

Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi McDonald's menggunakan Model UTAUT

Analysis of User Acceptance of the McDonald's Application using the UTAUT Model

¹Laurencia Christine Tarika, ²Evi Maria*

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

^{1,2}Jl. Dr. O. Notohamidjojo No. 1-10, Blotongan, Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah 50715 Indonesia

*e-mail: evi.maria@uksw.edu

(received: 4 February 2026, revised: 16 February 2026, accepted: 23 February 2026)

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong peningkatan pemanfaatan aplikasi digital dalam industri makanan cepat saji, termasuk aplikasi McDonald's yang dirancang untuk mendukung pemesanan dan informasi promo. Namun, dalam praktiknya masih terdapat pengguna yang mengalami hambatan dalam menggunakan aplikasi tersebut, sehingga perlu dianalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan pengguna aplikasi McDonald's dengan memanfaatkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan teknik analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dari 85 responden pengguna aplikasi McDonald's. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, sedangkan *effort expectancy* dan *social influence* tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang kuat dalam menjelaskan niat penggunaan aplikasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat aplikasi serta ketersediaan dukungan teknis dan fasilitas merupakan faktor utama dalam meningkatkan penerimaan pengguna terhadap aplikasi McDonald's.

Kata kunci: aplikasi *mobile*, McDonald's, penerimaan teknologi, UTAUT

Abstract

The rapid advancement of information technology has driven increased adoption of digital applications in the fast-food industry, including the McDonald's application, which is designed to support ordering and promotional information. However, in practice, some users still experience difficulties in using the application, highlighting the need to analyze the factors influencing its acceptance. This study aims to examine user acceptance of the McDonald's application using the *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) model. The research adopts a quantitative approach employing *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) for data analysis. Data were collected through an online questionnaire from 85 users of the McDonald's application. The results indicate that *performance expectancy* and *facilitating conditions* have a significant effect on *behavioral intention*, while *effort expectancy* and *social influence* do not show a significant impact. Furthermore, the analysis reveals that the model demonstrates strong predictive power in explaining users' intention to use the application. These findings suggest that perceived usefulness and the availability of technical support and facilitating resources are the key factors in enhancing user acceptance of the McDonald's application.

Keywords: mobile application, McDonald's, UTAUT, technology acceptance

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital, khususnya melalui perangkat *mobile*, telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan menjalankan aktivitas sehari-hari. *Smartphone* yang terkoneksi

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

dengan internet tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi alat penting dalam berbagai bidang seperti kesehatan, pendidikan, dan bisnis [1][2]. Dalam sektor bisnis, aplikasi *mobile* memungkinkan perusahaan menghadirkan layanan yang lebih cepat, personal, dan efisien, sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan melalui fitur digital yang terus berkembang [3].

Di wilayah perkotaan, gaya hidup yang serba cepat mendorong konsumen untuk mengandalkan layanan makanan cepat saji berbasis aplikasi [4]. McDonald's, sebagai salah satu merek global di sektor ini, telah meluncurkan aplikasi *mobile* dengan berbagai fitur seperti promo, MyM-Rewards, informasi menu, lokasi, dan McDelivery [5]. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan, memperoleh keuntungan loyalitas, dan mengakses informasi layanan secara mandiri. Namun demikian, survei terhadap pengguna aplikasi McDonald's menunjukkan bahwa 60% responden merasa penggunaan aplikasi sulit, dan 9% menyatakan sangat sulit [6]. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara rancangan sistem aplikasi dan ekspektasi pengguna, sehingga perlu dilakukan kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap aplikasi tersebut.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji penerimaan teknologi digital menggunakan model UTAUT, sebagian besar penelitian di Indonesia berfokus pada sektor perbankan digital, *e-commerce*, pendidikan *daring*, dan layanan publik. Kajian yang secara spesifik menganalisis penerimaan aplikasi layanan makanan cepat saji berbasis loyalitas pelanggan masih relatif terbatas, terutama dalam konteks pengguna urban di luar kota metropolitan utama. Dengan demikian, terdapat kesenjangan sektoral dan kontekstual dalam literatur yang belum memadai menjelaskan bagaimana konstruk UTAUT bekerja pada layanan restoran cepat saji berbasis aplikasi di lingkungan urban-non metropolitan.

Berbagai model adopsi teknologi telah digunakan untuk memahami perilaku pengguna dalam menerima sistem informasi, namun UTAUT dinilai sebagai pendekatan yang paling komprehensif karena menggabungkan keunggulan delapan teori terdahulu [7]. Selain itu, UTAUT memiliki daya prediksi yang lebih kuat terhadap niat penggunaan dibandingkan model adopsi teknologi sebelumnya, sehingga relevan digunakan untuk menganalisis penerimaan aplikasi digital berbasis layanan. Penelitian ini secara khusus berfokus di Kota Semarang, salah satu kota di Indonesia, yang memiliki infrastruktur layanan digital dan jaringan gerai McDonald's yang aktif. Sebagai pusat ekonomi dan pendidikan, Kota Semarang menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji penerimaan pengguna aplikasi makanan cepat saji karena tingginya adopsi teknologi serta keragaman demografis penggunanya. Pemilihan Kota Semarang tidak hanya didasarkan pada ketersediaan pengguna aktif, tetapi juga untuk menguji relevansi model UTAUT dalam konteks kota urban yang sedang mengalami percepatan digitalisasi namun belum banyak dikaji dalam literatur adopsi teknologi layanan berbasis aplikasi.

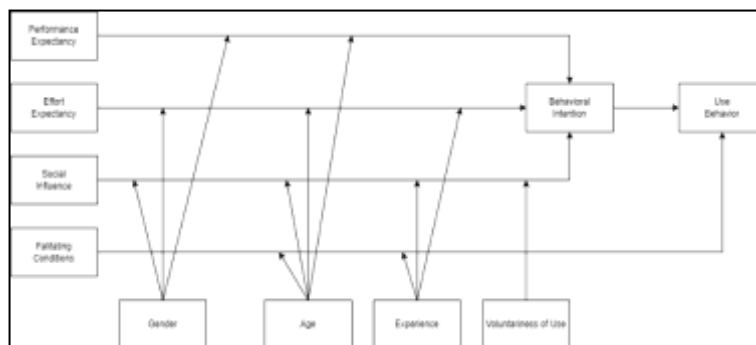
Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh konstruk dalam model UTAUT terhadap niat penggunaan aplikasi McDonald's oleh pengguna aktif di Kota Semarang. Secara teoritis, penelitian ini tidak hanya mengaplikasikan model UTAUT pada konteks baru, tetapi juga memberikan validasi empiris pada sektor restoran cepat saji berbasis aplikasi loyalitas yang masih jarang diteliti dalam literatur nasional. Dengan demikian, studi ini memperluas cakupan penerapan UTAUT pada domain layanan konsumsi sehari-hari berbasis *mobile*. Secara praktis, temuan penelitian diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengembang aplikasi McDonald's untuk memahami faktor-faktor utama yang mempengaruhi penerimaan pengguna, sehingga strategi pengembangan layanan digital dapat lebih disesuaikan dengan karakteristik pengguna di kota besar. Temuan ini juga diharapkan memberikan dasar pengambilan keputusan berbasis bukti dalam meningkatkan usability dan efektivitas fitur loyalitas digital, sehingga kesenjangan antar desain sistem dan ekspektasi pengguna dapat diminimalkan.

2. Tinjauan Literatur

Dalam rangka memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi tersebut, penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. [8]. Model UTAUT merupakan hasil integrasi delapan teori terdahulu, antara lain *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Technology Acceptance Model* (TAM) and *Extended TAM* (TAM2), *Combined TAM and TPB* (C-

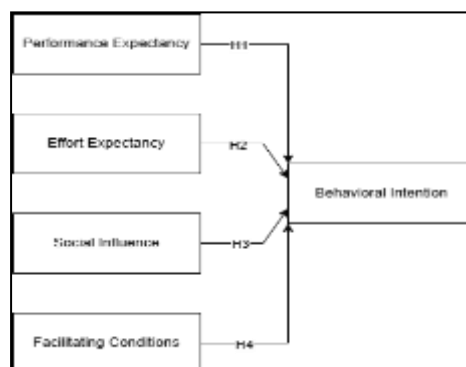
TAM-TPB), *Social Cognitive Theory* (SCT), *Motivational Model* (MM), *Model of PC Utilization* (MPCU), dan *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Dibandingkan dengan model-model sebelumnya, seperti TAM dan TRA, UTAUT terbukti memiliki daya prediksi lebih kuat dalam menjelaskan niat penerimaan teknologi informasi [7][9][10].

Model UTAUT mengidentifikasi empat konstruk utama, yaitu *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), dan *facilitating conditions* (FC), yang diyakini sebagai penentu utama dalam proses adopsi teknologi. PE merefleksikan sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan sistem akan memberikan manfaat dalam aktivitasnya, sementara EE berkaitan dengan tingkat kemudahan penggunaan sistem yang dirasakan. SI menggambarkan pengaruh sosial dari individu atau kelompok yang dianggap penting, sedangkan FC merepresentasikan persepsi terhadap ketersediaan sumber daya dan dukungan teknis yang mendukung penggunaan sistem. Struktur model UTAUT dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Model UTAUT diadaptasi dari venkatesh et al. [8]

Dalam konteks aplikasi McDonald's, yang menawarkan fitur kompleks dan menjangkau berbagai segmen pengguna, penerapan model UTAUT menjadi relevan untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi tersebut. Aplikasi layanan makanan cepat saji berbasis mobile menuntut persepsi manfaat yang jelas, kemudahan penggunaan, serta dukungan sistem yang memadai agar pengguna bersedia mengadopsi dan menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Penyesuaian model UTAUT dalam penelitian ini ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Model penelitian

Berdasarkan tinjauan teoritis, konstruk PE diharapkan berpengaruh positif terhadap BI karena persepsi manfaat penggunaan aplikasi dapat mendorong niat untuk memanfaatkan layanan yang ditawarkan. EE diperkirakan juga berpengaruh terhadap BI karena persepsi kemudahan penggunaan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. SI diasumsikan mendorong BI melalui dorongan dan pengaruh lingkungan sosial pengguna dalam membentuk sikap terhadap penggunaan aplikasi. FC dalam penelitian ini diposisikan sebagai prediktor terhadap BI. Pendekatan ini digunakan dengan mempertimbangkan konteks aplikasi *mobile* berbasis layanan, di mana persepsi terhadap ketersediaan dukungan teknis, kompatibilitas perangkat, dan stabilitas sistem dapat mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan aplikasi sebelum perilaku aktual terbentuk. Mengacu pada model penelitian tersebut, penelitian ini mengembangkan empat hipotesis penelitian untuk menguji hubungan antar konstruk dalam model yang digunakan sebagai berikut:

- H₁: *Performance Expectancy* berpengaruh pada *Behavioral Intention*.
H₂: *Effort Expectancy* berpengaruh pada *Behavioral Intention*.
H₃: *Social Influence* berpengaruh pada *Behavioral Intention*.
H₄: *Facilitating Conditions* berpengaruh pada *Behavioral Intention*.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji hubungan antar variabel dalam model UTAUT terhadap penerimaan pengguna, yang direpresentasikan oleh *behavioral intention*, dalam konteks penggunaan aplikasi McDonald's oleh pengguna aktif di Kota Semarang. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran secara sistematis dan objektif terhadap pengaruh konstruk teoritis terhadap persepsi dan niat pengguna dalam menerima suatu teknologi.

Penelitian dilaksanakan melalui serangkaian tahapan, meliputi studi literatur, penentuan objek dan sampel, pengumpulan data primer, dan analisis kuantitatif berbasis model struktural. Tahap awal adalah studi literatur, untuk memahami konstruk dalam model UTAUT dan menelaah temuan penelitian terdahulu yang relevan. Tujuannya adalah untuk memperkuat landasan teoritis serta mengidentifikasi variabel-variabel utama yang akan digunakan dalam penelitian ini. Penelusuran juga diarahkan pada temuan empiris tentang penerimaan aplikasi digital di sektor layanan makanan cepat saji untuk pembandingan dalam diskusi hasil.

Objek penelitian adalah pengguna aktif aplikasi McDonald's yang berdomisili di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability purposive sampling*, dengan kriteria responden adalah pengguna aktif aplikasi McDonald's yang berdomisili di Kota Semarang, dan telah menggunakan fitur pemesanan atau promo dalam tiga bulan terakhir. Teknik ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman hubungan antar konstruk dalam model UTAUT, bukan pada generalisasi statistik terhadap populasi. Penentuan jumlah sampel mengacu pada ketentuan Hair et al. [11], yaitu minimal lima kali jumlah indikator yang digunakan. Dengan jumlah indikator pengukuran sebanyak 15 butir, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 75 responden. Pada penelitian ini berhasil dikumpulkan data dari 85 responden, sehingga telah memenuhi kriteria kecukupan sampel.

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari konstruk utama UTAUT, yaitu *Performance Expectancy* (X1), *Effort Expectancy* (X2), *Social Influence* (X3), dan *Facilitating Conditions* (X4) yang diasumsikan mempengaruhi *Behavioral Intention* (Y1) sebagai variabel endogen. Indikator pengukuran diadaptasi dari Venkatesh et al. [8] dan disesuaikan dengan konteks aplikasi layanan digital, dengan merujuk pada studi Chandra dan Novita [11]. Operasionalisasi variabel penelitian disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Operasional variabel penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	Keyakinan bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerja pengguna dalam aktivitas tertentu.	PE1 Persepsi terhadap kegunaan PE2 Kesesuaian pekerjaan PE3 Keuntungan relatif PE 4 Ekspektasi hasil
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	Tingkat kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan sistem.	EE1 Persepsi kemudahan penggunaan EE2 Kompleksitas EE3 Kemudahan penggunaan
<i>Social Influence</i> (X3)	Sejauh mana individu merasa terdorong untuk menggunakan sistem karena pengaruh orang penting di sekitarnya.	SI1 Norma subjektif SI2 Tekanan sosial SI3 Citra sosial
<i>Facilitating Conditions</i> (X4)	Persepsi bahwa sumber daya dan dukungan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem.	FC1 Dukungan organisasi FC2 Kompatibilitas teknologi
<i>Behavioral Intention</i>	Niat individu untuk menggunakan	BI1 Berniat menggunakan sistem

<i>Intention</i> (Y1)	sistem dalam waktu dekat atau secara berkelanjutan.	BI2 Mencoba menggunakan sistem BI3 Berencana menggunakan sistem berkelanjutan
--------------------------	---	--

Sumber: diadaptasi dari Venkatesh et al. [8]

Pengumpulan data dilakukan secara *daring* melalui penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* kepada responden yang memenuhi kriteria. Instrumen menggunakan skala Likert lima poin dan disusun berdasarkan indikator yang telah didefinisikan dalam model penelitian. Data primer diperoleh dari 85 responden yang dinyatakan layak berdasarkan kelengkapan dan kesesuaian jawaban. Proses distribusi dilakukan secara terbatas melalui jaringan kontak responden di wilayah Kota Semarang.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS versi 4. Evaluasi model pengukuran dilakukan melalui pengujian validitas dan reliabilitas konstruk. Validitas indikator dinilai berdasarkan nilai *outer loading*, sedangkan validitas konvergen diukur menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE). Indikator dinyatakan memenuhi validitas apabila nilai *outer loading* > 0,70, sementara konstruk dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila nilai AVE $\geq 0,5$ [13][14]. Reliabilitas konstruk dievaluasi dengan *Composite Reliability* (ρ_a dan ρ_c) serta *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* masing-masing $\geq 0,7$, yang menunjukkan konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk yang sama [13]. Selanjutnya, evaluasi model struktural dilakukan untuk menilai kemampuan prediktif model penelitian. Kualitas model struktural dianalisis melalui nilai koefisien determinasi (R^2) dan ukuran efek (F^2). Selain itu, potensi multikolinearitas antar konstruk prediktor dalam model struktural diuji menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF yang berada di bawah lima menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas [11]. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik *bootstrapping* untuk memperoleh nilai koefisien jalur dan *p-values*. Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai *p-values* < 0,05 [12].

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Hasil penelitian diawali dengan analisis data demografis responden untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik pengguna [15] aplikasi McDonald's. Data yang dianalisis berasal dari 85 responden pengguna aplikasi McDonald's di Kota Semarang dengan karakteristik demografi meliputi jenis kelamin dan usia. Berdasarkan Tabel 2 dan Tabel 3, komposisi responden, terdiri atas 45 responden perempuan (52,9%) dan 40 responden laki-laki (47,1%). Dari sisi usia, responden didominasi oleh kelompok usia dewasa muda, dengan proporsi tertinggi pada usia 25 dan 26 tahun yang masing-masing berjumlah 13 orang (15,29%). Secara umum, distribusi usia responden berada pada rentang usia produktif, yang mencerminkan karakteristik pengguna aplikasi layanan makanan cepat saji di wilayah perkotaan. Dominasi responden pada kelompok usia dewasa muda mengindikasikan bahwa aplikasi McDonald's terutama digunakan oleh pengguna yang telah terbiasa dengan transaksi digital berbasis *mobile*, sehingga hasil penelitian ini merepresentasikan perilaku adopsi pada segmen pengguna dengan literasi digital yang relatif tinggi.

Tabel 2 Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	45	52,9%
Laki-laki	40	47,1%

Sumber: data primer diolah (2025)

Tabel 3 Usia responden

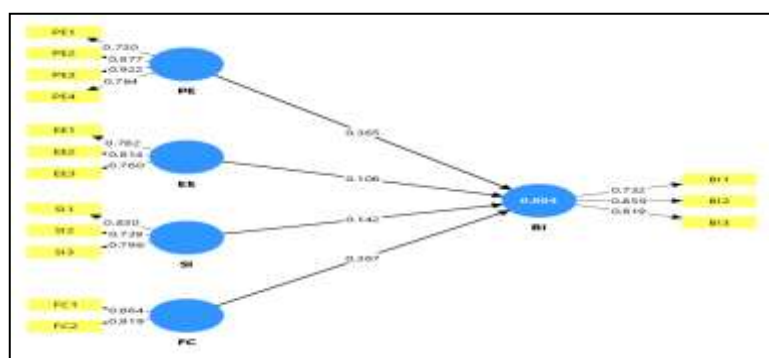
Usia	Jumlah Responden	Persentase
18	1	1,17%
19	3	3,52%
20	5	5,88%
21	7	8,23%
22	2	2,35%

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

23	8	9,41%
24	6	7,05%
25	13	15,29%
26	13	15,29%
27	6	7,05%
28	7	8,23%
29	4	4,70%
30	3	3,52%
31	3	3,52%
32	2	2,35%
34	2	2,35%

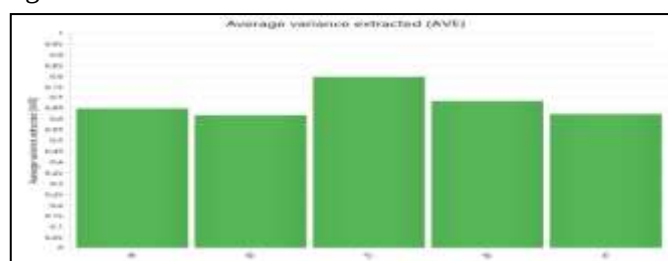
Sumber: data primer diolah (2025)

Selanjutnya dilakukan uji validitas konstruk menggunakan nilai *outer loading*. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator pada setiap konstruk memiliki nilai *outer loading* > 0,70, sebagaimana yang ditampilkan pada Gambar 3. Ini artinya seluruh indikator memiliki kontribusi yang memadai dalam merepresentasikan konstruk yang diukur dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.



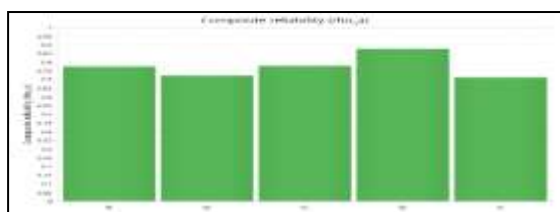
Gambar 3 Uji validitas (*outer loading*)

Analisis dilanjutkan dengan pengujian validitas konvergen menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai AVE > 0,50, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan varians indikatornya sehingga model memenuhi kriteria validitas konvergen.

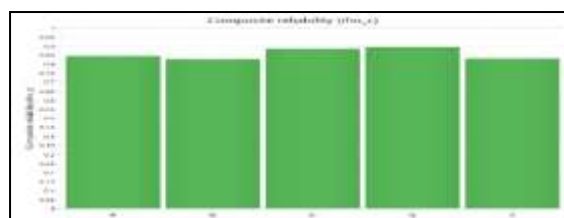


Gambar 4 Uji validitas (*average variance extracted*)

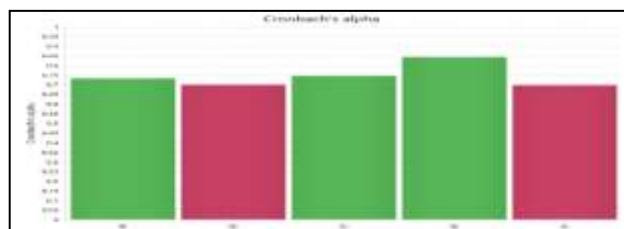
Pengujian reliabilitas konstruk dilakukan untuk memastikan konsistensi internal dari konstruk yang digunakan dalam model penelitian [11]. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh nilai *Composite Reliability* (ρ_a dan ρ_c) serta *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 5, Gambar 6, dan Gambar 7. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis model struktural. Konsistensi internal yang tinggi pada seluruh konstruk memperkuat keandalan model pengukuran sebelum dilakukan evaluasi hubungan struktural antar variabel.



Gambar 5 Uji reliabilitas (*composite reliability (pa)*)



Gambar 6 Uji reliabilitas (*composite reliability (pc)*)



Gambar 7 Uji reliabilitas (*cronbach's alpha*)

Berdasarkan Tabel 4, seluruh nilai VIF pada indikator-indikator yang membentuk konstruk prediktor memiliki nilai kurang dari lima. Hasil ini menunjukkan tidak ada gejala multikolinearitas dalam model penelitian. Meskipun dua indikator pada konstruk PE menunjukkan VIF yang relatif lebih tinggi dibandingkan indikator lainnya, nilainya masih berada pada batas toleransi, sehingga tidak mengganggu estimasi parameter model secara keseluruhan.

Tabel 4 *Variance inflation factor (vif)*

Indikator	VIF
BI1	1,383
BI2	1,450
BI3	1,588
EE1	1,532
EE2	1,232
EE3	1,489
FC1	1,550
FC2	1,550
PE1	1,578
PE2	4,017
PE3	4,753
PE4	1,883
SI1	1,411
SI2	1,337
SI3	1,347

Sumber: data primer diolah (2025)

Evaluasi kualitas model struktural dilakukan untuk menilai sejauh mana variabel eksogen mampu menjelaskan variabel endogen dalam model penelitian. Evaluasi didasarkan pada koefisien determinasi (R^2) dan ukuran efek (F^2). Tabel 5 menunjukkan nilai R^2 pada konstruk BI sebesar 0,804, sedangkan nilai R^2 *adjusted* sebesar 0,794. Hasil ini mengindikasikan bahwa PE, EE, SI, dan FC secara simultan mampu menjelaskan 80,4% variasi niat penggunaan aplikasi McDonald's. Nilai ini termasuk dalam kategori kuat dalam penelitian perilaku berbasis PLS-SEM, yang menunjukkan bahwa model memiliki daya jelaskan yang lebih tinggi terhadap niat penggunaan aplikasi. Selisih yang relatif kecil antara nilai R^2 dan R^2 *adjusted* menunjukkan bahwa model tidak mengalami *overfitting*.

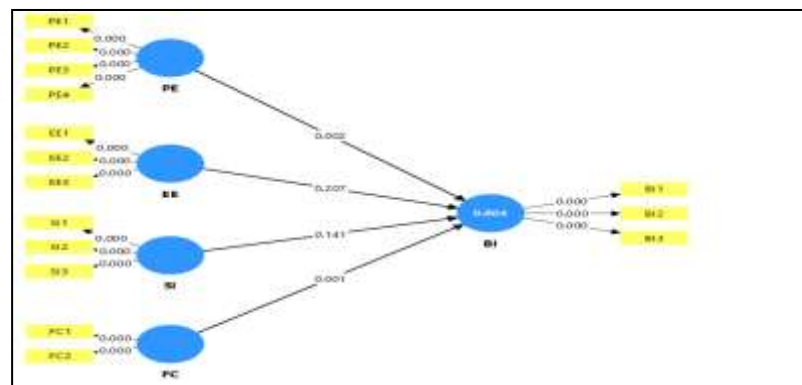
Tabel 5 *R-Square*

Variabel	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
BI	0,804	0,794

Sumber: data primer diolah (2025)

Kontribusi masing-masing konstruk prediktor terhadap BI dianalisis menggunakan nilai F^2 . Hasil pengujian menunjukkan bahwa PE (0,187) dan FC (0,168) memiliki ukuran efek dalam kategori sedang, sedangkan EE (0,024) dan SI (0,041) menunjukkan ukuran efek kecil. Temuan ini menegaskan bahwa manfaat fungsional aplikasi dan dukungan sistem memberikan kontribusi yang jauh lebih substansial dalam membentuk niat penggunaan dibandingkan kemudahan penggunaan dan pengaruh sosial.

Setelah model struktural dinyatakan memenuhi kriteria kualitas model, pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan antar konstruk dalam model. Uji hipotesis menggunakan teknik *bootstrapping* pada SmartPLS, yang berfungsi memperoleh *t-statistics* dan *p-values* yang dijadikan dasar penentuan signifikansi hubungan [16]. Hubungan antar variabel dinyatakan signifikan apabila nilai *p-values* < 0,05.



Gambar 8 Bootstrapping

Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 6 menunjukkan bahwa PE dan FC berpengaruh signifikan terhadap BI, sehingga Hipotesis 1 dan Hipotesis 4 terdukung. Sebaliknya, EE dan SI tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, sehingga Hipotesis 2 dan Hipotesis 3 tidak terdukung. Temuan ini mengindikasikan bahwa niat penggunaan aplikasi McDonald's lebih dipengaruhi oleh manfaat fungsional aplikasi dan dukungan sistem dibandingkan oleh aspek kemudahan penggunaan maupun tekanan sosial.

Tabel 6 Path coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	p-values	Keterangan
PE → BI	0,365	0,369	0,117	3,126	0,002	H ₁ terdukung
EE → BI	0,106	0,105	0,084	1,262	0,207	H ₂ tidak terdukung
SI → BI	0,142	0,157	0,096	1,473	0,141	H ₃ tidak terdukung
FC → BI	0,367	0,352	0,114	3,215	0,001	H ₄ terdukung

Sumber: data primer diolah (2025)

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari empat konstruk utama dalam model UTAUT, *Performance Expectancy* (PE) dan *Facilitating Conditions* (FC) berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI) pengguna aplikasi McDonald's di Kota Semarang. Sebaliknya, *Effort Expectancy* (EE) dan *Social Influence* (SI) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini memberikan gambaran bahwa penerimaan aplikasi McDonald's lebih ditentukan oleh faktor manfaat fungsional dan dukungan sistem dibandingkan oleh kemudahan penggunaan maupun pengaruh sosial.

PE terbukti berpengaruh signifikan terhadap BI. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna mengenai manfaat aplikasi, seperti efisiensi proses pemesanan, kemudahan memperoleh promo, serta peningkatan kenyamanan dalam bertransaksi, menjadi faktor utama yang mendorong niat penggunaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan model UTAUT yang menempatkan PE sebagai prediktor terkuat dalam adopsi teknologi, khususnya pada konteks sistem yang bersifat sukarela [8]. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian pada konteks aplikasi layanan digital dan *mobile commerce* yang menunjukkan bahwa manfaat fungsional yang dirasakan memiliki pengaruh dominan

terhadap niat penggunaan [12][17]. Dalam konteks layanan makanan cepat saji, orientasi pengguna yang bersifat instrumental dan berorientasi efisiensi menjadikan manfaat fungsional sebagai pertimbangan utama dibandingkan aspek sosial atau kemudahan teknis.

EE tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap BI. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi McDonald's tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam membentuk niat penggunaan. Kondisi ini dapat dijelaskan melalui fenomena *technology maturity*, di mana mayoritas pengguna telah memiliki tingkat literasi digital yang memadai sehingga kemudahan penggunaan dipersepsikan sebagai standar minimum, bukan faktor penentu keputusan [18]. Sejumlah penelitian pada konteks aplikasi *mobile* juga menunjukkan bahwa EE cenderung kehilangan signifikansi ketika pengguna telah terbiasa dengan antarmuka aplikasi yang relatif seragam, intuitif, dan mudah dipelajari [19][20]. Dalam kondisi tersebut, aspek kemudahan penggunaan dianggap telah terpenuhi dan tidak lagi meningkatkan niat penggunaan secara signifikan. Temuan ini juga dapat dipahami melalui perspektif *institutional readiness*, di mana pengguna berada pada tingkat kesiapan teknologi yang relatif matang. Studi pada konteks adopsi sistem digital di sektor publik Indonesia menunjukkan bahwa penerimaan teknologi lebih dipengaruhi oleh kesiapan struktural dan institusional dibandingkan aspek teknis antarmuka sistem [21].

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa SI tidak berpengaruh signifikan terhadap BI. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan aplikasi McDonald's lebih bersifat individual dan instrumental, dibandingkan dipengaruhi tekanan atau rekomendasi sosial. Dalam konteks aplikasi layanan makanan cepat saji, penggunaan aplikasi lebih didorong oleh kebutuhan praktis, efisiensi, dan preferensi personal, sehingga pengaruh sosial menjadi kurang dominan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa SI lebih berperan pada teknologi yang bersifat *mandatory* atau memiliki dimensi sosial yang tinggi, sementara pada teknologi konsumsi individual pengaruhnya cenderung melemah [18][22]. Oleh karena itu, ketidaksignifikanan SI dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai karakteristik kontekstual aplikasi konsumsi berbasis *mobile* yang telah terintegrasi dalam rutinitas sehari-hari pengguna.

FC terbukti berpengaruh signifikan terhadap BI. Hasil ini menunjukkan bahwa ketersediaan infrastruktur pendukung, stabilitas sistem, kompatibilitas perangkat, serta dukungan teknis menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan aplikasi McDonald's. Temuan ini sejalan dengan model UTAUT dan UTAUT2 yang menekankan pentingnya dukungan sistem dalam memastikan keberlanjutan penggunaan teknologi [8][18]. Dalam konteks aplikasi *mobile*, dukungan teknis dan keandalan sistem berfungsi sebagai prasyarat agar manfaat aplikasi dapat dirasakan secara konsisten oleh pengguna [17]. Dengan demikian, FC berperan sebagai faktor struktural yang memperkuat pengaruh manfaat fungsional terhadap niat penggunaan aplikasi McDonald's.

Secara keseluruhan, pola hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa dalam konteks pengguna urban dengan literasi digital yang memadai, penerimaan aplikasi layanan makanan cepat saji lebih ditentukan oleh fungsional dan kesiapan sistem dibandingkan faktor sosial maupun kemudahan antarmuka. Temuan ini menegaskan bahwa pada tahap kematangan digital tertentu, determinan adopsi bergeser dari aspek persepsi kemudahan menuju aspek utilitas dan dukungan sistem yang nyata.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis penerimaan pengguna terhadap aplikasi McDonald's di Kota Semarang menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* dan *Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan *Effort Expectancy* dan *Social Influence* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa niat pengguna aplikasi McDonald's lebih ditentukan oleh manfaat fungsional aplikasi serta ketersediaan dukungan dan infrastruktur penggunaan, dibandingkan oleh aspek kemudahan penggunaan maupun tekanan sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan aplikasi McDonald's perlu memprioritaskan peningkatan nilai guna aplikasi dan keandalan dukungan sistem guna mendorong keberlanjutan penggunaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan responden yang terbatas pada satu wilayah perkotaan serta penggunaan data berbasis persepsi pengguna dan niat penggunaan, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan perilaku penggunaan aktual. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, menggunakan ukuran

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

penggunaan aktual atau pendekatan longitudinal, serta mengembangkan model dengan memasukkan variabel lain yang relevan dengan konteks aplikasi layanan digital, seperti *trust*, persepsi risiko transaksi, atau kebiasaan penggunaan, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penerimaan aplikasi.

Referensi

- [1] L. A. Wardana, “Perancangan Antarmuka Aplikasi *Mobile* Konseling pada Gereja Katolik dengan Metode *User Centered Design* dan *Wireframe*,” *S2 Thesis*, pp. 17–39, 2016.
- [2] L. A. Saputra and K. A. Sekarwati, “Analisis Aplikasi Mcdonald’s menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*,” Vol. 3, No. 1, pp. 40–48, 2024.
- [3] R. Islam, and T. Mazumder, “*Mobile Application and Its Global Impact*,” *Int. J. Eng. Technol. IJET-IJENS*, Vol. 10, No. December, p. 14, 2020.
- [4] N. Sintesa, Y. Indriany, and E. D. Astuti, “Pengaruh Promosi dan Distribusi terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Cepat Saji (MC Donald, KFC dan Pizza Hut),” *1st LP3I Natl. Conf. Vocat. Bus. Technol.*, No. 11, pp. 18–33, 2022.
- [5] T. Arifqi, N. Suarna, and W. Prihartono, “Penggunaan *Naive Bayes* dalam menganalisis Sentimen Ulasan Aplikasi Mcdonald’S di Indonesia,” *JATI (Jurnal Mhs. Tek. Inform.*, Vol. 8, No. 2, pp. 1949–1956, 2024, DOI: 10.36040/jati.v8i2.8740.
- [6] M. M. Fazil, M. E. Saputri, M. B. Kembali, and K. Pelanggan, “Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* pada Aplikasi Mcdonald’s dengan *Customer Trust* sebagai *Intervening*,” *J. Ekuilnomi*, Vol. 6, No. 3, pp. 655–662, 2024.
- [7] P. Lai, “*The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology*,” *J. Inf. Syst. Technol. Manag.*, Vol. 14, No. 1, pp. 21–38, 2017, DOI: 10.4301/s1807-17752017000100002.
- [8] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, “*User Acceptance of Information: Toward a Unified View*,” *MIS Q.*, Vol. 27, No. 3, pp. 425–478, 2003.
- [9] M. M. M. Abbad, “*Using the UTAUT Model to Understand Students’ Usage of e-Learning Systems in Developing Countries*,” *Educ. Inf. Technol.*, Vol. 26, No. 6, pp. 7205–7224, 2021, DOI: 10.1007/s10639-021-10573-5.
- [10] Imanuel and E. Maria, “Analisis Penerimaan Pengguna E-SinaARE berdasarkan Model UTAUT,” *Jurasik J. Ris. Sist. Inf. dan Tek. Inform.*, Vol. 10, No. 1, pp. 68–79, 2025, DOI: <http://dx.doi.org/10.30645/jurasik.v10i1.850>.
- [11] J. F. Hair, B. J. Babin, R. E. Anderson, and W. C. Black, *Multivariate Data Analysis*, 8th ed. United Kingdom: Annabel Ainscow, 2018.
- [12] F. S. Chandra and D. Novita, “Analisis Penerimaan Masyarakat terhadap Layanan Transportasi Online menggunakan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*),” *J. Teknol. Sist. Inf.*, Vol. 1, No. 1, pp. 23–33, 2020, DOI: 10.35957/jtsi.v1i1.319.
- [13] A. Y. Prasetyo, “Interpretasi dan Pelaporan Hasil Analisis PLS-SEM dalam Penelitian Manajemen,” *J. Accounting, Manag. Econ. Bus.*, Vol. 3, No. 3, pp. 146–158, 2025, DOI: 10.56855/analysis.v3i3.1684.
- [14] S. Aprilisa, S. Samsuryadi, and S. Sukemi, “Pengujian Validitas dan Reliabilitas Model UTAUT 2 dan EUCS pada Sistem Informasi Akademik,” *J. Media Inform. Budidarma*, Vol. 5, No. 3, p. 1124, 2021, DOI: 10.30865/mib.v5i3.3074.
- [15] M. Fip, “Analisis Statistik Deskriptif Karakteristik Demografi dan Akademik Pendahuluan Metode Hasil dan Pembahasan,” Vol. 1, No. 1, pp. 12–15, 2025.
- [16] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. Sage Publications, 2021.
- [17] T. Oliveira, M. Thomas, G. Baptista, and F. Campos, “*Mobile Payment: Understanding the Determinants of Customer Adoption and Intention to Recommend the Technology*,” *Comput. Human Behav.*, Vol. 61, pp. 404–414, Aug. 2016, DOI: 10.1016/j.chb.2016.03.030.
- [18] V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, “*Consumer Acceptance and use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*,” *MIS Q.*, Vol. 36, No. 1, pp. 157–178, Mar. 2012, DOI: 10.2307/41410412.
- [19] G. Baptista and T. Oliveira, “*Understanding Mobile Banking: The Unified Theory of*

<http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

- Acceptance and use of Technology Combined with Cultural Moderators,” Comput. Human Behav.*, Vol. 50, pp. 418–430, Sep. 2015, DOI: 10.1016/j.chb.2015.04.024.
- [20] T. Zhou, “An Empirical Examination of Initial Trust in Mobile Banking,” *Internet Res.*, Vol. 21, No. 5, pp. 527–540, Aug. 2011, DOI: 10.1108/10662241111176353.
- [21] E. Maria and A. Halim, “Institutional Readiness and Resistance to AI-based Accounting Platforms: Evidence from Indonesian Local Governments,” *Transform. Gov. People, Process Policy*, Oct. 2025, DOI: 10.1108/TG-06-2025-0176.
- [22] S. A. Brown, A. R. Dennis, and V. Venkatesh, “Predicting Collaboration Technology use: Integrating Technology Adoption and Collaboration Research,” *J. Manag. Inf. Syst.*, Vol. 27, No. 2, pp. 9–53, 2010, [Online]. Available: <https://www.jstor.org/stable/29780170>