehingga hipotesis keempat diterima. Selanjutnya variabel *Facilitating Conditions* (X4) menunjukkan nilai koefisien jalur *facilitating conditions* terhadap *use behavior* sebesar 0,109 dan t-statistik yaitu 2.007. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan, karena >1,96 dengan p-value <0,05 sehingga hipotesis kedua diterima.

Hasil yang sama dilakukan penulis dengan penelitian yang model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap teknologi informasi (TI). Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Farida Nuzulia, Edy Supriyadi, dan Derriawan (2020) menyimpulkan bahwa hasil penelitian pengaruh Model UTAUT terhadap *use behavior* membuktikan variabel tersebut memberikan kontribusi pengaruh signifikan terhadap *use behavior*.

#### D. Penutup

Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi use behavior pada penggunaan platform e-commerce dalam pemesanan kamar menggunakan model UTAUT di The ZHM Premiere Hotel Padang adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dapat disimpulkan sebagai berikut: *Performance expectancy* pada penggunaan platform e-commerce dalam pemesanan kamar menggunakan model UTAUT di The ZHM Premiere Hotel Padang termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 4.6. Dan ada pengaruh positif antara *performance expectancy* dan *use behavior*, maka disimpulkan dapat diterima. *Effort expectancy* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar menggunakan model UTAUT di The ZHM Premiere Hotel Padang termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 4.57. Dan ada pengaruh positif antara *effort expectancy* dan *use behavior*, maka disimpulkan dapat diterima. *Social influence* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar menggunakan model UTAUT di The ZHM Premiere Hotel Padang termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 4.4. Dan ada pengaruh positif antara *social influence* dan *use behavior*, maka disimpulkan dapat diterima. *Facilitating conditions* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar menggunakan model UTAUT di The ZHM Premiere Hotel Padang termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 4.3 Dan ada pengaruh positif antara *facilitating conditions* dan *use behavior*, maka disimpulkan dapat diterima. *Use behavior* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar menggunakan model UTAUT di The ZHM Premiere Hotel Padang termasuk dalam kategori sangat baik kategori yang sangat baik dengan nilai sebesar. Pengaruh model UTAUT terhadap *use behavior* pada penggunaan *platform e-commerce* dalam pemesanan kamar di The ZHM Premiere Hotel Padang termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai sebesar 4.4

#### Daftar Pustaka

- Amaral, M. A. L., & Watu, E. G. C. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Trust terdapat Niat Berkelanjutan Menggunakan FDAS pada Masa Pandemi Covid-19. *Sebatik*, 25(2), 562-570.
- Andrianto, A. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111–122.

- Anisa, F., & Ananda, F. (2019). Pengaruh Performance Expectancy Terhadap Minat Implementasi Sistem Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) di Pemkot Padang. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 4(1), 137-145.
- Djatikusuma, E. S., Widagdo, H., Studi Akuntansi, P., & MDP Palembang, S. (n.d.). Analisa Perilaku Calon Mahasiswa Terhadap Minat Untuk Menjadi Mahasiswa Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Multi Data Palembang Menggunakan Metode Unifield Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT).
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. In *Jurnal Bisnis Administrasi* (Vol. 06).
- Harahap, L. K., & Pd, M. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) dengan SMARTPLS (partial least square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1(1).
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (n.d.). Analisis Faktor Elektronik Word Of Mouth (EWOM) dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Tourism and Hospitality Essentials Analisis Faktor Elektronik Word Of Mouth (EWOM) dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. In *THE) Journal: Vol. VI (Issue 2)*.
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Dengan SmartPLS. *Modul Pelatihan*, 1-4.
- Meilita, R. N., Novia Nasution, Y., & Hayati, M. N. (2016). Structural Equation Modelling dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus: Pengaruh Locus of Control, Self Efficacy, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Kaltim Post Samarinda). In *Prosiding Seminar Sains dan Teknologi FMIPA Unmul* (Vol. 1, Issue 1).
- Muharmi, H., & Sari, D. K. (2019). Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Perceived Value Terhadap Consumer Satisfaction Dan Behavioral Intentions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 193-203.
- Nasir, M. (n.d.). Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang Menggunakan Model UTAUT.
- Nurwahidah, I. L., & Juanim, H. (2022). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Socuial Influence dan Facilitating Conditions terhadap Behavioral Intention Menggunakan Platform Pelatihan Online (Studi Kasus pada Konsumen Skill Academy by Ruangguru)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Penelitian, U., Menggunakan, M., & 00, A. 18. (n.d.). Sructural Equation Modeling. [www.ptipu.blogspot.com](http://www.ptipu.blogspot.com)
- Shafly, N. A. (2020). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Yusup Program Studi Tadris Biologi, F., & Tarbiyah dan Keguruan, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. Januari-Juni, 7(1), 17-2