

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT PERILAKU PENGGUNA E-WALLET PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG MENGGUNAKAN KERANGKA UTAUT 2

Laras Audita, Wahyu Meiranto¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl.Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +6282135240978

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of analyzing factors that influence the behavioral intentions of e-wallet users in Semarang City. This research uses the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2 framework introduced by Venkatesh et al. (2012). There are eight factors that form the UTAUT 2 framework, namely performance expectations, business expectations, social influence, facilitating conditions, habits, price values, hedonic motivation, and behavioral intentions of technology users, in this case e-wallet. This research population includes all active e-wallet users in Indonesia with a research sample of 310 people in Semarang City who are included in Generation Z. Data collection was carried out through an online survey using social media. A total of 31 question items were analyzed using the PLS-SEM method with the help of SmartPLS 3 software. The research results show that the four hypotheses in this study are accepted. Social influence, habits, price value, and hedonic motivation have a significant positive effect on the behavioral intentions of e-wallet users. However, performance expectations, effort expectations, and facilitating conditions have no effect on e-wallet users' behavioral intentions. Furthermore, it is known that hedonic motivation is the factor that has the strongest influence compared to other UTAUT 2 factors in increasing behavioral intentions to adopt e-wallets

Keywords: UTAUT, UTAUT 2, Behavioral Intention, E-wallet.

PENDAHULUAN

Gaya hidup manusia dalam berbagai aspek telah bertransformasi seiring dengan perkembangan teknologi internet, termasuk transaksi keuangan yang saat ini dapat dilakukan secara non-tunai dengan menggunakan pembayaran digital. Pembayaran digital merupakan suatu metode transaksi yang menggunakan media elektronik untuk melakukan pembayaran. Sistem pembayaran ini menghilangkan kebutuhan akan penggunaan uang tunai atau cek (Dehghan & Haghighi, 2015). Layanan pembayaran digital menjadi pilihan masyarakat karena menawarkan berbagai fitur yang memudahkan dalam penggunaannya.

Adanya minat masyarakat terhadap layanan pembayaran digital kemudian mendorong pemerintah untuk menetapkan Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran yang mencakup persyaratan, prinsip, dan tata cara pengelolaan uang elektronik. Peraturan ini bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat serta memastikan kelancaran dan keamanan sistem pembayaran elektronik. Hal ini tentu berkontribusi pada peningkatan penggunaan metode pembayaran non-tunai di Indonesia. Mengutip dari data yang dilansir oleh website Bank Indonesia, pada tahun 2023, nilai transaksi uang digital diperkirakan akan meningkat 23,9% hingga mencapai 495,2 triliun (Wulandari, 2023).

Peningkatan penggunaan pembayaran digital ini memicu berbagai *platform* untuk ikut berpartisipasi mengeluarkan fitur *e-wallet* pada sistemnya. Kehadiran sistem pembayaran *e-wallet* ini mendapat sambutan positif dari masyarakat, terutama Generasi Z karena memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi keuangan. *E-wallet* memungkinkan penggunanya untuk dapat melakukan transaksi pembayaran secara digital tanpa perlu menggunakan uang tunai secara fisik. Dikutip dari website Bank Indonesia, beberapa jenis *e-wallet* yang populer di kalangan masyarakat Indonesia yaitu: ShopeePay, OVO, GoPay, DANA, dan LinkAja.

¹ Corresponding author

Peristiwa meningkatnya transaksi menggunakan *e-wallet* menjadi dasar dilaksanakannya penelitian terkait *e-wallet* di Indonesia. Faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna perlu dianalisis secara mendalam sehingga melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan sistem *e-wallet* yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Keberhasilan tersebut memegang peran yang sangat penting karena lingkup akuntansi tidak hanya melibatkan transaksi dan laporan keuangan, tetapi perilaku dan respons terhadap sistem informasi juga merupakan komponen penting dalam proses pengambilan keputusan (Hunton, 2002).

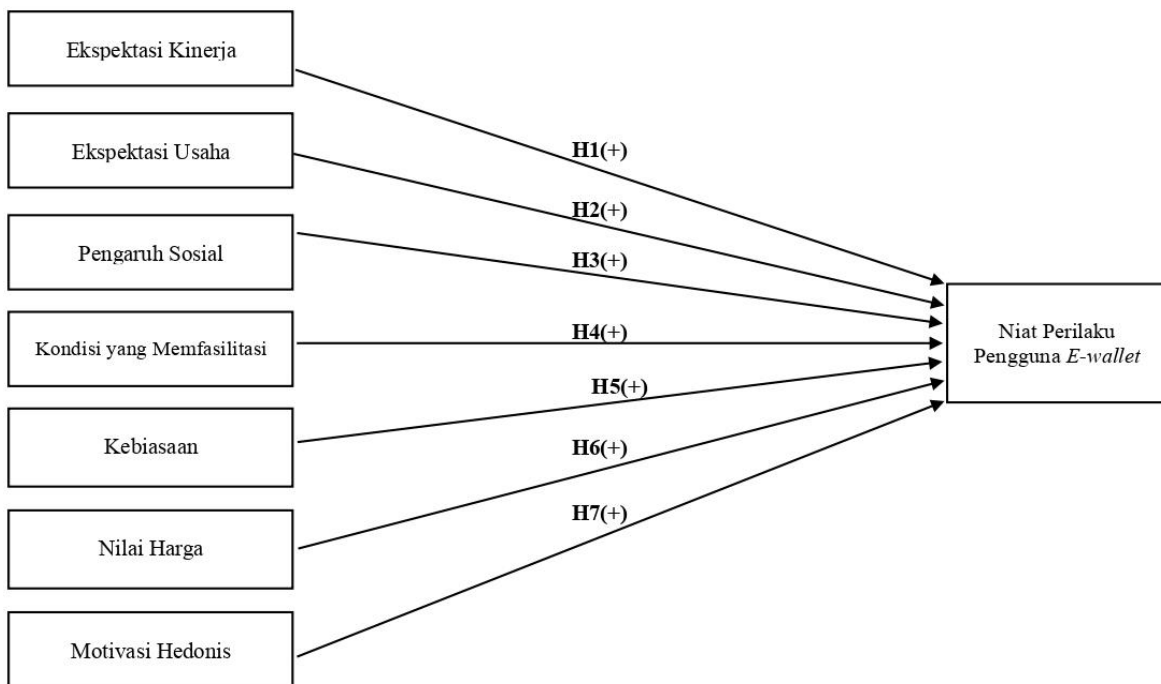
Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kerangka *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* yang dicetuskan oleh Venkatesh et al. (2012). Kerangka UTAUT 2 telah banyak digunakan pada penelitian sebelumnya, namun terdapat keragaman hasil penelitian dan masih terdapat ketidaksesuaian temuan penelitian yang serupa antara satu sama lain. Ini menjadi alasan utama penelitian ini dilakukan. Alasan lain adalah bahwa penelitian di masa lampau banyak yang masih menggunakan kerangka UTAUT sebelumnya, yang belum dilakukan pengujian terhadap variabel kebiasaan, nilai harga, dan motivasi hedonis.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2

Venkatesh et al. (2012) memperkenalkan UTAUT 2 sebagai hasil dari perluasan teori UTAUT yang sebelumnya telah diteliti pula oleh Venkatesh et al. (2003). Tujuan pengembangan dari kerangka UTAUT adalah untuk mengevaluasi penerimaan adopsi sistem teknologi berdasarkan pada perspektif pengguna. UTAUT 2 dianggap sebagai kerangka yang tepat untuk menjelaskan perilaku penggunaan sistem informasi yang berbasis teknologi dan berguna bagi manajemen dalam menilai keberhasilan proses adopsi suatu teknologi, serta membantu para manajer memperoleh wawasan yang lebih terperinci terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi. Pada awalnya, UTAUT hanya mencakup empat indikator, yakni ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan yang terakhir adalah kondisi yang memfasilitasi, kemudian diperluas dengan menambah tiga indikator tambahan, yaitu kebiasaan (*habit*), nilai harga (*price value*), dan motivasi hedonis (*hedonic motivation*) dengan tujuan menyesuaikan hal-hal yang memengaruhi konsumen dalam mengadopsi suatu sistem. UTAUT 2 juga menyertakan tambahan variabel moderasi, diantaranya yaitu umur, jenis kelamin, dan pengalaman.

Kerangka Pemikiran



Perumusan Hipotesis

Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet*

Ekspektasi kinerja mencerminkan seberapa yakin individu bahwa penggunaan teknologi dapat mendukung mereka dalam meningkatkan kinerjanya. Keyakinan ini akan memengaruhi keinginan seseorang untuk mengadopsi teknologi tersebut. Dalam teori UTAUT dijelaskan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003).

Putri & Suardikha (2020) menguatkan argumen bahwa apabila sistem tertentu membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, orang akan cenderung menggunakannya secara berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian Venkatesh et al. (2012); Gupta & Arora (2020); dan Upadhyay et al. (2022) yang memperlihatkan bahwa niat yang dimiliki seseorang untuk menggunakan teknologi dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja. Ekspektasi kinerja pada penelitian ini memberikan gambaran bahwa pengguna mengharapkan *e-wallet* akan membantu mereka mendapatkan kepraktisan dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran. Merujuk pada penjelasan di atas, maka hipotesis yang dirumuskan yaitu:

H1: Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna *E-Wallet*.

Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet*

Venkatesh et al. (2003) menyatakan bahwa ekspektasi usaha merujuk pada tingkatan kemudahan yang dirasakan seseorang dalam rangka memanfaatkan suatu sistem yang dapat mendorong pengurangan upaya yang diperlukan, baik dari segi tenaga maupun waktu pada saat menjalankan pekerjaannya. Dalam teori UTAUT mengungkapkan bahwa ekspektasi usaha merupakan salah satu variabel yang memberikan pengaruh terhadap niat perilaku penggunaan teknologi.

Upadhyay et al. (2022) mengungkapkan bahwa dalam konteks COVID-19, ekspektasi usaha mempunyai suatu dampak yang positif dan juga signifikan terhadap niat pengguna pada saat menggunakan pembayaran elektronik tanpa kontak langsung. Selanjutnya, Nandru et al. (2023) mengungkapkan ekspektasi usaha mempunyai suatu hubungan positif terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital. Kesimpulan ini didukung oleh Meiranto (2012); Gupta & Arora (2020); Le (2022); dan Alkhwaldi et al. (2023). Merujuk pada penjelasan di atas, maka perumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H2: Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna *E-Wallet*.

Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet*

Pengaruh sosial merupakan proses di mana seseorang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya untuk mengadopsi suatu sistem. Pengaruh ini seringkali berasal dari individu yang memiliki peran penting atau dekat dalam kehidupannya. Dalam teori UTAUT, dijelaskan bahwa pengaruh sosial memberikan pengaruh terhadap niat perilaku pengguna untuk menggunakan teknologi. Seseorang yang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya cenderung memiliki keberanian yang lebih tinggi dalam mengadopsi layanan baru karena adanya referensi atau contoh dari orang lain yang mendorong mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Azman Ong et al. (2023) mengungkapkan bahwa seseorang akan lebih cenderung menggunakan *e-wallet* ketika sebagian besar teman atau keluarganya memengaruhi dirinya untuk menggunakan *e-wallet*. Pengaruh sosial ialah sebuah faktor yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan yang diambil oleh seseorang untuk menggunakan suatu teknologi, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Samsudeen et al. (2022). Hasil penelitian ini senada dengan beberapa penelitian lainnya, seperti yang telah dilakukan oleh Meiranto (2012); Gupta & Arora (2020); Al-Saedi et al. (2020); serta Upadhyay et al. (2022). Merujuk pada penjabaran di atas, maka perumusan hipotesis yaitu sebagai berikut:

H3: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna *E-Wallet*.

Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet*

Kondisi yang memfasilitasi didefinisikan sebagai suatu tingkatan keyakinan seseorang terkait dengan infrastruktur dan kemampuan teknis yang tersedia dalam rangka dukungan dalam

penggunaan suatu sistem. (Venkatesh et al., 2003). Hal ini sejalan dengan teori UTAUT yang menjelaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi dapat memengaruhi niat seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi. Seseorang yang menerima sistem yang didasarkan pada norma sosial dan budaya yang berlaku di lingkungan sekitarnya akan merasa nyaman karena kondisi lingkungan yang memfasilitasinya.

Hasil penelitian Hidayat et al. (2020) mengungkapkan bahwa kondisi yang memfasilitasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap penerimaan dan pemanfaatan layanan *e-wallet* di Indonesia. Penelitian ini senada dengan hasil penelitian Venkatesh et al. (2012); Meiranto (2012); dan Hoang et al. (2021). Merujuk pada rincian di atas, maka dirumuskan hipotesis yang akan digunakan yaitu:

H4: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna *E-Wallet*.

Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet*

Sejauh mana seseorang memiliki kecenderungan dalam berperilaku secara otomatis yang berdasar pada pengalaman dan pembelajaran sebelumnya disebut kebiasaan (Limayem et al., 2007). Berdasarkan teori UTAUT 2, kebiasaan merupakan salah satu prediktor terhadap niat perilaku menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Pengalaman masa lalu dan pelajaran dapat menjadi sumber informasi penting untuk mendorong keinginan untuk kembali melakukan sesuatu (Audriyani & Meiranto, 2023).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh et al. (2012) menyimpulkan bahwa kebiasaan pengguna dalam memanfaatkan teknologi dipengaruhi oleh lingkungan yang beragam dan terus berubah. Lebih lanjut, penelitian oleh Farah et al. (2018) turut menyatakan bahwa kebiasaan mempunyai suatu pengaruh yang positif terhadap pengadopsian *m-banking* di Pakistan. Hasil tersebut juga konsisten dengan penelitian Raihan & Rachmawati (2019); Gupta & Arora (2020); dan Manrai et al. (2021). Merujuk pada uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan yaitu:

H5: Kebiasaan berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna *E-Wallet*.

Pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet*

Nilai harga adalah penilaian perbandingan antara biaya yang diperlukan dalam rangka mengadopsi suatu teknologi dengan manfaat yang akan diterima. (Venkatesh et al., 2012). Dijelaskan dalam teori UTAUT 2, bahwa nilai harga memberikan pengaruh terhadap niat perilaku pengadopsian teknologi. Jika pengguna percaya bahwa manfaat yang diberikan oleh suatu teknologi lebih besar dibandingkan biaya yang mereka keluarkan untuk menggunakan teknologi tersebut, maka pengguna cenderung mempunyai keinginan yang lebih tinggi untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi tersebut.

Hasil penelitian Hammouri et al. (2023) menyimpulkan bahwa keinginan yang dimiliki oleh seseorang untuk memanfaatkan teknologi bergantung pada nilai harga. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Venkatesh et al. (2012); Chresentia & Suharto (2020); dan Hidayat et al. (2020). Merujuk pada uraian di atas, maka perumusan hipotesis yang akan digunakan yaitu:

H6: Nilai harga berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna *E-Wallet*.

Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet*

Salah satu aspek emosi manusia adalah motivasi hedonis, yang mencakup kepuasan dan rasa senang yang dihasilkan dari pemanfaatan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Menurut UTAUT 2, motivasi hedonis dapat memberikan pengaruh terhadap niat perilaku pengguna suatu teknologi. Hal ini menciptakan sensasi baru dalam bertransaksi yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan teknologi tersebut.

Kesimpulan ini didukung oleh beberapa peneliti lainnya, seperti Farah et al. (2018); Samsudeen et al. (2022); serta Hammouri et al. (2023). Merujuk pada uraian di atas, maka perumusan hipotesis yang akan digunakan yaitu:

H7: Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna *E-Wallet*.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Dua kategori variabel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen yang digunakan ialah niat perilaku pengguna *e-wallet* yang diukur dengan mengadopsi 3 pertanyaan dari penelitian Nandru et al. (2023) menggunakan Skala Likert 1 – 5. Sedangkan beberapa variabel seperti variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, nilai harga, dan motivasi hedonis yang diturunkan dari UTAUT 2 digunakan sebagai variabel independen pada penelitian ini. Seluruh variabel independen dalam penelitian ini diukur menggunakan 4 item pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Nandru et al. (2023). Selanjutnya, responden akan menentukan jawaban sesuai pandangannya dengan poin dalam Skala Likert 1-5.

Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2017), populasi merujuk pada arti sekumpulan orang, peristiwa, atau apa pun yang dianggap menarik untuk diteliti. Pada penelitian ini, seluruh pengguna *e-wallet* di Indonesia termasuk dalam populasi penelitian. Pada penelitian ini, sampel akan diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dalam hal ini sampel dipilih atas dasar karakteristik tertentu dari populasi (Sugiyono, 2013). Kriteria ukuran yang digunakan sebagai panduan dalam pemilihan sampel tersebut, yaitu:

1. Masyarakat yang berdomisili dan/atau bertempat tinggal di Kota Semarang;
 2. Berusia 12 – 27 tahun di tahun 2024 (Generasi Z)
 3. Memiliki satu atau lebih akun *e-wallet* dan pernah menggunakannya selama 6 bulan terakhir.
- Penentuan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus yang diusulkan oleh Hair. Hair et al. (2010) menyatakan bahwa jumlah sampel yang representatif dapat ditemukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dikali 5–10. Oleh karena itu, jumlah sampel terkecil dapat ditemukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 31 \times 10 \\ &= 310 \end{aligned}$$

Berdasar pada perhitungan di atas, maka diperoleh jumlah sampel yang perlu dikumpulkan untuk kemudian dianalisis adalah sebanyak 310 responden.

Model Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) untuk melakukan pengolahan data yang telah terkumpul dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3. Penggunaan PLS dalam analisis data memiliki beberapa kelebihan karena PLS dapat diterapkan untuk keseluruhan skala data. Ini karena PLS tidak memerlukan berbagai macam jenis asumsi dan tidak memerlukan kuantiti sampel yang besar sehingga dianggap sebagai metode analisis yang sangat kuat. (Setyorini & Meiranto, 2021).

Penggunaan PLS untuk mengukur penelitian terdiri dari tiga tahap, yakni analisis deskriptif, evaluasi *outer model*, dan evaluasi *inner model*. Tahapan ini kemudian digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini mengumpulkan data melalui kuesioner yang terdiri dari 31 pertanyaan yang mewakili 8 variabel penelitian. Kuesioner tersebut disebar secara *online* dengan bantuan media sosial. Terdapat 310 Gen Z pengguna *e-wallet* di Kota Semarang yang memenuhi kriteria serta bersedia menjadi subjek penelitian. Data yang terkumpul dari responden melalui kuesioner kemudian diidentifikasi dan diklasifikasikan berdasarkan beberapa karakteristik, seperti jenis kelamin, usia, jenis *e-wallet* yang digunakan, dan jangka waktu penggunaan *e-wallet*. Berikut adalah tabel yang menjelaskan lebih rinci terkait beberapa karakteristik dari para responden:

Tabel 1
Demografi Responden

Demografi	Kategori	Jumlah	Rasio
Jenis Kelamin	Laki-laki	102	33%
	Perempuan	208	67%
Usia	17 tahun	2	1%
	18 tahun	31	10%
	19 tahun	68	22%
	20 tahun	46	15%
	21 tahun	84	27%
	22 tahun	44	14%
	23 tahun	19	6%
	24 tahun	6	2%
	25 tahun	4	1%
	26 tahun	4	1%
Jenis E-Wallet yang digunakan	ShopeePay	248	80%
	OVO	140	45%
	GoPay	221	71%
	DANA	153	49%
	LinkAja	19	6%
Jangka Waktu Pengguna	< 1 tahun	25	8%
	1-3 tahun	121	39%
	3-5 tahun	119	38%
	> 5 tahun	45	15%

Sumber: data primer diolah, 2024

Uji Non-Response Bias

Uji *non-response bias* dilakukan untuk melakukan penilaian terkait dengan adanya perbedaan kriteria jawaban antara responden *early response* dengan responden *late response*. Uji ini dilakukan dengan meninjau nilai signifikansi *Levene's Test for Equity Variance*. Apabila nilai sig. lebih besar dari 0,05, maka tidak ditemukan adanya perbedaan yang signifikan antara jawaban yang diperoleh dari partisipan sebelum dan sesudah tenggat waktu yang ditentukan. Hasil dari uji *non-response bias* dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

Tabel 2
Hasil Uji Non-Response Bias

Jawaban Responden	N	Rata-Rata	Levene's Test		t-test	
			F	Sig	t	Sig (2-tailed)
Sebelum Tenggat	299	132,89	0,308	0,579	1,723	0,086
Sesudah Tenggat	11	141,27			1,850	0,092

Sumber: data primer diolah, 2024

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa terdapat 287 responden yang mengisi kuesioner dengan tepat waktu, sementara 23 responden sisanya mengirim kuesioner lebih dari batas waktu yang sebelumnya ditentukan. Menurut hasil pengujian ini, disimpulkan tidak ditemukan adanya suatu perbedaan yang signifikan antara responden yang menjawab kuesioner secara tepat waktu dan responden yang menjawab setelah waktu yang ditentukan. Hal ini dibuktikan melalui hasil sig. pada *Levene's Test* yang menunjukkan angka 0,579 (> 0,05).

Analisis Statistik Deskriptif

Angka-angka yang terdapat pada tabel 3 dibawah merupakan gambaran sebaran data yang dihasilkan dari pengisian kuesioner oleh 310 responden Gen Z di Kota Semarang. Tabel tersebut memberikan beberapa informasi terkait statistik penelitian, antara lain, nilai *min*, *max*, *mean*, dan

standard deviation. Dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dibanding dengan nilai rata-ratanya. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel memiliki penyimpangan data yang rendah dan dinilai mampu mewakili keseluruhan data.

Tabel 3
Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>
PE	310	10	20	18,17	2,104
EE	310	11	20	18,08	2,127
SI	310	4	20	15,87	3,316
FC	310	12	20	17,86	2,158
HB	310	6	20	16,94	2,940
PV	310	7	20	16,39	2,795
HM	310	10	20	17,13	2,611
BI	310	5	20	12,75	2,238

Sumber: Data primer diolah, 2024

Uji Model Pengukuran

Langkah pertama yang harus untuk dilakukan untuk melakukan pengujian pada model penelitian adalah dengan meninjau nilai *outer loadings* untuk mengetahui hubungan yang terbentuk di antara variabel laten dengan indikator yang mewakilinya. Secara umum nilai *outer loadings* harus melebihi 0,7 untuk dianggap sesuai dan membuktikan bahwa indikator ini dapat digunakan untuk mengevaluasi konstruk. Namun, pada tahap awal pengembangan penelitian empiris, nilai *outer loadings* pada rentang 0,50 – 0,60 dianggap cukup dalam penelitian (Ghozali & Latan, 2015). Pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa 31 indikator dalam penelitian ini telah memenuhi syarat nilai *outer loadings* yang baik sehingga tidak diperlukan eliminasi.

Selain menganalisis nilai *outer loadings*, Pengujian keandalan internal perlu dilakukan. Nilai keandalan internal dapat dilihat dari nilai *composite reability (CR)* atau nilai *cronbach's alpha* pada model dan didasarkan pada *rule of thumb* yang mengharuskan nilai berada pada atas 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). Mengacu pada tabel 4, keseluruhan variabel penelitian bernilai > 0,70 yang dapat diartikan telah memenuhi uji keandalan internal. Perlu dilakukan pula analisis validitas konvergen melalui nilai AVE dengan nilai yang memenuhi syarat sebesar > 0,5 Hair et al. (2019). Tabel di bawah ini menunjukkan bahwa model penelitian telah lolos uji validitas konvergen karena keseluruhan variabel memiliki nilai AVE yang lebih besar dari 0,5.

Tabel 4
Hasil Uji Keandalan Internal dan Uji Validitas Konvergen

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>AVE</i>
BI	0,869	0,920	0,793
PE	0,777	0,855	0,597
EE	0,863	0,907	0,709
SI	0,879	0,917	0,734
FC	0,776	0,856	0,600
HB	0,845	0,896	0,683
PV	0,867	0,909	0,714
HM	0,868	0,911	0,720

Sumber: data primer diolah, 2024

Pengujian selanjutnya dalam uji model pengukuran adalah pengujian validitas diskriminan dengan metode *Fornell-Larcker Criterion* yang menghitung akar nilai rata-rata varians ekstraktif (AVE) dari tiap-tiap variabel dalam model. Apabila nilai akar AVE dari setiap struktur lebih besar dibanding nilai korelasi antar struktur, maka validitas diskriminan dianggap baik. Berdasarkan tabel di bawah ini diketahui bahwa uji validitas diskriminan dengan metode *Fornell-Larcker Criterion*

dapat diterima karena setiap akar AVE suatu variabel lebih besar dibandingkan korelasi antar strukturnya.

Tabel 5
Fornell-Larcker Criterion

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI
BI	0,891							
EE	0,563	0,842						
FC	0,581	0,717	0,775					
HB	0,693	0,485	0,542	0,827				
HM	0,762	0,636	0,597	0,718	0,848			
PE	0,589	0,655	0,609	0,604	0,669	0,772		
PV	0,603	0,560	0,550	0,575	0,607	0,480	0,845	
SI	0,520	0,376	0,449	0,520	0,497	0,433	0,476	0,857

Sumber: data primer diolah, 2024

Pengujian validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan metode HTMT. Rasio HTMT yang diterima adalah nilai yang lebih kecil dari pada 0,90, dengan demikian dapat dikatakan telah memenuhi penilaian validitas diskriminan. Hasil pengujian di bawah ini menunjukkan bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi sehingga setiap variable dalam model secara keseluruhan telah menunjukkan keberagaman.

Tabel 5
Heteroit-Monotrait Ratio

	BI	EE	FC	HB	HM	PE	PV	SI
BI								
EE	0,646							
FC	0,701	0,876						
HB	0,807	0,566	0,668					
HM	0,877	0,732	0,723	0,840				
PE	0,701	0,798	0,779	0,747	0,803			
PV	0,686	0,642	0,663	0,665	0,690	0,560		
SI	0,594	0,428	0,545	0,600	0,571	0,511	0,537	

Sumber: data primer diolah, 2024

Uji Model Struktural

Uji model struktural adalah pengujian yang menampilkan informasi mengenai koneksi yang terbentuk antara variabel independen dengan variabel dependen pada suatu penelitian. Pengujian ini terdiri dari tiga tahap pengujian, yaitu uji kolinearitas, uji nilai kekuatan penjelas (R^2), dan uji nilai kekuatan prediktif (Q^2). Pada penelitian ini, hasil uji kolinearitas memperlihatkan bahwa seluruh nilai VIF menunjukkan angka kurang dari 5. Hal ini menunjukkan tidak adanya masalah kolinearitas antar variabel sehingga pengujian model struktural berikutnya dapat dilakukan.

Tabel 6
Uji Nilai R^2

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
BI	0,655	0,647

Sumber: data primer diolah, 2024

Tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai *R-square* dalam penelitian ini sebesar 0,647, hal ini berarti termasuk pada kategori moderat menuju kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang ada pada penelitian ini dapat memberikan pengaruh terhadap niat perilaku

pengguna (BI) dalam kategori moderat menuju kuat dengan presentase 64,7%, sementara 35,3% sisanya terpengaruh oleh variabel tambahan yang tidak dilibatkan dalam model.

Selanjutnya, nilai *Q-square* perlu dilakukan untuk mengetahui seberapa baik nilai yang dihasilkan model. Model telah mempunyai *predictive relevance* yang baik pada saat Q^2 memperlihatkan nilai yang lebih dari 0. Hasil pengujian dalam penelitian menunjukkan nilai Q^2 sebesar 0,500 yang berarti nilai berada di kategori kuat. Sehingga disimpulkan bahwa model penelitian yang digunakan mempunyai tingkat *predictive relevance* yang baik.

Tabel 7
Uji Nilai Q^2

Q^2	
BI	0,500

Sumber: data primer diolah, 2024

Pengujian Hipotesis

Tabel 8
Uji Hipotesis (t-statistik)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P-Values</i>	Ket.
PE -> BI	0,023	0,023	0,053	0,428	0,334	Ditolak
EE -> BI	0,022	0,025	0,058	0,378	0,353	Ditolak
SI -> BI	0,094	0,092	0,049	1,936	0,027	Diterima
FC -> BI	0,084	0,084	0,063	1,345	0,090	Ditolak
HB -> BI	0,209	0,208	0,061	3,451	0,000	Diterima
PV -> BI	0,117	0,117	0,047	2,477	0,007	Diterima
HM -> BI	0,415	0,412	0,072	5,739	0,000	Diterima

Sumber: data primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian hipotesis penelitian yang membuktikan bahwa terdapat empat variabel yaitu pengaruh sosial, kebiasaan, nilai harga, dan motivasi hedonis mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet* karena menunjukkan nilai t-statistik yang memiliki nilai lebih dari 1,64 dan nilai *p-value* yang kurang dari 0,05. Sedangkan tiga variabel lainnya terbukti tidak berpengaruh terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet* pada Gen Z di Kota Semarang.

Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet* pada Gen Z di Kota Semarang

Berdasarkan pada perhitungan uji hipotesis, didapatkan kesimpulan bahwa hipotesis pertama ditolak, yang berarti bahwa variabel ekspektasi kinerja tidak mempunyai pengaruh terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet*. Hal ini dibuktikan dengan data nilai t-statistik < 1,64 yaitu sebesar 0,428 dengan nilai *p-value* hipotesis sebesar 0,334 (> 0,05).

Temuan ini senada dengan hasil dari penelitian yang dilakukan de Blanes Sebastián et al. (2023); Setyorini & Meiranto (2021); dan Hidayat et al. (2020); yang mengungkapkan bahwa tidak ditemukan adanya pengaruh yang terjadi di antara ekspektasi kinerja dengan niat perilaku pengguna suatu teknologi. Diketahui pula bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini pada kenyataannya merasa bahwa penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi sehari-hari tidak memengaruhi produktivitas yang signifikan bagi mereka.

Berdasarkan data penelitian, Generasi Z yang menggunakan *e-wallet* di Kota Semarang merasa bahwa ekeftivitas dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan *e-wallet* adalah sebanding atau bahkan lebih rendah daripada menggunakan uang tunai. Di sisi lain, masyarakat akan berniat untuk menggunakan teknologi yang dianggap bermanfaat dan dapat membantu mereka meningkatkan produktivitasnya (Hammouri et al., 2023). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Gen Z

di Kota Semarang tidak menempatkan efisiensi transaksi dengan *e-wallet* sebagai prioritas untuk meningkatkan produktivitas mereka.

Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet* pada Gen Z di Kota Semarang

Pengujian yang telah dilakukan memberikan hasil bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini ditolak, artinya variabel ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet*. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian yang menunjukkan nilai *t*-statistik sebesar 0,378 ($< 1,64$) dan diperoleh pula nilai *p-value* sebesar 0,353 ($> 0,05$). Hasil temuan ini senada dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan, seperti penelitian Hammouri et al. (2023); Haryanto et al. (2023); dan Audriyani & Meiranto (2023).

Berdasarkan data penelitian, diketahui bahwa sebagian besar responden yang mengisi kuesioner penelitian ini merasa kesulitan untuk menguasai penggunaan layanan *e-wallet*. Hal ini dapat terjadi karena aplikasi *e-wallet* sering kali menghadirkan pembaharuan sistem yang membebankan penggunanya untuk selalu mengikuti perubahan tersebut, seperti terus mempelajari fitur baru dan menyesuaikan kebiasaan mereka. Selain itu, pemanfaatan layanan *e-wallet* juga mengharuskan pengguna memiliki akses yang terhubung ke internet secara stabil serta perangkat yang mendukung aplikasi *e-wallet*.

Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet* pada Gen Z di Kota Semarang

Hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima, artinya pengaruh sosial mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet*. Hal ini terbukti dengan nilai *t*-statistik yang lebih 1,64 yaitu sebesar 1,936. Sementara itu, hubungan positif antar variabel dibuktikan dari nilai *path coefficient* yang menghasilkan angka yang positif yaitu 0,094 dengan nilai *p-value* sebesar 0,027 ($< 0,05$) yang menjelaskan signifikansi hubungan kedua variabel. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti di masa lalu, seperti Hammouri et al. (2023); Haryanto et al. (2023); dan Al-Saedi et al. (2020).

Hasil yang diperoleh dari pengolahan data menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan *e-wallet* karena tren di lingkungan sosialnya yang terkait dengan penggunaan *e-wallet*. Selain itu, responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, di mana perempuan lebih sering terlibat dalam komunitas dan grup sosial yang kuat, Dukungan dan dorongan dari komunitas ini dapat meningkatkan keyakinan mereka untuk mencoba dan terus menggunakan *e-wallet*. Sehingga kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa Gen Z di Kota Semarang yang menggunakan *e-wallet* sebagai alat transaksi sehari-hari mendapatkan banyak pengaruh sosial positif dari orang-orang di lingkungannya yang kemudian berdampak pada niat dalam mengadopsi *e-wallet* dalam transaksi sehari-hari.

Pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet* pada Gen Z di Kota Semarang

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi tidak mempunyai dampak terhadap niat perilaku gen Z yang menggunakan *e-wallet* di Kota Semarang. Hasil ini dibuktikan dari pengujian *t*-statistik yang menunjukkan nilai sebesar 1,345 yang berarti berada di bawah nilai 1,64 dan didapatkan nilai *p-value* sebesar 0,090 yang menunjukkan nilai di atas 0,05. Temuan ini senada dengan penelitian Hammouri et al. (2023); Nikolopoulou et al. (2021); dan Raihan & Rachmawati (2019).

Fasilitas fisik berupa QRIS yang dapat *discan* oleh pengguna *e-wallet* untuk melakukan transaksi pembayaran sudah banyak tersebar dan tersedia di berbagai *merchant* di Kota Semarang. Namun, data yang terkumpul dari responden mengatakan bahwa sistem teknologi yang dikeluarkan *e-wallet* belum sepenuhnya mendukung untuk melakukan transaksi secara penuh. Salah satu penyebabnya adalah layanan *e-wallet* yang tidak tersedia setiap waktu karena adanya pembatasan waktu operasional di malam hari yang sering kali terjadi dan mengganggu pengguna yang ingin melakukan transaksi.

Pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet* pada Gen Z di Kota Semarang

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa ditemukan adanya hubungan positif signifikan antara variabel kebiasaan dengan niat perilaku pengguna. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis lima penelitian ini diterima. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan uji t-statistik yang menampilkan nilai sebesar 3,451 yang berarti berada di atas syarat $> 1,64$. Lebih lanjut lagi, hubungan positif antara kedua variabel dapat dilihat dari perolehan nilai *path coefficient* yang positif yaitu sebesar 0,209 dan signifikansi hubungan yang diperjelas dengan nilai *p-value* yaitu sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil temuan ini senada dengan beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya Nandru et al. (2023); Manrai et al. (2021); Gupta & Arora (2020); dan Raihan & Rachmawati (2019).

Secara umum, gen Z di Kota Semarang telah lazim dan terbiasa dengan penggunaan teknologi pada *smartphone* mereka, hal ini mendorong mereka untuk mahir dalam penggunaan berbagai teknologi dan aplikasi, seperti penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga kesimpulan yang bisa ditarik yaitu kebiasaan yang terbentuk dari aktivitas masa lalu yang berulang di masa sekarang oleh pengguna akan turut memengaruhi munculnya niat perilaku untuk menggunakan *e-wallet* di Kota Semarang.

Pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet* pada Gen Z di Kota Semarang

Berdasar pada nilai hasil uji hipotesis yang telah dilaksanakan, ditemukan kesimpulan bahwa hipotesis enam pada penelitian ini dinyatakan diterima, dimana ini berarti variabel nilai harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet*. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan t-statistik yaitu sebesar 2,477 ($> 1,64$). Selanjutnya, hubungan antara kedua variabel diperjelas dengan nilai *path coefficient* yang menunjukkan angka positif yaitu sebesar 0,117 dimana terdapat signifikansi hubungan yang didasarkan pada nilai *p-value* yaitu sebesar 0,007 ($< 0,05$). Temuan ini senada dengan hasil penelitian Hammouri et al. (2023); Chresentia & Suharto (2020); dan Hidayat et al. (2020).

Nilai harga memiliki peran dalam memberikan pengaruh pada seseorang untuk dapat memanfaatkan suatu sistem seperti *e-wallet*. Biaya transaksi, insentif, dan promo yang ditawarkan oleh penyedia *e-wallet* dapat memengaruhi persepsi pengguna, khususnya responden perempuan yang mendominasi dalam kuesioner penelitian ini untuk terus menggunakan layanan tersebut karena memberikan nilai tambah dalam bentuk penghematan biaya. Merujuk pada informasi yang diperoleh dari responden, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Gen Z di Kota Semarang berpikir bahwa biaya yang mereka keluarkan untuk menggunakan *e-wallet* sudah sebanding dengan kemudahan, keamanan, dan manfaat yang mereka terima sehingga timbul kecenderungan untuk meningkatkan penggunaan *e-wallet* di masa depan.

Pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Perilaku Pengguna *E-Wallet* pada Gen Z di Kota Semarang

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis terakhir pada penelitian ini diterima, dimana ini berarti variabel motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet*. Hal ini diperjelas dari hasil perhitungan t-statistik senilai 5,739 ($> 1,64$). Lebih lanjut lagi, hubungan positif antara variabel motivasi hedonis dengan variabel niat perilaku dibuktikan dengan nilai *path coefficient* yang menunjukkan angka positif senilai 0,415. Sementara itu, signifikansi hubungan antar kedua variabel dapat dijelaskan dengan melihat nilai *p-value* yaitu sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini senada dengan temuan beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, seperti Sabarkhah (2018); Samsudeen et al. (2022); dan Audriyani & Meiranto (2023).

Berdasar pada data yang dikumpulkan dari responden, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini yang secara keseluruhan didominasi oleh perempuan merasa senang dan nyaman ketika melakukan transaksi menggunakan *e-wallet*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna cenderung merasakan kepuasan dari eksplorasi dan penemuan teknologi serta fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh *e-wallet* sehingga tercipta pengalaman baru bagi mereka. Oleh karena itu, banyak masyarakat di Kota Semarang, khususnya gen Z yang bersedia menggunakan *e-wallet* sebagai alat transaksi sehari-hari.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kebiasaan, pengaruh sosial, motivasi hedonis, serta nilai harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet*. Motivasi hedonis, secara khusus, menjadi faktor yang paling berpengaruh di antara faktor-faktor lain dalam kerangka kerja UTAUT 2. Sementara ketiga variabel lainnya ditemukan tidak berpengaruh terhadap niat perilaku pengguna *e-wallet*. Artinya, pengguna *e-wallet* dalam penelitian ini lebih cenderung memanfaatkan *e-wallet* karena kebiasaan, mengikuti tren, serta kesenangan yang mereka rasakan, daripada alasan seperti peningkatan produktivitas, kemudahan sistem, atau fasilitas yang tersedia.

Selama melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa keterbatasan, seperti adanya responden yang mengisi kuesioner secara asal dan kurang bersungguh-sungguh karena pengisian kuesioner yang tidak didampingi secara langsung. Selain itu, ditemukan pula beberapa responden yang mengisi kuesioner lewat dari batas yang telah ditentukan. Hal ini disebabkan karena kesulitan yang dialami saat pengisian kuesioner. Berdasar pada keterbatasan yang peneliti alami, maka penelitian di masa depan perlu untuk menyajikan pertanyaan dan pernyataan kuesioner secara lebih rinci sehingga dapat memudahkan responden dalam memahami maksud pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dan jika memungkinkan, melakukan pendampingan untuk responden saat mengisi kuesioner. Selanjutnya, penelitian di masa depan dapat melakukan uji *non-response bias* untuk menganalisa apakah ditemukan adanya variasi atribut antara jawaban yang terkumpul sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan, dengan jawaban yang diperoleh setelah tenggat waktu yang telah ditetapkan sebelumnya.

REFERENSI

- Alkhwaldi, A. F., Al-Qudah, A. A., Al-Hattami, H. M., Al-Okaily, M., Al-Adwan, A. S., & Abu-Salih, B. (2023). Uncertainty Avoidance and Acceptance of The Digital Payment Systems: A Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Approach. *Global Knowledge, Memory and Communication*. <https://doi.org/10.1108/GKMC-07-2022-0161>
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). Developing a General Extended UTAUT Model for M-Payment Adoption. *Technology in Society*, 62. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Audriyani, F., & Meiranto, W. (2023). Penerapan Model UTAUT 2 Terhadap Niat Penggunaan Electronic Payment ShopeePay di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(3), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Azman Ong, M. H., Yusri, M. Y., & Ibrahim, N. S. (2023). Use and Behavioral Intention Using Digital Payment Systems Among Rural Residents: Extending the UTAUT-2 Model. *Technology in Society*, 74. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102305>
- Chresentia, S., & Suharto, Y. (2020). Assessing Consumer Adoption Model on E-Wallet: An Extended UTAUT 2 Approach. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 4(06). www.ijebmr.com
- de Blanes Sebastián, M. G., Antonovica, A., & Sarmiento Guede, J. R. (2023). What Are The Leading Factors for Using Spanish peer-to-peer Mobile Payment Platform Bizum? The Applied Analysis of The UTAUT2 Model. *Technological Forecasting and Social Change*, 187. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122235>
- Dehghan, F., & Haghighi, A. (2015). E-money Regulation for Consumer Protection. In *International Journal of Law and Management* (Vol. 57, Issue 6, pp. 610–620). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-06-2014-0042>

- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-Banking Adoption: Empirical Evidence from The Banking Sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 36(7), 1386–1413. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2017-0215>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. (Edisi 2). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating Consumer Intention to Accept Mobile Payment Systems Through Unified theory of Acceptance Model: An Indian Perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New York: Pearson.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hammouri, Q., Aloqool, A., Saleh, B. A., Aldossary, H., Al Frejat, S. Y., Halim, M., Almajali, D. A., Al-Gasawneh, J. A., & Darawsheh, S. D. R. (2023). An Empirical Investigation on Acceptance of E-wallets in The FIntech Era in Jordan: Extending UTAUT2 Model with Perceived Trust. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1249–1258. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.4.013>
- Haryanto, R., Bakri, A. A., Samosir, H. E. S., Idris, D. L., Fauzan, T. R., & Agustina, W. (2023). Digital Literacy and Determinants of Online Zakat Payments Lessons from Indonesia Experience with UTAUT. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(4). <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i4.575>
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi* |, 9(3).
- Hoang, T. H., Duong, T. H. N., & Pham, H. T. (2021). An Empirical Analysis of Factors Affecting the Intention of using Digital Wallets in Vietnam. *Journal of International Economics and Management*, 21(1), 86–107. <https://doi.org/10.38203/jiem.021.1.0024>
- Hunton, J. E. (2002). Blending Information and Communication Technology with Accounting Research. *American Accounting Association*, 16(1), 55–67.
- Le, X. C. (2022). The Diffusion of Mobile QR-Code Payment: An Empirical Evaluation for a Pandemic. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 14(4), 617–636. <https://doi.org/10.1108/APJBA-07-2021-0329>
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). *How Habit Limits the Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance* (Vol. 31, Issue 4).
- Manrai, R., Goel, U., & Yadav, P. D. (2021). Factors Affecting Adoption of Digital Payments by Semi-Rural Indian Women: Extension of UTAUT-2 with Self-Determination Theory and Perceived Credibility. *Aslib Journal of Information Management*, 73(6), 814–838. <https://doi.org/10.1108/AJIM-12-2020-0396>

- Meiranto, W. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Teknologi Pembayaran Elektronik Bergerak dengan Menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus pada Teknologi M-Dinar Payment System). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 1, 50–60.
- Nandru, P., Chendragiri, M., & S.A, S. (2023). Factors Affecting the Adoption of Mobile Payment Services During the COVID-19 Pandemic: An Application of Extended UTAUT2 Model. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2023-0044>
- Nikolopoulou, K., Gialamas, V., & Lavidas, K. (2021). Habit, Hedonic motivation, Performance Expectancy, and Technological Pedagogical Knowledge Affect Teachers' Intention to Use Mobile Internet. *Computers and Education Open*, 2, 100041. <https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100041>
- Raihan, T., & Rachmawati, I. (2019). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Wallet Adoption Using UTAUT 2 Model (A Case Study of DANA In Indonesia). *E-Proceeding of Management*, 6(2).
- Risma Dwindia Putri, N. K., & Sadha Suardikha, I. M. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i02.p20>
- Sabarkhah, D. R. (2018). *Pengukuran Tingkat Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Uang Elektronik di Tangerang Selatan dengan Menggunakan Model UTAUT 2*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Samsudeen, S. N., Selvaratnam, G., & Hayathu Mohamed, A. H. (2022). Intention to Use Mobile Banking Services: An Islamic Banking Customers' Perspective from Sri Lanka. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 410–433. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0108>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed., Vol. 1 dan 2). Salemba Empat.
- 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>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Consumer Adoption of Mobile Payment Services During COVID-19: Extending Meta-UTAUT with Perceived Severity and Self-Efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 960–991. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0262>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. In *Quarterly* (Vol. 27, Issue 3).
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. In *Source: MIS Quarterly* (Vol. 36, Issue 1).
- Wulandari, C. S. (2023, March 31). *Dompot Digital Naik Daun, Membetot Niat Kala Pandemi*. BI Institute.