

Analisis Faktor Penerimaan dan Penggunaan LinkedIn Menggunakan Model UTAUT 2

Septa Rahmayuni¹, Dwi Rosa Indah^{2*}, Mgs Afriyan Firdaus³, Ari Wedhasmara⁴

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya
Jalan Raya Palembang-Prabumulih KM. 32 Indralaya, Ogan Ilir, Sumatera Selatan, Indonesia
e-mail: ¹09031182025024@student.unsri.ac.id, ²indah812@unsri.ac.id*,
³afriyan_firdaus@unsri.ac.id, ⁴a_wedhasmara@unsri.ac.id

Submitted Date: January 11th, 2024

Revised Date: January 27th, 2024

Reviewed Date: January 23rd, 2024

Accepted Date: January 27th, 2024

Abstract

LinkedIn functions as a job search site. LinkedIn users are spread across various regions of Indonesia including Palembang City. Based on ratings on the Play Store, LinkedIn has the lowest rating compared to similar job search applications and a search on LinkedIn by entering Palembang City as a location shows the number of users in Palembang City is lower than other cities. In user reviews there are complaints about verification issues that cause displeasure and rejection of the use of this application. To find out what factors influence acceptance and use of LinkedIn, it is necessary to analyze these factors. This research was conducted by testing several constructs in the UTAUT 2 model. The data analysis technique used is the PLS-SEM analysis approach. The results showed that facilitating conditions, hedonic motivation, and habit affect behavioral intention. On the other hand, facilitating conditions and habit affect use behavior.

Keywords: LinkedIn; UTAUT2; PLS-SEM; acceptance; use

Abstrak

LinkedIn berfungsi sebagai situs pencari kerja. Pengguna LinkedIn tersebar di berbagai wilayah Indonesia termasuk Kota Palembang. Berdasarkan penilaian pada *Play Store*, LinkedIn mendapat *rating* terendah dibandingkan dengan aplikasi pencari kerja sejenis dan pencarian pada LinkedIn dengan memasukkan Kota Palembang sebagai lokasi menunjukkan jumlah pengguna di Kota Palembang tergolong lebih rendah daripada kota lain. Pada ulasan pengguna terdapat keluhan mengenai masalah verifikasi yang menimbulkan rasa tidak senang dan penolakan terhadap penggunaan aplikasi ini. Untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan pada LinkedIn maka diperlukan analisis mengenai faktor tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan menguji beberapa konstruk dalam model UTAUT 2. Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan analisis PLS-SEM. Hasil penelitian didapatkan bahwa *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *habit* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Di sisi lain, *facilitating condition* dan *habit* berpengaruh terhadap *use behavior*.

Kata kunci: LinkedIn, UTAUT2, PLS-SEM, penerimaan, penggunaan

1. Pendahuluan

Jejaring sosial adalah kategori platform *online* yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi tentang profil pribadi dan konten lain yang dapat diakses oleh sesama pengguna (Sari, 2022). Saat ini, LinkedIn adalah salah satu platform yang ramai digunakan. LinkedIn

dibangun pada tahun 2002 dengan tujuan membantu kelompok profesional membangun hubungan dan mencari pekerjaan. Kelompok profesional dapat menggunakan LinkedIn untuk mengembangkan profesi yang dimiliki, mendiskusikan ide bisnis, bertukar ide, membangun hubungan dengan profesional lain di

berbagai bidang, dan membentuk kelompok bisnis dengan pengguna lainnya (Lisa et al., 2020).

Menurut katadata.co.id yang diambil dari laporan *We Are Social* menyebutkan bahwa pada April 2023 jumlah pengguna LinkedIn di Indonesia mencapai angka 23 juta pengguna. Pengguna aplikasi LinkedIn tersebar di berbagai wilayah Indonesia termasuk Kota Palembang. Berdasarkan pencarian pengguna pada LinkedIn dengan memasukkan Kota Palembang sebagai lokasi, jumlah pengguna Kota Palembang tergolong lebih rendah daripada kota lain misalnya Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Pada Mei 2023, Populix melakukan survei mengenai informasi lowongan kerja dan hasil survei menunjukkan bahwa 66% narasumber mendapatkan informasi tersebut dari platform pencari kerja.

Saat ini, LinkedIn menempati urutan kedua sebagai platform pencari kerja yang populer di Indonesia dan Jobstreet berada pada urutan pertama. Jika dibandingkan dengan platform pencari kerja lain, LinkedIn menerima penilaian terendah di *Play Store*. Penilaian mengenai aplikasi LinkedIn yang terdapat pada kolom komentar pengguna menunjukkan adanya komentar negatif pada penggunaan aplikasi ini. Pengguna merasa keberatan dengan sistem *login* yang harus melakukan verifikasi berulang kali tetapi masih sering terjadi gagal *login*. Di sisi lain, kegagalan sistem dalam mengunduh dan mengunggah postingan menjadi kendala yang sering dihadapi oleh pengguna. Performa sistem yang tidak baik menyebabkan pengguna tidak mau menerima aplikasi ini. Selain performa sistem, motivasi hedonis mengenai kesenangan penggunaan sistem juga berpengaruh terhadap penerimaan dan penggunaan suatu sistem.

Penerimaan adalah faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan implementasi sistem (Hidayat et al., 2020). Meskipun sistem atau teknologi inovatif menyajikan sejumlah keuntungan yang signifikan dan diminati oleh pengguna, penerimaan teknologi tersebut bergantung pada sikap pengguna (Rahmawati et al., 2022). Di sisi lain, kesuksesan pengembangan dan implementasi sistem bergantung pada kesenangan pengguna (Winarso et al., 2019). Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat dan tindakan pengguna dalam menerima dan mengadopsi aplikasi LinkedIn, guna mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh maka analisis

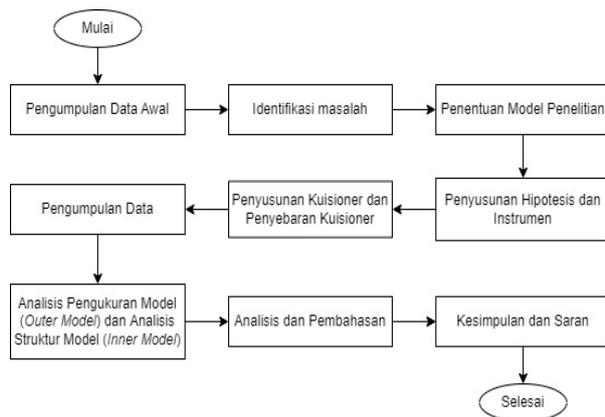
mengenai faktor penerimaan dan penggunaan aplikasi ini menjadi perlu diteliti lebih mendalam. Belum adanya penilain mengenai penerimaan dan penggunaan LinkedIn di Palembang juga menjadi dasar pada penelitian ini.

Model penelitian UTAUT 2 merupakan salah satu kerangka kerja yang sangat terkenal untuk mengevaluasi faktor-faktor penerimaan teknologi (Setyorini & Meiranto, 2021). UTAUT merupakan suatu model penelitian dalam bidang teknologi informasi yang menggambarkan motivasi individu untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi (Bajunaied et al., 2023). Model UTAUT mencerminkan komponen yang memengaruhi bagaimana orang menerima teknologi informasi (Setyaningsih et al., 2023). Pada tahun 2012, Venkatesh, Tong, dan Xu memperluas kerangka kerja UTAUT menjadi UTAUT 2 (Wilfan & Martini, 2021). UTAUT 2 memanfaatkan tujuh konstruk atau faktor untuk mengidentifikasi niat dan perilaku pengguna terkait teknologi (Ferreira et al., 2023). Adapun konstruk pada UTAUT 2 seperti *performance expectancy* yang meneliti mengenai kemampuan suatu sistem dalam memberikan manfaat kepada pengguna, *effort expectancy* yang berkaitan dengan kemudahan penggunaan sistem, dan *hedonic motivation* yang menggambarkan mengenai kesenangan penggunaan sistem sejalan dengan permasalahan yang dihadapi oleh pengguna LinkedIn.

Konsep diterima dan digunakannya suatu teknologi dalam konteks organisasi diteliti oleh model UTAUT sedangkan UTAUT 2 digunakan dalam konteks konsumen (*Consumer Use*) (Yunita, 2022). Oleh karena itu, model UTAUT 2 lebih cocok digunakan dalam penelitian ini karena berkaitan dengan konteks di mana individu secara langsung terlibat dalam penggunaan teknologi. Penelitian dirancang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data dari hasil jawaban responden melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan analisis PLS-SEM dengan *tools* Smart PLS sebagai alat pengujian.

2. Metode Penelitian Tahapan Penelitian

Gambar 1 memperlihatkan serangkaian langkah atau tahapan penelitian yang diambil sebagai panduan dalam melaksanakan penelitian.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

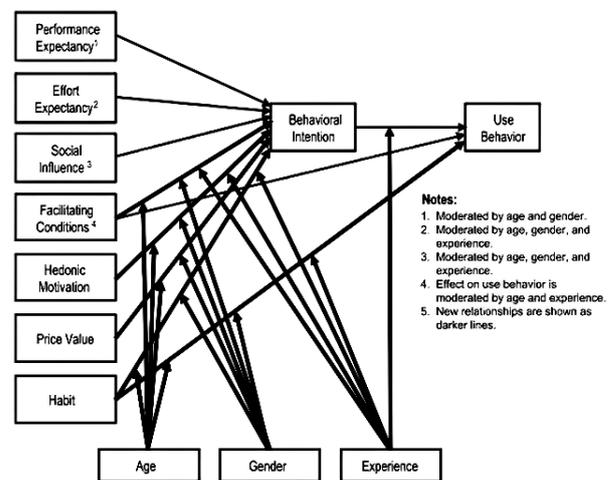
Dengan merujuk pada Gambar 1, langkah-langkah dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pengumpulan data awal dilakukan dengan meninjau aplikasi LinkedIn yang dilihat dari penilaian pengguna serta artikel mengenai LinkedIn untuk menentukan identifikasi masalah yang ada.
- 2) Identifikasi masalah yaitu untuk mengidentifikasi elemen yang menyebabkan masalah dan menemukan solusinya. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki seluruh faktor yang berpengaruh pada adopsi dan penggunaan aplikasi LinkedIn di Kota Palembang.
- 3) Penentuan model penelitian dilakukan dengan membaca studi literatur untuk menemukan pemecahan masalah dan menentukan model penelitian yang tepat di mana setelah dilakukan analisis maka UTAUT 2 diterapkan sebagai model penelitian ini.
- 4) Tahap selanjutnya adalah melakukan penyusunan hipotesis yang menjadi dugaan pada penelitian dan harus diuji kebenarannya. Kemudian penentuan instrumen dilakukan sesuai dengan hipotesis pada penelitian dan literatur yang ada.
- 5) Penyusunan kuisisioner akan dilakukan berdasarkan instrumen yang telah ditentukan sebelumnya guna mengumpulkan data pada penelitian. Kemudian penyebaran kuisisioner dibuat dalam bentuk Google Form di mana akan disebarluaskan melalui Personal Chat terhadap pengguna LinkedIn, WhatsApp grup, dan media sosial lainnya.

- 6) Pengumpulan data dilakukan dengan dengan melihat tinjauan aplikasi LinkedIn dari pengguna di Play Store, artikel terdahulu, dan penyebaran kuisisioner.
- 7) Analisis pengukuran model atau outer model menguji validitas melalui convergent validity dan discriminant validity serta akan dilakukan pula pengujian reabilitas. Sedangkan pada analisis struktur model atau inner model terdapat tiga uji yang harus dilakukan yaitu path coefficient, coefficient of determination, dan T-Statistic.
- 8) Analisis dan pembahasan akan dijelaskan setelah pengolahan data telah selesai.
- 9) Kesimpulan disajikan sebagai hasil dari penelitian dan terdapat rekomendasi yang dapat digunakan sebagai panduan untuk penelitian yang akan datang.

Model Penelitian

Model penelitian yang diterapkan adalah UTAUT 2 dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor yang memengaruhi penerimaan LinkedIn melalui pengujian berbagai konstruk dalam model tersebut. Gambar 2 merupakan model konseptual dari UTAUT 2.



Gambar 2. Model Konseptual UTAUT 2

Berdasarkan pada gambar 2 model UTAUT 2 terdiri dari tujuh konstruk utama dan ada dua konstruk yang terikat. Selain itu, terdapat variabel moderator seperti usia, jenis kelamin, dan pengalaman. Berikut penjelasan mengenai konstruk pada model UTAUT 2:

- 1) *Performance expectancy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuan sistem untuk

- memberikan manfaat dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang sedang dijalankan.
- 2) *Effort expectancy* merujuk pada sejauh mana sistem dapat digunakan dengan mudah oleh pengguna.
 - 3) *Social influence* merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap dukungan lingkungan terhadap penggunaan teknologi atau sistem baru.
 - 4) *Facilitatimng conditions* diartikan sebagai pengaruh langsung penggunaan teknologi dalam konteks organisasi, terutama terkait dengan kendali perilaku dan dampaknya langsung pada tindakan atau perilaku.
 - 5) *Hedonic motivation* adalah sudut pandang terhadap kegembiraan yang diperoleh dari penggunaan teknologi.
 - 6) *Price value* merujuk pada perbandingan antara keuntungan yang diperoleh oleh pengguna dengan biaya yang dikeluarkan sebagai akibat dari penggunaan teknologi.
 - 7) *Habit* adalah manifestasi dari perilaku tertentu yang dilakukan secara otomatis oleh seseorang sebagai dampak dari pengalaman masa lalu.
 - 8) *Behavioral intention* merujuk pada keinginan individu untuk memanfaatkan suatu teknologi dengan tujuan menyelesaikan tugas tertentu.
 - 9) *Use behavior* menggambarkan sejauh mana teknologi tersebut digunakan.

Hipotesis Penelitian

Pada penelitian ini ada 10 (sepuluh) hipotesis yang akan diuji di mana menggunakan 9 (sembilan) variabel untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan LinkedIn. Gambar 3 merupakan hipotesis dari penelitian ini.

Adapun hipotesis penelitian yang akan diujikan berdasarkan pada Gambar 3 dapat diuraikan sebagai berikut:

H1: *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention* aplikasi LinkedIn

H2: *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* aplikasi LinkedIn

H3: *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* aplikasi LinkedIn

H4: *Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* aplikasi LinkedIn

H5: *Hedonic Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* aplikasi LinkedIn

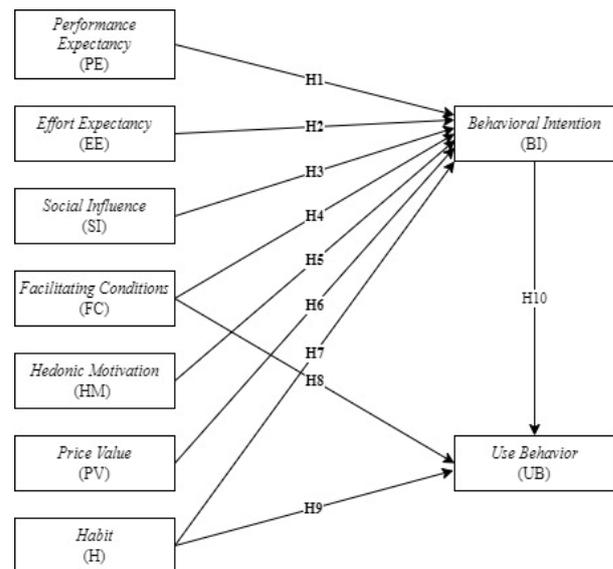
H6: *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* aplikasi LinkedIn

H7: *Habit* berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku *Behavioral Intention* aplikasi LinkedIn

H8: *Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* aplikasi LinkedIn

H9: *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* aplikasi LinkedIn

H10: *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* aplikasi LinkedIn



Gambar 3. Hipotesis Penelitian

Variabel moderator yang terdapat pada model asli UTAUT 2 yang diteliti oleh Venkatesh tidak digunakan karena penelitian serupa menunjukkan hasil bahwa variabel moderator tidak berdampak pada pengguna (Sutanto et al., 2018). Dalam penelitian (Aprilisa & Samsuryadi, 2020) menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada uji hipotesis dengan variabel moderator *age* dan *gender* cenderung akan turun dan lebih kecil. Selain itu, dalam penelitian (Dewi et al., 2023) menyatakan bahwa usia dan pengalaman tidak memiliki dampak pada variabel eksogen dan variabel endogen.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini dibuat dengan menyesuaikan pertanyaan terhadap konstruk pada model UTAUT 2. Tabel 1 menunjukkan instrumen dalam penelitian ini.

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Item	Instrumen Pertanyaan			
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	Penggunaan aplikasi LinkedIn berguna dalam keseharian Saya (ex : membangun jaringan bisnis, membahas rencana bisnis, dan menambah relasi dengan profesional lain dari berbagai bidang)	<i>Facilitating Conditions</i>	FC1	Saya memiliki fasilitas (internet dan <i>smartphone</i>) yang diperlukan untuk menggunakan Aplikasi LinkedIn
	PE2	Penggunaan aplikasi LinkedIn dapat membantu saya untuk menyelesaikan berbagai hal dengan lebih cepat (ex : dengan adanya lowongan pekerjaan di linkedin maka peluang pekerjaan baru lebih cepat ditemukan daripada mencari di berbagai situs web)		FC2	Panduan atau instruksi yang terdapat dalam aplikasi LinkedIn jelas dan mudah dipahami
	PE3	Penggunaan aplikasi LinkedIn dapat meningkatkan produktivitas kerja saya (ex : dengan berbagi konten dan wawasan tentang topik yang relevan dengan industri Anda dapat membantu Anda membangun citra sebagai ahli dalam bidang Anda)		FC3	Aplikasi LinkedIn kompetibel dengan platform (ex : situs web, aplikasi seluler, windows)
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	Aplikasi LinkedIn mudah untuk dipelajari dan dipahami	<i>Hedonic Motivation</i>	HM1	Saya merasa senang dan antusias ketika menggunakan aplikasi LinkedIn
	EE2	Aplikasi LinkedIn mudah untuk digunakan		HM2	Saya menikmati ketika menggunakan aplikasi LinkedIn
	EE3	Saya dapat dengan mudah terampil dalam menggunakan Aplikasi LinkedIn		HM3	Saya merasa tertarik ketika menggunakan aplikasi LinkedIn
	EE4	Interaksi saya dengan Aplikasi LinkedIn jelas dan mudah dimengerti.		PV1	Biaya untuk menjadi anggota premium yang ditawarkan oleh aplikasi LinkedIn cukup terjangkau
<i>Social Influence</i>	SI1	Saya mengetahui Aplikasi LinkedIn dari orang-orang di sekitar saya	<i>Price Value</i>	PV2	Fitur yang disediakan untuk anggota premium sesuai dengan harga yang ditawarkan
	SI2	Orang-orang di sekitar saya menyarankan penggunaan Aplikasi LinkedIn		H1	Penggunaan Aplikasi LinkedIn telah menjadi kebiasaan bagi saya
	SI3	Saya menggunakan Aplikasi LinkedIn karena melihat orang-orang di sekitar saya menggunakannya		H2	Saya kecanduan menggunakan Aplikasi LinkedIn
			<i>Habit</i>	BI1	Saya berniat untuk secara aktif menggunakan aplikasi LinkedIn dalam aktivitas sehari-hari
				BI2	Saya berencana untuk terus menggunakan Aplikasi LinkedIn secara rutin
			<i>Behavioral Intention</i>	UB1	Saya menggunakan aplikasi LinkedIn beberapa kali dalam seminggu untuk mencari informasi pekerjaan
				UB2	Saya menggunakan Aplikasi LinkedIn untuk menambah relasi baru
			<i>Use Behavior</i>		

Berdasarkan pada tabel 1 ada 24 instrumen pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Seluruh jawaban responden akan menjadi data dalam penelitian kemudian dilakukan analisis terhadap data tersebut.

Teknik Analisis Data

PLS-SEM menjadi teknik analisis data yang diterapkan dengan metode kuantitatif yang melibatkan pengumpulan data melalui pengisian kuesioner oleh responden. Penilaian model PLS melibatkan evaluasi dua komponen, yaitu outer model dan inner model (Andriani & Winarno, 2022). Penelitian ini menggunakan analisis SEM karena semua variabel yang digunakan bersifat laten, yang berarti perlu diukur dengan menggunakan beberapa indikator.

Skala Pengukuran

PLS-SEM menjadi teknik analisis data yang diterapkan dengan metode kuantitatif yang melibatkan pengumpulan data melalui pengisian kuesioner oleh responden. Penilaian model PLS melibatkan evaluasi dua komponen, yaitu outer model dan inner model. Penelitian ini menggunakan analisis SEM karena semua variabel yang digunakan bersifat laten, yang berarti perlu diukur dengan menggunakan beberapa indikator.

Tabel 2. Skala Pengukuran

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Pada tabel 2 digunakan ukuran ordinal di mana terdapat skor pada setiap jawaban. Dengan menggunakan skala Likert untuk setiap item instrumen, hasilnya mempunyai tingkat dari sangat negatif hingga sangat positif ataupun sebaliknya.

Populasi dan Sampel

Penduduk Kota Palembang yang minimal pernah satu kali menggunakan aplikasi LinkedIn merupakan populasi pada penelitian ini. Karena jumlah populasi pengguna LinkedIn di Kota Palembang belum diketahui secara pasti, maka digunakan metode *purposive sampling*. Rumus yang merujuk pada penelitian sebelumnya menjadi acuan untuk mengetahui jumlah minimal sampel

yang dibutuhkan (Hidayat et al., 2020).

$$n = \left[\frac{Z\alpha/Z\sigma}{e} \right]^2 = \left[\frac{1,96/0,25}{0,05} \right]^2 = 96,4 \quad (1)$$

Di mana n adalah minimal sampel yang dibutuhkan, $Z\alpha$ adalah taraf keyakinan sebesar 95% atau 1,96 sedangkan $Z\sigma$ adalah standar deviasi yaitu 0,25. Sedangkan e adalah batas maksimal kekeliruan yang diizinkan yaitu sebesar 5% atau 0,05. Dari hasil perhitungan menurut rumus maka diperlukan sampel minimum sebanyak 96 responden.

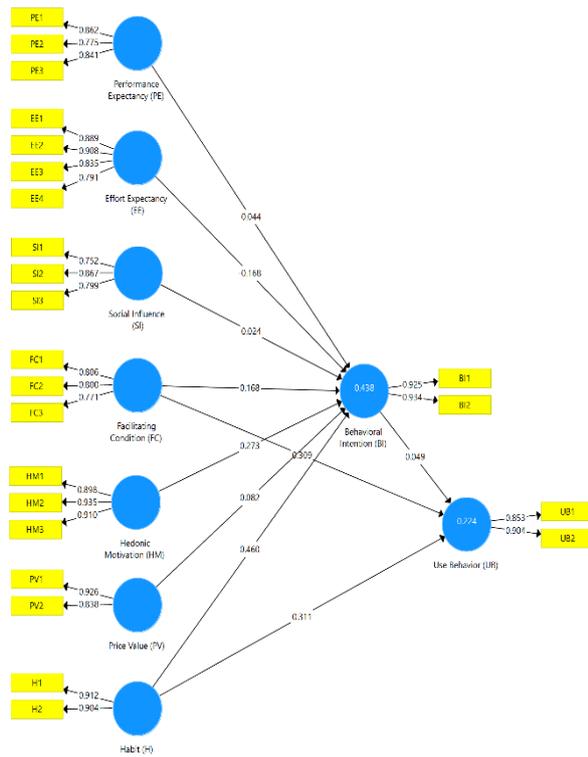
3. Hasil dan Pembahasan Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang dibuat dalam bentuk *Google Form* dan disebarluaskan melalui *Personal Chat* terhadap pengguna LinkedIn, WhatsApp grup, serta media sosial lainnya. Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada pengguna LinkedIn Kota Palembang didapatkan jawaban dari 150 responden. Adapun karakteristik dari responden yang didapatkan sebagai berikut:

- 1) Laki-laki menyumbang 46% dari total responden, sementara perempuan menyumbang 54%.
- 2) Pengguna aplikasi LinkedIn didominasi oleh responden berusia 18-29 tahun sebanyak 96%, sementara responden dengan rentang usia 30-40 tahun hanya mencapai 4%.
- 3) Responden yang sedang menjadi mahasiswa memberikan jawaban sebanyak 62,7%, diikuti oleh pegawai sebesar 20%, responden dengan status lainnya mencapai 11,3%, *freelancer* 4,7%, dan *entrepreneur* 1,3%.

Outer Model

Pengukuran model (*outer model*) dianalisis untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dari responden bersifat valid dan dapat diandalkan. *Outer model* dapat mengevaluasi ikatan antara variabel indikator dan konstruksi yang saling berhubungan (Sekarini, 2021). Gambar 4 menunjukkan hasil dari *outer model* menggunakan Smart PLS.



Gambar 4. Hasil Outer Model

Pada gambar 4 hasil uji outer model Smart PLS menunjukkan bahwa semua standar validitas dan reabilitas telah terpenuhi dengan nilai korelasi melebihi 0,7. Nilai positif menunjukkan hubungan positif antara indikator dan variabel laten, sementara nilai negatif menunjukkan hubungan negatif. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat pada jalur variabel terhadap setiap item variabel masing-masing, misalnya pada variabel PE → PE1 menghasilkan nilai 0,862 yang sudah melebihi batas minimum yaitu 0,7 dan menunjukkan hubungan positif.

Covergent Validity

Convergent validity diukur melalui penilaian faktor loading pada variabel laten bersama dengan indikatornya (Shafly, 2020). Indikator dianggap valid jika memenuhi persyaratan dengan nilai *Outer Loadings* melebihi 0,70 dan nilai AVE

melebihi 0,5 (Sawitri & Meiriza, 2023). Hasil uji *convergent validity* dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Item	Loading Factor	AVE	Keterangan
Behavioral Intention	BI1	0,925	0.864	Valid
	BI2	0.934		
Effort Expectancy	EE1	0.889	0.735	Valid
	EE2	0.908		
	EE3	0.835		
	EE4	0.791		
Facilitating Conditions	FC1	0.806	0.628	Valid
	FC2	0.800		
	FC3	0.771		
Habit	H1	0.912	0.825	Valid
	H2	0.904		
Hedonic Motivation	HM1	0.898	0.836	Valid
	HM2	0.935		
	HM3	0.910		
Performance Expectancy	PE1	0.862	0.683	Valid
	PE2	0.775		
Price Value	PV1	0.926	0.780	Valid
	PV2	0.838		
Social Influence	SI1	0.752	0.652	Valid
	SI2	0.867		
	SI3	0.799		
Use Behavior	UB1	0.853	0.772	Valid
	UB2	0.904		

Pada tabel 3 menunjukkan hasil nilai *outer loadings* seluruh indikator variabel melebihi 0,7 dan nilai AVE untuk semua indikator melebihi 0,5, hal ini memenuhi persyaratan *convergent validity* dan data dianggap valid.

Discriminant Validity

Nilai *cross loading factor* menjadi dasar pengujian *discriminant validity* yang membandingkan nilai loading indikator variabel laten dengan variabel lain (Setyorini & Meiranto, 2021). Tabel 4 memperlihatkan hasil uji *discriminant validity*.

Tabel 4. Hasil Nilai Cross Loading Factor

	BI	EE	FC	H	HM	PE	PV	SI	UB
BI1	0.925	0.101	0.146	0.590	0.470	0.284	0.162	0.050	0.214
BI2	0.934	0.130	0.209	0.521	0.532	0.372	0.239	0.241	0.328
EE1	0.111	0.889	0.458	0.188	0.331	0.331	0.173	0.220	0.304
EE2	0.135	0.908	0.549	0.121	0.341	0.366	0.119	0.185	0.300
EE3	0.097	0.835	0.403	0.242	0.366	0.403	0.205	0.269	0.231
EE4	0.067	0.791	0.422	0.160	0.336	0.434	0.140	0.293	0.249

	BI	EE	FC	H	HM	PE	PV	SI	UB
FC1	0.057	0.365	0.806	-0.032	0.283	0.347	0.075	0.291	0.342
FC2	0.287	0.534	0.800	0.141	0.377	0.296	0.138	0.218	0.220
FC3	0.088	0.367	0.771	-0.081	0.196	0.285	0.083	0.289	0.200
H1	0.532	0.301	0.104	0.912	0.609	0.517	0.169	0.227	0.359
H2	0.552	0.059	-0.057	0.904	0.489	0.372	0.262	0.035	0.273
HM1	0.470	0.323	0.307	0.603	0.898	0.478	0.149	0.151	0.335
HM2	0.509	0.372	0.398	0.538	0.935	0.536	0.172	0.265	0.377
HM3	0.500	0.390	0.319	0.523	0.910	0.592	0.100	0.296	0.463
PE1	0.303	0.372	0.315	0.412	0.511	0.862	0.129	0.317	0.533
PE2	0.262	0.330	0.361	0.367	0.414	0.775	0.109	0.276	0.488
PE3	0.311	0.372	0.305	0.434	0.521	0.841	0.128	0.305	0.427
PV1	0.221	0.124	0.091	0.242	0.140	0.103	0.926	-0.042	0.069
PV2	0.153	0.216	0.145	0.165	0.131	0.173	0.838	0.145	0.127
SI1	0.050	0.304	0.462	-0.034	0.247	0.371	0.062	0.752	0.327
SI2	0.152	0.265	0.234	0.175	0.301	0.329	0.040	0.867	0.305
SI3	0.138	0.139	0.243	0.116	0.110	0.238	0.012	0.799	0.300
UB1	0.181	0.248	0.261	0.279	0.308	0.404	0.180	0.281	0.853
UB2	0.323	0.308	0.311	0.331	0.436	0.601	0.019	0.366	0.904

Nilai *cross loading* untuk setiap indikator pada masing-masing variabel lebih tinggi dibandingkan dengan indikator pada variabel lain, sebagaimana. Hasil pengujian yang terlihat dalam tabel 4 menunjukkan persyaratan uji *discriminant validity* telah terpenuhi.

Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi tingkat akurasi atau konsistensi instrumen penelitian dalam pengukuran. Standar umum reliabilitas mencakup persyaratan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* sebaiknya melebihi 0,7. (Aditya et al., 2023). Hasil pengujian reabilitas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>
BI	0.843	0.927
EE	0.882	0.917
FC	0.710	0.835
H	0.788	0.904
HM	0.902	0.939
PE	0.768	0.866
PV	0.727	0.876
SI	0.753	0.849
UB	0.707	0.871

Pada tabel 5 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* setiap indikator melebihi 0,7. Hasil pengujian yang terlihat pada tabel 5 memiliki arti bahwa kriteria uji reliabilitas

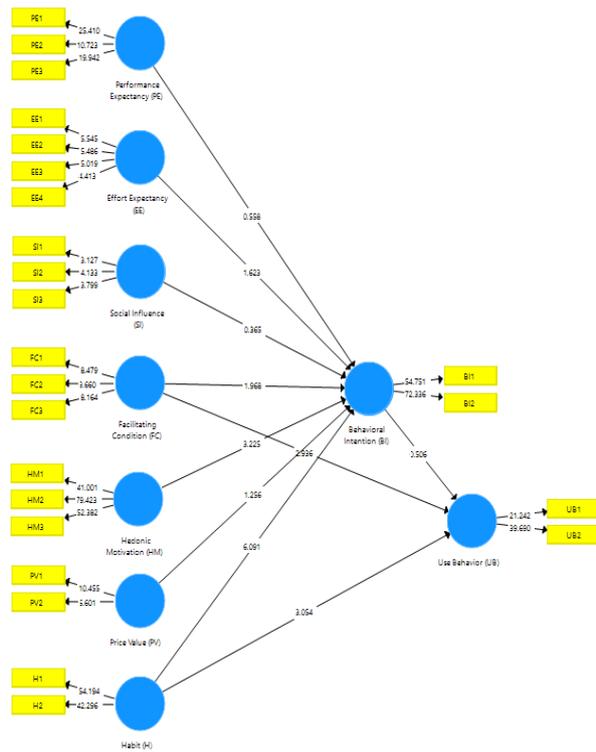
telah terpenuhi dan keandalan semua variabel dapat dikonfirmasi.

Inner Model

Penggunaan analisis struktur model bertujuan untuk memperlihatkan keterkaitan antara faktor yang hendak dinilai atau dievaluasi (Sekarini, 2021). Pada penelitian ini terdapat tiga jenis pengujian yang akan dilakukan yaitu *Path Coefficient*, *Coefficient of Determination* (Uji R-Square), dan T-Statistic (Uji Hipotesis).

Path Coefficient

Path coefficient memiliki fungsi untuk mengukur signifikansi hubungan antar variabel, dengan nilai di atas 0,1 menandakan pengaruh yang signifikan pada variabel tersebut (Hadi & Alfarobi, 2023). Hasil dari *path coefficient* penelitian dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Hasil Path Coefficient

Lima jalur dalam Gambar 5 menunjukkan nilai di atas 0,1, yakni PE → BI, EE → BI, SI → BI, PV → BI, dan BI → UB. Hasil yang didapatkan mengindikasikan bahwa satu jalur memiliki dampak yang signifikan pada model penelitian, sementara yang lain tidak.

Uji R-Square

Ada beberapa kriteria untuk menilai Koefisien Determinasi R-Square. Sebuah nilai R-Square di atas 0,1 dianggap rendah, di atas 0,3 dianggap sedang, di atas 0,6 dianggap substansial, dan di atas 0,7 dianggap tinggi. Dengan demikian, semakin tinggi nilai R-Square, semakin besar dampaknya. (Hadi & Alfaro, 2023). Hasil uji R-Square dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-square	Keterangan
BI	0.438	moderat
UB	0.224	lemah

Tabel 6 menampilkan nilai R-Square yang sedang untuk variabel niat perilaku, mencapai angka 0,438. Sebaliknya, variabel penggunaan perilaku menunjukkan nilai R-Square yang rendah, yaitu sebesar 0,224.

T-Statistic

Uji T-statistic memiliki peran untuk menguji hipotesis penelitian dan mengevaluasi hasil hipotesis yang melibatkan variabel terikat dan variabel bebas berdasarkan nilai beta. Dalam tahap ini, keabsahan sampel dan tingkat signifikansi model juga dihitung. Dikatakan bahwa hipotesis terbukti jika nilai t-test melebihi 1,96 dan p-value kurang dari 0,1 (Amalia et al., 2023). Tabel 7 memperlihatkan hasil pengujian T-Statistic.

Tabel 7. Hasil Uji T-Statistic

Hipotesis	Path	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
H1	PE → BI	-0.044	-0.037	0.080	0.558	0.577
H2	EE → BI	-0.168	-0.140	0.103	1.623	0.105
H3	SI → BI	0.024	0.040	0.066	0.365	0.715
H4	FC → BI	0.168	0.151	0.085	1.968	0.049
H5	HM → BI	0.273	0.265	0.085	3.225	0.001
H6	PV → BI	0.082	0.082	0.065	1.256	0.209
H7	H → BI	0.460	0.451	0.075	6.091	0.000
H8	FC → UB	0.309	0.307	0.105	2.936	0.003
H9	H → UB	0.311	0.307	0.102	3.054	0.002
H10	BI → UB	0.049	0.055	0.096	0.506	0.613

Berdasarkan Tabel 7 yang merupakan hasil pengujian hipotesis maka dapat dinyatakan bahwa 5 (lima) hipotesis ditolak dan 5 (lima) hipotesis diterima. Hal ini dilihat dari nilai t-test dan p-value yang memenuhi persyaratan dari uji hipotesis.

Adapun hipotesis yang diterima yaitu H4, H5, H7, H8, dan H9 sedangkan hipotesis yang ditolak yaitu H1, H2, H3, H6, dan H10.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *habit* memiliki dampak yang signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menerima dan menggunakan aplikasi LinkedIn. Selanjutnya, *facilitating condition* dan *habit* juga memberikan pengaruh yang berarti terhadap *use behavior* dalam penerimaan dan penggunaan aplikasi LinkedIn. Sebaliknya, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *price value* tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap *behavioral intention* penerimaan dan penggunaan aplikasi LinkedIn. Di lain sisi, *behavioral intention* tidak memiliki dampak pada *use behavior* penerimaan dan penggunaan aplikasi LinkedIn. Diharapkan ada pengembangan terhadap konstruk penelitian sehingga faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan teknologi dapat diteliti lebih mendalam serta dapat menambahkan variabel moderat seperti *age*, *gender*, dan *experience*.

References

- Aditya, R. H., Faroqi, A., & Wulansari, A. (2023). Analisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Sistem Surat Manajemen Elektronik Menerapkan Model UTAUT. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 3(6), 1040–1048. <https://doi.org/10.30865/klik.v3i6.944>
- Amalia, I. S., Suryanto, T. L. M., & Wulansari, A. (2023). Analisis Faktor Penerimaan Aplikasi iPusnas Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 9(1), 45–54. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v9i1.2023.45-54>
- Andriani, J., & Wahyu Winarno, W. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi "Pedulilindungi" Dengan Technology Acceptance Model (TAM). *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*, 4(1 SE-Articles), 89–100. <https://doi.org/10.31849/zn.v4i1.9834>
- Aprilisa, S., & Samsuryadi, S. (2020). Pengaruh Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) Terhadap Penerapan Aplikasi Shopee. *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan*, 3(1), 167–176.
- Ayunda Sari, M. (2022). 'Media dan Jejaring sosial.' *Maktabatun*, 2(1), 26–30. <http://shareit.masantanto.com/uncategorized/media-dan-jejaring-sosial>
- Bajunaied, K., Hussin, N., & Kamarudin, S. (2023). Behavioral intention to adopt FinTech services: An extension of unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 17–31. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100010>
- Darmayanti Lisa, Putri Charolina Barus, & Kartini. (2020). Penelitian Tentang LinkedIn. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 197–206.
- Ferreira, L., Oliveira, T., & Neves, C. (2023). Consumer's intention to use and recommend smart home technologies: The role of environmental awareness. *Journal Energy*, 263(PC), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2022.125814>
- Hadi, S. W., & Alfarobi, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Metode Utaut 2. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 7(1), 103–111. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1011>
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247.
- Rahmawati, L., Mariam, I., & Purwinarti, T. (2022). Analisis Perkembangan UMKM dan Kuantitas Belanja Daring Pada Masa Pandemi Dengan Model UTAUT 2. *Seminar Nasional Riset Terapan*, 10(1), 19–30.
- Risqiana Dewi, D. F., Ardianing Kusuma, D. J., & Rakhmadani, D. P. (2023). Analisis Minat Dan Perilaku Penggunaan E - Commerce Shopee Menggunakan Metode Unified Theory Of UTAUT 2. *Jurnal Fasilkom*, 13(02), 293–298. <https://doi.org/10.37859/jf.v13i02.5549>
- Sawitri, R., & Meiriza, A. (2023). Analisis Faktor Penerimaan Tiktok Shop berdasarkan Model UTAUT2 dan SCC. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 9(1), 33–44. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v9i1.2023.33-44>
- Sekarini, D. (2021). Faktor Penerimaan Pengguna pada E-Learning dari Perspektif Siswa Sekolah Dasar Berbasis UTAUT Model. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(4), 1693–1709. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i4.1257>
- Setyaningsih, G., Satriani, L. J., Ramadhan, R. F., & Setiawan, I. (2023). Analisis Penerimaan Pengguna Student Service Center Menggunakan Metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 3. 6(4), 775–782. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v6i3.34204>
- Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Daerah (Simda) Dengan Menggunakan Model UTAUT 2 (Studi Empiris pada Pengguna Sistem informasi Manajemen Daerah (SIMDA) di Kota Salatiga). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–15.



- <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Shafly, N. A. (2020). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Sipkd) Dalam Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 15(1), 37-68. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>
- Wilfan, A. F., & Martini, E. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Linkaja Berdasarkan Model Teori Utaut2 (unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2). *EProceedings of Management*, 8(6), 7729–7741. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16895%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16895/16612>
- Winarso, D., Arribe, E., & Rahmayuni, S. (2019). Analisis Kesuksesan Sistem Informasi Akademik (Siam) Menggunakan Metode Delone Dan Mclean (Studi Kasus : Universitas Muhammadiyah Riau). *Jurnal Fasikom*, 9(2), 429–439. <https://doi.org/10.37859/jf.v9i2.1414>
- Yunita, R. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pengguna E-Learning (Classrom) Di Smk Negeri 7 Jember Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2). *Konvergensi*, 17(2), 102–110. <https://doi.org/10.30996/konv.v17i2.5501>

