

## INTISARI

BRImo adalah aplikasi *mobile banking* dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang memudahkan transaksi perbankan digital. Namun, sebagian pengguna di Daerah Istimewa Yogyakarta belum memanfaatkannya secara optimal, menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan penerimaan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan niat penggunaan BRImo dengan model UTAUT2. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 148 pengguna aktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data dianalisis dengan PLS-SEM 4 menggunakan SmartPLS. Hasilnya menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, dan *habit* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Sementara itu, *price value*, *hedonic motivation*, dan *social influence* tidak berpengaruh signifikan. Untuk *use behavior*, variabel *habit*, *facilitating condition*, dan *social influence* berpengaruh signifikan. Dari dua variabel tambahan yaitu *trust* dan *perceived security*, hanya *trust* yang berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

**Kata kunci:** BRImo, *mobile banking*, UTAUT2, *behavioral intention*, penerimaan teknologi.

## ABSTRACT

*BRImo is a mobile banking application from Bank Rakyat Indonesia (BRI) that facilitates digital banking transactions. However, some users in Daerah Istimewa Yogyakarta have not yet utilized it optimally, indicating a gap between technology availability and user acceptance. This study aims to analyze the factors that influence the acceptance and intention to use BRImo using the UTAUT2 model. The research method used is a quantitative approach through a survey of 148 active users in the Special Region of Yogyakarta. Data was analyzed using PLS-SEM 4 with SmartPLS. The results show that performance expectancy, effort expectancy, facilitating conditions, and habit significantly influence behavioral intention. Meanwhile, price value, hedonic motivation, and social influence do not have a significant effect. For use behavior, the variables habit, facilitating conditions, and social influence have a significant effect. Of the two additional variables, trust and perceived security, only trust has a significant effect on behavioral intention.*

**Keywords:** *BRImo, mobile banking, UTAUT2, behavioral intention, technology acceptance*