

**ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI MAXIM MENGGUNAKAN MODEL  
UTAUT2 (STUDI KASUS: MAHASISWA PENDIDIKAN KOMPUTER FKIP  
UNIVERSITAS MULAWARMAN)**

Aisah<sup>1</sup>, Celine Aloyshima Haris<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Pendidikan Komputer FKIP Universitas Mulawarman

[1aaishaa038@gmail.com](mailto:1aaishaa038@gmail.com), [2celine@fkip.unmul.ac.id](mailto:2celine@fkip.unmul.ac.id)

**ABSTRACT**

*The development of digital transportation has transformed students' mobility patterns in supporting academic activities. Maxim, as one of the online transportation applications, is widely used by students of the Computer Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Mulawarman University. However, the factors influencing the intention and usage behavior still require further analysis. This study aims to examine the effect of variables in the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) model on Behavioral Intention and Use Behavior in using the Maxim application. This research employed a quantitative approach with a survey method involving 75 students selected using the Slovin formula (10% error rate) and purposive sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS version 22. The results indicate that partially Effort Expectancy ( $t = -3.662$ ;  $sig. = 0.000$ ), Hedonic Motivation ( $t = 3.435$ ;  $sig. = 0.000$ ), Price Value ( $t = 3.817$ ;  $sig. = 0.000$ ), and Habit ( $t = 4.980$ ;  $sig. = 0.000$ ) significantly influence Behavioral Intention, while Performance Expectancy does not ( $t = 0.489$ ;  $sig. = 0.626$ ). Behavioral Intention significantly affects Use Behavior ( $t = 6.416$ ;  $sig. = 0.000$ ), whereas Habit does not ( $t = 0.936$ ;  $sig. = 0.352$ ). Simultaneously, all independent variables significantly influence the dependent variables ( $sig. = 0.000$ ). The coefficient of determination ( $R^2$ ) shows a strong explanatory power. These findings suggest that ease of use, enjoyment, price value, and habit influence intention, while usage behavior is primarily driven by intention.*

*Keywords: UTAUT2, Behavioral Intention, Use Behavior*

**ABSTRAK**

Perkembangan transportasi digital telah mengubah pola mobilitas mahasiswa dalam mendukung aktivitas akademik. Aplikasi Maxim banyak digunakan oleh mahasiswa Pendidikan Komputer FKIP Universitas Mulawarman, namun faktor yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaannya masih perlu dikaji. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh variabel dalam model UTAUT2 terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 75 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin (tingkat kesalahan 10%) dan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Effort Expectancy* ( $t = -3,662$ ;  $sig. = 0,000$ ), *Hedonic Motivation* ( $t = 3,435$ ;  $sig. = 0,000$ ), *Price Value* ( $t = 3,817$ ;  $sig. = 0,000$ ), dan *Habit* ( $t = 4,980$ ;  $sig. = 0,000$ ) berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan *Performance Expectancy* tidak berpengaruh

signifikan ( $t = 0,489$ ;  $sig. = 0,626$ ). *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* ( $t = 6,416$ ;  $sig. = 0,000$ ), sementara *Habit* tidak berpengaruh signifikan ( $t = 0,936$ ;  $sig. = 0,352$ ). Secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh signifikan ( $sig. = 0,000$ ), dengan nilai  $R^2$  menunjukkan kemampuan penjelasan yang kuat. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kesenangan, nilai harga, dan kebiasaan memengaruhi niat, sedangkan perilaku penggunaan lebih dipengaruhi oleh niat penggunaan.

Kata Kunci: UTAUT2, *Behavioral Intention*, *Use Behavior*

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor transportasi. Munculnya layanan transportasi berbasis aplikasi atau transportasi online menjadi salah satu bentuk nyata transformasi digital yang mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan mobilitas secara cepat, praktis, dan efisien melalui perangkat seluler. Selain meningkatkan kemudahan akses, transportasi online juga mendorong lahirnya model bisnis digital berbasis permintaan (*on-demand*). Menurut Segara & Nasution, (2025), teknologi informasi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, mempercepat komunikasi, serta mendorong transformasi layanan publik. Sahertian, James et al., (2021) juga menegaskan bahwa popularitas transportasi online didorong oleh

kemajuan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan *smartphone* di masyarakat.

Di Kota Samarinda, penggunaan aplikasi transportasi online, khususnya Maxim, menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Berdasarkan penelitian Teluma & Asnawati, (2025), jumlah *new client* meningkat dari 2.519 pada semester pertama 2023 menjadi 2.833 pada semester kedua 2023 dengan pertumbuhan sebesar 12,47%. Selain itu, jumlah *completed order* juga meningkat dari 3.301.751 pada semester pertama 2022 menjadi 5.998.185 pada semester kedua 2023. Namun demikian, terjadi penurunan pertumbuhan sebesar -0,08% pada akhir tahun 2023 yang mengindikasikan adanya tantangan dalam mempertahankan kepuasan pengguna. Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun tingkat penggunaan meningkat, masih

terdapat permasalahan yang perlu dianalisis lebih lanjut terkait pengalaman pengguna.

Aplikasi Maxim merupakan platform transportasi digital yang menyediakan berbagai layanan, seperti Maxim *Bike*, Maxim *Car*, dan Maxim *Delivery*, yang berperan dalam mendukung mobilitas mahasiswa, khususnya dalam aktivitas akademik. Dalam konteks pendidikan, aplikasi ini membantu mahasiswa dalam mobilitas menuju kampus, menghadiri kegiatan akademik di luar kampus, serta menunjang aktivitas pembelajaran. Menurut Nurhasanah et al., (2024), aplikasi transportasi online seperti Maxim memiliki peran signifikan dalam memenuhi kebutuhan mobilitas mahasiswa karena bersifat *user-friendly* dan memiliki harga yang kompetitif. Namun demikian, masih terdapat beberapa permasalahan operasional yang sering dikeluhkan pengguna, seperti ketidakakuratan estimasi waktu kedatangan dan ketidaksesuaian lokasi pada aplikasi. Fahry et al., (2023) menyatakan bahwa permasalahan tersebut dapat mengganggu efisiensi waktu dan perencanaan aktivitas, khususnya dalam konteks akademik.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap mahasiswa Pendidikan Komputer FKIP Universitas Mulawarman, aplikasi Maxim menjadi layanan transportasi online yang paling banyak digunakan dibandingkan Gojek dan Grab. Selain itu, fitur Maxim *Bike* merupakan layanan yang paling dominan digunakan sebesar 63%, diikuti Maxim *Car* sebesar 26%, dan Maxim *Food* sebesar 11%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung memilih layanan yang cepat, praktis, dan ekonomis. Temuan ini mengindikasikan adanya pengaruh faktor kemudahan penggunaan dan nilai harga, yang sejalan dengan konstruk *effort expectancy* dan *price value* dalam model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2).

Model UTAUT2 merupakan pengembangan dari model UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh et al., (2012) dengan penambahan konstruk *hedonic motivation*, *habit*, dan *price value*, sehingga dinilai lebih komprehensif dalam menjelaskan perilaku penggunaan teknologi berbasis konsumen. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel seperti *effort expectancy*,

*hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku penggunaan aplikasi transportasi online Maxim (Pakaya & Ladiku, 2024).

Berdasarkan fenomena tersebut, fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana faktor-faktor dalam model UTAUT2 memengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior* dalam penggunaan aplikasi Maxim, serta bagaimana peran *behavioral intention* sebagai variabel mediasi dalam menjelaskan hubungan tersebut, khususnya dalam konteks permasalahan teknis aplikasi yang dialami pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel dalam model UTAUT2 terhadap *behavioral intention* dan *use behavior*, serta mengkaji peran *behavioral intention* sebagai variabel mediasi dalam penggunaan aplikasi Maxim oleh mahasiswa Pendidikan Komputer FKIP Universitas Mulawarman.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi secara teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam mengembangkan penerapan model UTAUT2 pada konteks transportasi

online di kalangan mahasiswa pendidikan, memperkaya kajian *technology acceptance* dengan mempertimbangkan aspek permasalahan teknis sebagai variabel kontekstual, serta menjadi referensi empiris bagi penelitian selanjutnya. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak Maxim dalam meningkatkan kualitas layanan, menjadi referensi bagi institusi pendidikan dalam mendukung pembelajaran berbasis teknologi, memberikan pemahaman bagi mahasiswa mengenai perilaku penggunaan aplikasi digital, serta menjadi landasan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian sejenis.

## **B. Metode Penelitian**

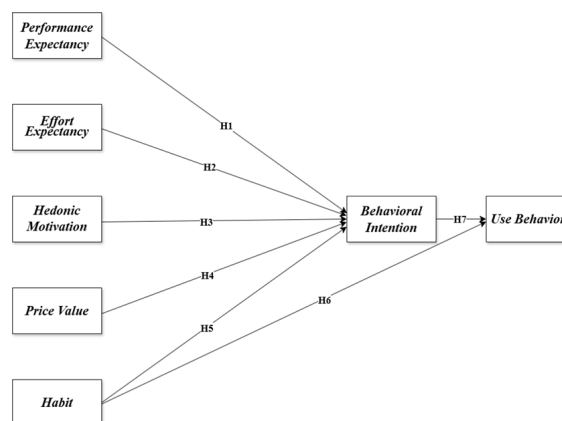
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh variabel dalam model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) terhadap *behavioral intention* dan *use behavior* dalam penggunaan aplikasi Maxim. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Komputer FKIP Universitas

Mulawarman yang menggunakan aplikasi Maxim. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 75 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa yang pernah menggunakan aplikasi Maxim.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *behavioral intention*, dan *use behavior*. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas data yang diperoleh.

Desain penelitian mengacu pada model UTAUT2 yang telah dimodifikasi sesuai dengan konteks penelitian. Model ini menggambarkan hubungan antara variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* terhadap *behavioral intention*, serta pengaruh *behavioral intention* dan *habit* terhadap *use behavior*. Selain itu, *behavioral intention* berperan sebagai variabel

mediasi. Model penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Model UTAUT2

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 22. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi model regresi. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta uji simultan (uji F) untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan pengujian

peran *behavioral intention* sebagai variabel mediasi dilakukan melalui analisis pengaruh tidak langsung dalam model penelitian.

**C.Hasil Penelitian dan Pembahasan**  
**Hasil Penelitian**

Penelitian ini melibatkan 75 responden mahasiswa Pendidikan Komputer FKIP Universitas Mulawarman yang menggunakan aplikasi Maxim. Hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan valid dan reliabel, sehingga data layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi linier berganda.

Untuk melihat pengaruh masing-masing variabel secara individual, dilakukan uji parsial (uji t) yang hasilnya disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Hubungan Variabel	Sig.	$\alpha$
PE → BI	0,626	0,05
EE → BI	0,000	0,05
HM → BI	0,001	0,05
PV → BI	0,000	0,05
HB → BI	0,000	0,05
HB → UB	0,352	0,05
BI → UB	0,000	0,05

Tabel 1 menunjukkan bahwa *effort expectancy* (EE), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), dan *habit* (HB) berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (BI) (sig. < 0,05),

sedangkan *performance expectancy* (PE) tidak berpengaruh signifikan. Pada model *use behavior* (UB), *behavioral intention* (BI) terbukti berpengaruh signifikan, sementara *habit* (HB) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Pengujian pengaruh variabel secara bersama-sama dilakukan melalui uji simultan (uji F) yang hasilnya disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Variabel Dependen	F-hitung	Sig.	$\alpha$
BI	36,689	0,000	0,05
UB	55,268	0,000	0,05

Berdasarkan Tabel 2, kedua model regresi memiliki nilai signifikansi 0,000 (< 0,05), yang menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini mengindikasikan bahwa model yang digunakan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

Besarnya kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen ditunjukkan melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Variabel Dependen	R Square
<i>Behavioral Intention</i> (BI)	0,727
<i>Use Behavior</i> (UB)	0,606

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai R<sup>2</sup> pada model *behavioral intention* sebesar 0,727, yang berarti 72,7% variasi *behavioral intention* dapat dijelaskan oleh variabel dalam model, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Pada model *use behavior*, nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,606 menunjukkan bahwa 60,6% variasi *use behavior* dapat dijelaskan oleh variabel dalam model.

Peran variabel mediasi dalam model dianalisis melalui uji mediasi, dengan hasil yang disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4 Hasil Uji Mediasi *Habit* terhadap *Use Behavior* melalui *Behavioral Intention***

Model	Variabel	Beta	Sig.
Regresi 1	HB -> BI	0,735	0,000
Regresi 2	HB -> UB	0,616	0,000
Regresi 3	HB -> UB	0,102	0,352
	BI -> UB	0,700	0,000

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* dan *Use Behavior* pada model awal (Sig. < 0,05). Namun, setelah memasukkan *Behavioral Intention* ke dalam model, pengaruh langsung *Habit* terhadap *Use Behavior* menjadi tidak signifikan (Sig. > 0,05), sedangkan *Behavioral Intention* tetap signifikan. Temuan ini

mengindikasikan adanya mediasi penuh (*full mediation*) oleh *Behavioral Intention*.

### **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ( $t = 0,489$ ; sig. =  $0,626 > 0,05$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi mahasiswa terhadap peningkatan kinerja atau efektivitas dari penggunaan aplikasi Maxim belum menjadi pertimbangan utama dalam membentuk niat penggunaan. Dalam kerangka UTAUT2, *performance expectancy* seharusnya menjadi determinan penting, namun dalam konteks ini pengguna lebih menekankan aspek praktis seperti kemudahan dan harga. Hasil wawancara memperkuat temuan ini, di mana responden menyatakan bahwa penggunaan Maxim tidak secara signifikan meningkatkan efisiensi aktivitas dan cenderung digunakan secara situasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Karyoto et al., (2024) yang menunjukkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Sebaliknya, *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ( $t = -3,662$ ;  $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$ ). Hal ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor kunci dalam mendorong niat mahasiswa. Aplikasi dengan antarmuka yang sederhana, proses pemesanan yang jelas, dan tidak memerlukan usaha besar dalam pengoperasiannya akan lebih mudah diterima. Dalam perspektif UTAUT2, persepsi kemudahan mampu mengurangi hambatan psikologis pengguna, sehingga meningkatkan kecenderungan adopsi teknologi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Syamfithriani et al., (2024) yang menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Selanjutnya, *Hedonic Motivation* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ( $t = 3,435$ ;  $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan yang menyenangkan, nyaman, dan menarik turut berperan dalam membentuk niat mahasiswa. Dalam konteks pengguna digital, keputusan penggunaan tidak hanya didasarkan pada aspek utilitarian, tetapi juga pada pengalaman

emosional yang dirasakan. UTAUT2 menempatkan motivasi hedonis sebagai faktor penting dalam adopsi teknologi berbasis konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian Syamfithriani et al., (2024) yang menemukan pengaruh signifikan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention*.

Variabel *Price Value* juga berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ( $t = 3,817$ ;  $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$ ). Hal ini menegaskan bahwa pertimbangan ekonomi menjadi faktor dominan dalam penggunaan aplikasi Maxim, khususnya di kalangan mahasiswa. Persepsi bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan manfaat yang diperoleh mendorong terbentuknya niat penggunaan. Dalam model UTAUT2, keseimbangan antara biaya dan manfaat menjadi determinan penting dalam adopsi teknologi. Temuan ini didukung oleh penelitian Pakaya & Ladiku, (2024) yang menunjukkan bahwa *price value* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Selain itu, *Habit* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* ( $t = 4,980$ ;  $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan

bahwa kebiasaan penggunaan teknologi yang terbentuk dari pengalaman sebelumnya mampu memperkuat niat penggunaan. Penggunaan yang berulang menjadikan aplikasi sebagai bagian dari rutinitas, sehingga mendorong kecenderungan untuk terus menggunakannya. Temuan ini sejalan dengan konsep UTAUT2 yang menempatkan *habit* sebagai determinan penting dalam pembentukan niat perilaku, serta didukung oleh penelitian (Karyoto et al., 2024).

Namun demikian, *Habit* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Use Behavior* ( $t = 0,936$ ;  $sig. = 0,352 > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan belum cukup kuat untuk mendorong perilaku penggunaan aktual secara langsung. Dalam konteks ini, penggunaan aplikasi Maxim oleh mahasiswa masih bersifat situasional dan belum menjadi rutinitas yang konsisten. Hasil ini didukung oleh temuan lapangan yang menunjukkan bahwa responden lebih sering menggunakan alternatif lain dalam aktivitas sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan penelitian Andini & Hariyanti, (2021) yang menyatakan

bahwa *habit* tidak berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*.

Sebaliknya, *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* ( $t = 6,416$ ;  $sig. = 0,000 < 0,05$ ), yang menegaskan bahwa niat penggunaan merupakan faktor utama yang mendorong perilaku aktual. Dalam model UTAUT2, *behavioral intention* merupakan prediktor langsung dari *use behavior*, yang mencerminkan kesiapan individu dalam menggunakan teknologi. Temuan ini didukung oleh penelitian Pakaya & Ladiku, (2024) serta teori Venkatesh et al., (2012), yang menegaskan bahwa niat perilaku menjadi mediator utama dalam menjembatani faktor psikologis dan perilaku penggunaan.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Behavioral Intention* berperan sebagai variabel mediasi penuh (*full mediation*) dalam hubungan antara *Habit* dan *Use Behavior*. Hal ini ditunjukkan oleh tidak signifikannya pengaruh langsung *habit* terhadap *use behavior*, sementara jalur tidak langsung melalui *behavioral intention* terbukti signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kebiasaan tidak secara otomatis mendorong perilaku penggunaan

tanpa melalui pembentukan niat terlebih dahulu. Hasil ini sejalan dengan penelitian Mu'tamin & Dwita, (2025) yang menyatakan bahwa *behavioral intention* memediasi hubungan antara *habit* dan *use behavior*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks mahasiswa, faktor kemudahan penggunaan, pengalaman yang menyenangkan, nilai harga, dan kebiasaan memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk niat penggunaan dibandingkan persepsi manfaat kinerja. Sementara itu, perilaku penggunaan aktual lebih ditentukan oleh kekuatan niat penggunaan yang dimiliki pengguna. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan yang tidak hanya berfokus pada aspek fungsional, tetapi juga mempertimbangkan pengalaman pengguna dan konteks penggunaan dalam pengembangan layanan transportasi digital.

### **E. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tidak seluruh variabel dalam model UTAUT2 berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* dan *Use*

*Behavior*. Variabel *Effort Expectancy* ( $t = -3,662$ ; sig. = 0,000), *Hedonic Motivation* ( $t = 3,435$ ; sig. = 0,000), *Price Value* ( $t = 3,817$ ; sig. = 0,000), dan *Habit* ( $t = 4,980$ ; sig. = 0,000) terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Sebaliknya, *Performance Expectancy* tidak berpengaruh signifikan ( $t = 0,489$ ; sig. = 0,626), yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat kinerja bukan menjadi faktor utama dalam membentuk niat penggunaan aplikasi Maxim di kalangan mahasiswa.

Selanjutnya, *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* ( $t = 6,416$ ; sig. = 0,000), sedangkan *Habit* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *Use Behavior* ( $t = 0,936$ ; sig. = 0,352). Temuan ini menegaskan bahwa perilaku penggunaan aktual lebih dipengaruhi oleh kekuatan niat penggunaan dibandingkan kebiasaan secara langsung. Selain itu, *Behavioral Intention* terbukti berperan sebagai variabel mediasi penuh dalam hubungan antara *Habit* dan *Use Behavior*, yang menunjukkan bahwa kebiasaan hanya dapat memengaruhi

perilaku penggunaan melalui terbentuknya niat terlebih dahulu.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan, pengalaman yang menyenangkan, nilai harga, dan kebiasaan merupakan determinan utama dalam membentuk niat penggunaan aplikasi Maxim, sedangkan perilaku penggunaan aktual ditentukan oleh niat penggunaan tersebut.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pihak pengembang aplikasi Maxim lebih memfokuskan peningkatan pada aspek kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna, dan strategi penetapan harga yang kompetitif untuk meningkatkan minat penggunaan. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain dalam model UTAUT2, seperti *social influence* dan *facilitating conditions*, serta memperluas jumlah dan karakteristik responden agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andini, F., & Hariyanti, I. (2021). Penerapan Model Utaut 2 Untuk Memahami Perilaku Penggunaan Oasis Di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung. *Naratif(Jurnal Ilmiah Nasional Riset Aplikasi Dan Teknik Informatika)*, 03(02), 1–10.
- Fahry, M., Oktaria M, R., D, G., Borroek, M. R., & Feranika, A. (2023). Analisis Kesuksesan Aplikasi Maxim Di Kota Jambi Menggunakan Delone And Mclean. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 4(2), 538–547.
- Karyoto, E. V. A., Wiranti, Y. T., & Putera, M. I. A. (2024). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Gojek. *Teknika*, 13(1), 109–119.
- Mu'tamin, N., & Dwita, V. (2025). Utaut2 Approach To Beyond Bsi Adoption In Padang :Mediation And Moderation Effects. *Jurnal Inovtek Polbeng - Seri Informatika*, 10(3), 1685–1695.
- Nurhasanah, S., Syaharani, R. D., & Yusuf, A. (2024). Pengaruh Kualitas Aplikasi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim: Survei pada Mahasiswa UNSIKA.

- Economic Reviews Journal*, 3(3), 1925–1934.
- Pakaya, N., & Ladiku, R. (2024). Mengukur Penerimaan Aplikasi Transportasi Online Menggunakan Model UTAUT 2. *Jambura Journal of Informatics*, 6(1), 64–74.
- Sahertian, James, G., Aditya, A., & Aminah, S. (2021). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Transportasi Online di Kalangan Pelajar Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal TEKNO KOMPAK*, 15(2), 1–12.
- Segara, K. G., & Nasution, M. I. P. N. (2025). Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Sains Student Research*, 3(1), 21–33.
- Syamfithriani, T. S., Trisudarmo, R., & Mirantika, N. (2024). Implementation of the UTAUT 2 Model to Analyze Acceptance and Use of E-Wallet Applications in Kuningan Regency. *Jurnal Tata Kelola Dan Kerangka Kerja Teknologi Informasi*, 10(1), 44–53.
- Teluma, Y. B., & Asnawati. (2025). Pengaruh Fitur Layanan , Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim di Kota Samarinda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 3772–3790.
- 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 Viswanath. *Forthcoming in MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.