

## ABSTRAK

Industri perbankan di Indonesia telah memasuki babak baru dalam persaingan yang mengedepankan kapabilitas digital guna memberikan layanan yang prima kepada nasabah. Hal ini terlihat dengan dijalankannya transformasi digital yang didukung dengan kondisi ekonomi digital yang solid, stabil dan handal. Ditengah persaingan tersebut, terjadi fenomena maraknya fitur *lifestyle banking* dikembangkan oleh perbankan, dan sejalan dengan hal tersebut tantangan mengenai niat adopsi fitur belum optimal serta resistensi yang berasal dari berbagai faktor.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplor faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk mengadopsi fitur *lifestyle* bernama Livin Sukha pada Livin by Mandiri. Aspek yang diteliti adalah faktor motif *Utilitarian* konsumen, faktor *User Interface* yang menarik dan faktor dari *technology acceptance* dengan melakukan modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology-2 (UTAUT-2)*. Dampak dari penelitian diharapkan dapat meningkatkan kinerja *mobile banking* dan perencanaan strategis pengembangan fitur di masa depan.

Fenomena pada studi ini dieksplorasi dengan metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian sebab akibat (*causal research*). Teknik pengambilan data menggunakan survey responden untuk memperoleh data primer. Sampel penelitian ini adalah sebesar 177 responden dengan memanfaatkan perangkat GPower dalam kalkulasinya. Selanjutnya, data yang diperoleh dilakukan analisa statistika dengan *Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM PLS)* untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa 3 (tiga) faktor yang berpengaruh positif dan signifikan pada niat konsumen dalam mengadopsi fitur livin Sukha yaitu faktor *Habit*, *Perceived Security* dan *Epistemic Value*. Selain itu penelitian ini menegaskan dampak yang positif dan signifikan dari *Behavioral Intention* pada *Use Behavior*. Dengan *Multi Group Analysis* diperoleh hasil bahwa variabel pemoderasi yaitu usia, jenis kelamin dan penghasilan tidak secara signifikan berpengaruh pada niat penggunaan fitur Livin Sukha.

Dengan modifikasi *UTAUT-2*, studi ini diharapkan turut berkontribusi terhadap literatur eksisting dalam mem-validasi faktor yang mempengaruhi minat adopsi teknologi. Dari sisi praktis, faktor *Habit* dapat menjadi referensi Bank dalam melakukan evaluasi, mempertahankan atau mengeliminasi *merchant* untuk memperkuat *habitual use*. Dari sisi *Perceived Security*, perusahaan dapat terus mengkampanyekan garansi keamanan dalam bertransaksi di fitur, dan dari sisi *Epistemic Value*, perusahaan perlu mengedepankan rasa ingin tahu konsumen seperti bekerjasama dengan *merchant* yang memiliki ekosistem yang kuat, sedang *trending* dan menggunakan teknologi terkini, disamping mengupayakan nilai tambah lainnya seperti *flash sale*, diskon dan *cashback* bagi konsumen.

**Kata Kunci:** Minat perilaku, teknologi finansial, penerimaan teknologi, UTAUT-2, aplikasi seluler perbankan.