



## Menguji Niat Konsumen untuk Menggunakan E-Wallet Go-Pay dengan UTAUT Model

Moh. Rosikha Anwar<sup>1</sup>, Sulis Riptiono<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Putra Bangsa

anwarsstar8@gmail.com

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Received: September 23<sup>rd</sup> 2023

Accepted: October 9<sup>th</sup> 2023

Published: October 23<sup>rd</sup> 2023

#### Keywords:

UTAUT, E-Wallet, Gopay, Kebumen

### ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition* dan *attitude* sebagai variabel mediasi pada *behavioural intention*. Responden pada penelitian ini adalah pengguna e-wallet gopay di Kebumen berjumlah 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistika dengan bantuan program SPSS 25. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas dan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *facilitating condition* berpengaruh terhadap *attitude* semetara *effort expectancy* dan *social influence* tidak berpengaruh terhadap *attitude*, dan *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *attitude* berpengaruh terhadap *behavioural intention*, *attitude* berperan sebagai full mediasi pada hubungan *performance expectancy* dengan *behavioural intention*, dan berperan sebagai *part mediasi* pada hubungan *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* pada pengguna e-wallet Gopay di Kebumen.

### Pendahuluan

Pengguna internet di Indonesia semakin meningkat di setiap tahunnya seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang mengalami kemajuan dengan kecepatan yang tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 210,03 juta jiwa dari total 275,77 juta jiwa populasi penduduk di Indonesia. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%. Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat merubah pola gaya hidup masyarakat menjadi semakin bergantung pada kehadiran teknologi informasi yang mempermudah segalanya menjadi lebih efektif, efisien, dan dinilai lebih ekonomis dibanding dengan gaya hidup sebelum adanya teknologi informasi (Suwandi & Elvira dalam Indah & Agustin, 2022).

**Tabel 1. Hasil Observasi pada E-wallet Go-Pay di Kebumen**

No	Variabel	Jumlah Jawaban Responden	Prosentase
1.	<i>Performance expectancy</i>	9 Responden	26%
2.	<i>Effort expectancy</i>	5 Responden	18%
3.	<i>Social influence</i>	5 Responden	18%
4.	<i>Facilitating condition</i>	6 Responden	20%
5.	<i>Attitude</i>	5 Responden	18%
Jumlah		30 Responden	100%

Sumber : E-wallet Go-Pay tahun 2022

Berdasarkan observasi diatas, memunculkan beberapa fenomena yang mempengaruhi tingkat Niat Menggunakan atau *behavior intention* pada e-wallet Go-Pay salah satunya yaitu dari fenomena *Performance expectancy*. Harapan kinerja (*Performance expectancy*) yaitu tingkat kepercayaan seorang individu bahwa menggunakan sistem dapat membantu dan memberikan keuntungan dalam melakukan pekerjaan. Seseorang akan menggunakan suatu sistem jika sistem tersebut mampu memberikan keuntungan dalam pembayaran yang mereka lakukan sehingga dapat menimbulkan niat untuk menggunakan sistem atau teknologi tersebut. harapan usaha. (Venkatesh.2012). Hal ini dapat diartikan sebagai tingkat dimana masyarakat meyakini bahwa menggunakan Go-Pay akan memberikan keuntungan seperti dalam hal kecepatan, keamanan, dan kenyamanan sehingga seseorang akan merasakan transaksi pembayaran menjadi lebih efektif, efisien dan ekonomis dibanding dengan pembayaran tunai. Keuntungan tersebut dapat menimbulkan niat seseorang untuk menggunakan Go-Pay sebagai layanan mobile payment.

UTAUT telah banyak digunakan dalam literatur di atas tahun 2010 baik di dalam maupun luar negeri guna memahami penerimaan terhadap produk sistem informasi yang tidak wajib (*Voluntary*). Penelitian dari dalam negeri beberapa diantaranya yaitu digunakan oleh Bendi & Sri (2013) dalam penelitiannya untuk memahami perilaku pengguna sistem informasi akademik di Sekolah Tinggi Teknik Musi, Palembang menyatakan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, dan memfasilitasi kondisi berpengaruh terhadap niat menggunakan, sedangkan pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan. Penulis mencoba mengkaitkan fenomena mengapa masyarakat Indonesia sangat antusias menggunakan layanan *mobile payment* khususnya Go-Pay dengan menggunakan UTAUT karena berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan penulis, riset yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu belum ada yang menggunakan UTAUT untuk memahami penerimaan masyarakat terhadap penggunaan *mobile payment* di Indonesia. Venkatesh, (2003) dalam penelitiannya menyatakan bahwa model UTAUT terbukti berhasil hingga 70% varian dalam menentukan niat berperilaku pengguna teknologi informasi dibandingkan teori lainnya sehingga peneliti yakin UTAUT mampu membantu peneliti untuk memahami niat menggunakan Go-Pay di Kota Kebumen.

## Kajian Teori dan Telaah Literatur

### *Behavioral Intention*

*Behavioral intention* adalah sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi informasi dalam pekerjaannya (Venkatesh,2003). Beberapa indikator *behavioral intention* :

1. *intend to use in the future* (keinginan untuk menggunakan di masa mendatang)
2. *use on a regular basis* (menggunakan secara intensif)
3. *recommend others to use* (mengajak teman lain untuk menggunakan)

### **Performance Expectancy**

*Performance expectancy* merupakan kepercayaan seseorang bahwa apabila dia menggunakan teknologi maka akan meningkatkan kinerja di pekerjaannya (Venkatesh,2003). Terdapat 5 indikator didalam *performance expectancy* yaitu :

1. *Perceived usefulness*
2. *Extrinsic Motivation*
3. *Job-fit*
4. *Relative Advantage*
5. *Outcome Expectation*

### **Effort Expectancy**

*Effort expectancy* atau ekspektasi usaha yang merupakan penggunaan teknologi atas dasar kemudahan (Venkatesh,2003). Indikator dalam *effort expectancy* yaitu :

1. *Perceived Ease of Use*
2. *Complexity*
3. *Ease of Use*

### **Social Influence**

*Social influence* atau pengaruh sosial merupakan penggunaan teknologi atas dasar dukungan atau adanya pengaruh dari luar diri individu lain (Venkatesh,2003). Adapun indikator dari *social influence* yaitu :

1. *Subyektive Norm*
2. *Social Factors*
3. *Image*

### **Facilitating Condition**

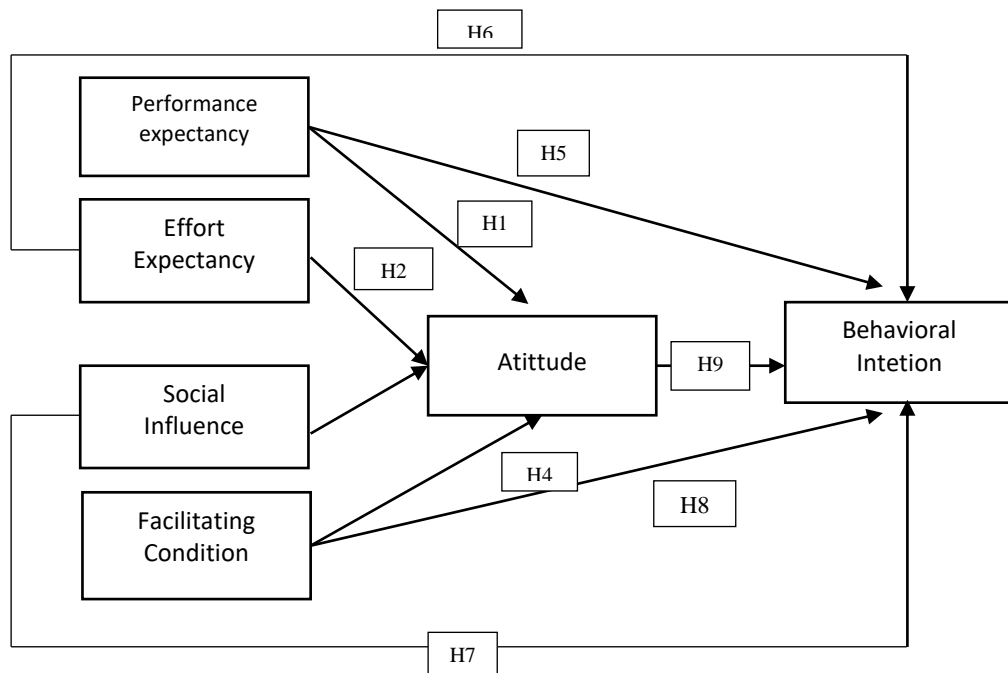
*Facilitating condition* diartikan sebagai persepsi seseorang terhadap infrastruktur, sumber daya, dan teknis untuk penggunaan teknologi (Venkatesh, 2012). indikator dari *facilitating condition* yaitu :

1. *Perceived Behavioral Control*
2. *Facilitating conditions*
3. *Compability*

### **Attitude**

*Attitude* (Sikap) adalah evaluasi dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten untuk bereaksi atau berespon terhadap suatu objek sikap. Terdapat 2 indikator *attitude* dalam teori *planned behavior* (Ajzen, 2006) yaitu :

1. *behavioral belief*
2. *evaluation outcome*



Gambar 1. Model Penelitian

- H1 Diduga Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *performance expectancy* dengan *attitude* pada konsumen pengguna aplikasi *e-wallet go-pay* di Kebumen
- H2 Diduga Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *effort expectancy* dengan *attitude* pada konsumen pengguna aplikasi *e-wallet go-pay* di Kebumen
- H3 Diduga Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *social influence* dengan *attitude* pada konsumen pengguna aplikasi *e-wallet go-pay* di Kebumen
- H4 Diduga Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *facilitating condition* dengan *attitude* pada konsumen pengguna aplikasi *e-wallet go-pay* di Kebumen
- H5 Diduga Terdapat pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* pada konsumen pengguna aplikasi *e-wallet go-pay* di Kebumen
- H6 Diduga Terdapat pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* pada konsumen pengguna aplikasi *e-wallet go-pay* di Kebumen
- H7 Diduga Terdapat pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* pada konsumen pengguna aplikasi *e-wallet go-pay* di Kebumen
- H8 Diduga Terdapat pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention* pada konsumen pengguna aplikasi *e-wallet go-pay* di Kebumen

H9 Diduga Terdapat pengaruh *attitude* terhadap *behavioral intention* pada konsumen pengguna aplikasi *e-wallet go-pay* di Kebumen

### Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna pengguna *e-wallet go-pay* yang intensif di Kabupaten Kebumen. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *e-wallet go-pay* yang di Kabupaten Kebumen dengan jumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota dari populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun karakteristik pada responden yang terpilih sebagai berikut :

1. Usia responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen dengan usia diatas 18 tahun.
2. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang menggunakan *e-wallet go-pay*.

### Hasil dan Pembahasan

#### Uji Validitas

Menurut Sugiyono dan Setiyawami (2022:627) validitas adalah derajat ketetapan antara data sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti

**Tabel 2. Uji Validitas Variabel *Performance Expectancy***

Variabel	Butir	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Signifikansi	Ket
<i>Performance Expectancy</i>	1	0,710	0,196	0,000	Valid
	2	0,818	0,196	0,000	Valid
	3	0,774	0,196	0,000	Valid
	4	0,822	0,196	0,000	Valid
	5	0,838	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 2 diketahui bahwa semua instrumen *performance expectancy* menunjukkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,196). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel *performance expectancy* dinyatakan valid.

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel *Effort Expectancy***

Variabel	Butir	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Signifikansi	Ket
<i>Effort Expectancy</i>	1	0,252	0,196	0,000	Valid
	2	0,309	0,196	0,000	Valid
	3	0,312	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 3 diketahui bahwa semua instrumen *effort expectancy* menunjukkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,196). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel *effort expectancy* dinyatakan valid.

**Tabel 4. Uji Validitas Variabel *Social Influence***

Variabel	Butir	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Signifikansi	Ket
<i>Social Influence</i>	1	0,847	0,196	0,000	Valid
	2	0,897	0,196	0,000	Valid
	3	0,821	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 4 di atas, semua instrumen *social influence* menunjukkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,196). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel *social influence* dinyatakan valid.

**Tabel 5. Uji Validitas Variabel *Facilitating Condition***

Variabel	Butir	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Signifikansi	Ket
<i>Brand Trust</i>	1	0,690	0,196	0,000	Valid
	2	0,845	0,196	0,000	Valid
	3	0,777	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 5 di atas, semua instrumen *facilitating condition* menunjukkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,196). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel *facilitating condition* dinyatakan valid.

**Tabel 6. Uji Validitas Variabel *Attitude***

Variabel	Butir	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Signifikansi	Ket
<i>Attitude</i>	1	0,910	0,196	0,000	Valid
	2	0,867	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 6 di atas, semua instrumen *attitude* menunjukkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,196). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel *attitude* dinyatakan valid.

**Tabel 7. Uji Validitas Variabel *Behavioral Intention***

Variabel	Butir	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Signifikansi	Ket
<i>Behavioral Intention</i>	1	0,867	0,196	0,000	Valid
	2	0,878	0,196	0,000	Valid
	3	0,829	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 7 di atas, semua instrumen *behavioral intention* menunjukkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,196). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel *behavioral intention* dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Suatu indikator dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas diukur menggunakan rumus koefisien alpha cronbach (Sugiyono 2010) yaitu jika  $\alpha \text{ cronbach} > 0,60$  atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliabel dan jika  $\alpha \text{ cronbach} < 0,60$  atau 60%, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

**Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	R <sub>kritis</sub>	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	0,60	0,850	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	0,60	0,721	Reliabel
<i>Social Influence</i>	0,60	0,816	Reliabel
<i>Facilitating Condition</i>	0,60	0,661	Reliabel
<i>Attitude</i>	0,60	0,729	Reliabel
<i>Behavioral Intention</i>	0,60	0,825	Reliabel

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa instrumen-instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* >  $r_{kritis}$  (0,60). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian dinyatakan reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

**Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural 1**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Performance Expectancy	.084	11.857
Effort Expectancy	.102	9.831
Social Influence	.881	1.135
Facilitating Condition	.459	2.177

Sumber: data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel 9 dapat dilihat pada kolom *collinearity statistics* yang menunjukkan nilai *tolerance* dari variabel bebas *performance expectancy* lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, sementara variabel *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* tidak lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF tidak lebih besar dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi substruktural 1 dalam penelitian ini pada variabel x1 terjadi multikolinieritas dan untuk variabel x2, x3, dan x4 tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural 2**

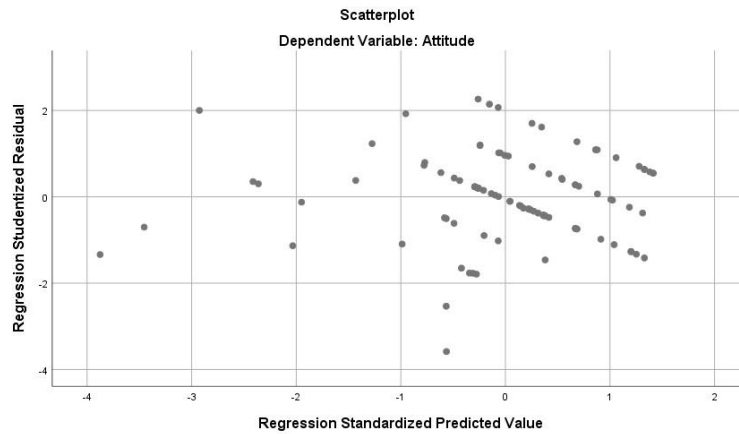
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Performance Expectancy	.078	12.814
Effort Expectancy	.101	9.896
Social Influence	.880	1.136
Facilitating Condition	.439	2.279
Attitude	.495	2.022

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel 12 dapat dilihat pada kolom *collinearity statistics* yang menunjukkan nilai *tolerance* dari variabel bebas *performance expectancy* lebih kecil dari 0,10 dan nilai VIF lebih besar dari 10, sementara variabel *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *attitude* tidak lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF tidak lebih besar dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi substruktural 2 dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heterokedastisitas

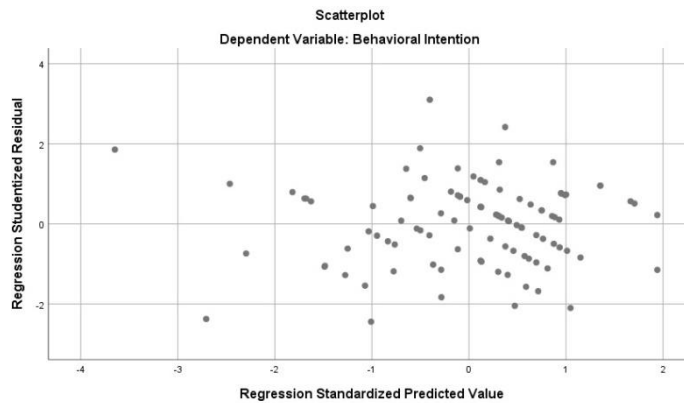
Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Adapun hasil analisisnya dapat dilihat pada gambar berikut :



Sumber: Data primer diolah (2022)

**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas Substruktur 1**

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 2 di atas, menunjukkan bahwa *plot* dalam *scatterplot* menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *regression studentized residual*, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi substruktur 1 dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



Sumber: Data primer diolah pada tahun 2022

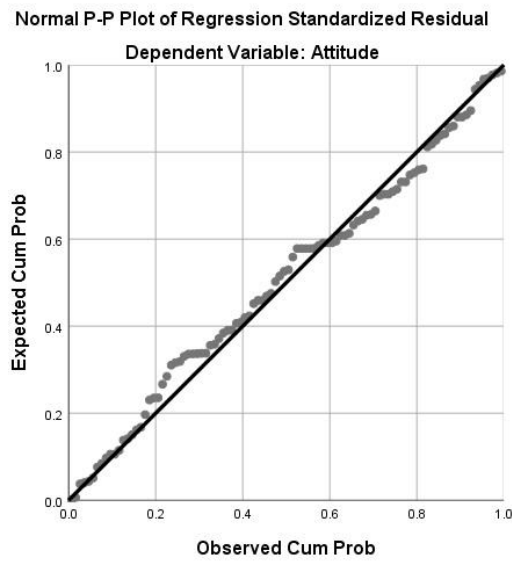
**Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas Substruktur 2**

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 3 di atas, menunjukkan bahwa *plot* dalam *scatterplot* menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu *regression studentized residual*, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi substruktur 2 dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

Menurut Gozhali (2018:161), menyatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual suatu data yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.

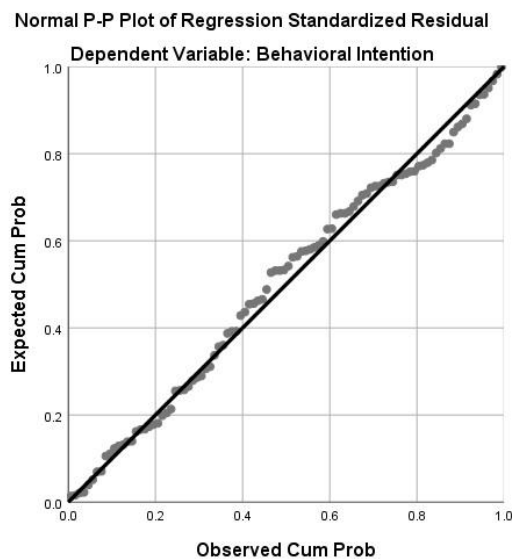




Sumber: Data primer diolah (2022)

**Gambar 4. Uji Normalitas Substruktural 1**

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 4 di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hasil tersebut menunjukkan nilai residual terstandarisasi terdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi substruktural 1 dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Data primer diolah (2022)

**Gambar 5. Uji Normalitas Substruktural 2**

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 5 di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hasil tersebut menunjukkan nilai residual terstandarisasi terdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi substruktural 2 dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

**Uji Hipotesis**  
**Uji t**

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji t atau t-test digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen

**Tabel 13. Hasil Uji Parsial (Uji t) substruktural 1**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.149	.770		1.492	.139
Performance Expectancy	.301	.109	.688	2.769	.007
Effort Expectancy	.125	.159	.179	.789	.432
Social influence	.017	.047	.027	.353	.725
Facilitating Condition	.161	.076	.225	2.110	.037

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 13 di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh *performance expectancy* terhadap *attitude*.  
Hasil uji t pada tabel IV-13 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,769 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *attitude* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_1$ ) diterima.
- b. Pengaruh *effort expectancy* terhadap *attitude*.  
Hasil uji t pada tabel IV-13 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar .789 <  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,432 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *attitude* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_2$ ) ditolak.
- c. Pengaruh *social influence* terhadap *attitude*.  
Hasil uji t pada tabel IV-13 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar .353 <  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,725 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *attitude* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_3$ ) ditolak.
- d. Pengaruh *facilitating condition* terhadap *attitude*.  
Hasil uji t pada tabel IV-13 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.110 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,37 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *facilitating condition* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *attitude* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_4$ ) diterima.

**Tabel 14. Hasil Uji Parsial (Uji t) substruktural 2**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.870	1.165		1.605	.112
Performance Expectancy	.384	.169	.526	2.271	.025
Effort Expectancy	.635	.238	.543	2.669	.009
Social Influence	.214	.071	.208	3.019	.003
Facilitating Condition	.530	.116	.445	4.556	.000
Attitude	.548	.153	.328	3.572	.001

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 14 , maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*.  
Hasil uji t pada tabel IV-14 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,271 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,025 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap terhadap variabel *behavioral intention* atau dapat diartikan hipotesis ( $H_5$ ) diterima.
- b. Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*..  
Hasil uji t pada tabel IV-14 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,669 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,009 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* atau dapat diartikan hipotesis ( $H_6$ ) diterima.
- c. Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention*.  
Hasil uji t pada tabel IV-14 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,019 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,003 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_7$ ) diterima.
- d. Pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention*..  
Hasil uji t pada tabel IV-14 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4.556 <  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *facilitating condition* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_8$ ) diterima.
- e. Pengaruh *attitude* terhadap *behavioral intention*..  
Hasil uji t pada tabel IV-14 menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.572 <  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_9$ ) diterima.

### Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,711 <sup>a</sup>	0,505	0,485	1.004

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 15 di atas, menunjukkan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* substruktural 1 sebesar 0,485. Artinya sebesar 48,5% variabel *attitude* dapat dijelaskan oleh variabel *performance expectancy*, variabel *effort expectancy*, variabel *social influence*, dan variabel *facilitating condition*. Sebesar 51,5% (100% - 48,5%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

**Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi Substruktural 2**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,779 <sup>a</sup>	0,607	0,586	1.501

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel IV-17 di atas, menunjukkan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* substruktural 2 sebesar 0,586. Artinya sebesar 58,6% variabel *behavioral intention* dapat dijelaskan oleh variabel *performance expectancy*, variabel *effort expectancy*, variabel *social influence*, variabel *facilitating condition*, dan variabel *attitude*. Sebesar 41,4% (100% - 58,6%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

### Analisis Korelasi

Analisis korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan kekuatan atau derajat hubungan *linear* antar variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel *performance expectancy*, variabel *effort expectancy*, variabel *social influence*, variabel *facilitating condition*. Berikut hasil uji korelasi dalam penelitian ini:

**Tabel 17. Hasil Uji Analisis Korelasi**

		PE	EE	SI	FC
Performance Expectancy	Pearson Correlation	1	.946**	.273**	.714**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000
	N	100	100	100	100
Effort Expectancy	Pearson Correlation	.946**	1	.230*	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.000
	N	100	100	100	100
Social Influence	Pearson Correlation	.273**	.230*	1	.336**
	Sig. (2-tailed)	.006	.021		.001
	N	100	100	100	100
Facilitating Condition	Pearson Correlation	.714**	.640**	.336**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel I7 di atas, hubungan variabel *brand liking* dengan variabel *brand reputation* memiliki nilai sebesar 0,708 > 0,25 dan variabel *brand liking* dengan *brand experience* memiliki nilai sebesar 0,692 > 0,25 jadi dapat disimpulkan hubungan antara dua variabel independen dalam penelitian ini memiliki korelasi cukup kuat.

### Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan suatu metode penelitian yang utamanya digunakan untuk menguji kekuatan dari hubungan langsung dan tidak langsung di antara berbagai variabel.

### Koefisien Jalur

Koefisien jalur menunjukkan kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien jalur dapat dihitung dengan persamaan struktural yang terdiri dari dua persamaan, dimana X1 dan X2 adalah variabel eksogen, Y1 dan Y2 adalah variabel endogen.

**Tabel 18. Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 1**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,711 <sup>a</sup>	0,505	0,485	1.004

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 18, persamaan regresi dapat dibuat dari hasil output *coefficients* pada kolom *standardized coefficients beta*. Berikut persamaan regresi substruktural 1:

$$\epsilon_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,505} = 0,744$$

$$Y_1 = 0,688 X_1 + 0,179 X_2 + 0,027 X_3 + 0,225 X_4 + 0,744$$

**Tabel 19. Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 2**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,779 <sup>a</sup>	0,607	0,586	1.501

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 19, persamaan regresi dapat dibuat dari hasil output *coefficients* pada kolom *standardized coefficients beta*. Berikut persamaan regresi substruktural 2:

$$\epsilon_2 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,607} = 0,368$$

$$Y_2 = 0,526 X_1 + 0,543 X_2 + 0,208 X_3 + 0,445 X_4 + 0,328 Y_1 + 0,368$$

### Uji Sobel

Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) melalui variabel mediasi (M) (Ghozali, 2003). Uji sobel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kalkulator sobel test yang diakses melalui <http://quantpsy.org/sobel/sobel.html>

### Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* melalui *attitude*.

**Tabel 20. Hasil Uji Sobel 1**

Test Statistic	Standar Error	P-Value
2.18694106	0.07542407	0.02874683

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 20, menunjukkan test statistic > t<sub>tabel</sub> yaitu 2,186 > 1,984 dan p value < α yaitu 0,002 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *attitude* dapat memediasi antara variabel *performance expectancy* dengan variabel *behavioral intention*.

### Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* melalui *attitude*.

**Tabel 21. Hasil Uji Sobel 2**

Test Statistic	Standar Error	P-Value
0.76788361	0.08920623	0.44255634

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 21, menunjukkan test statistic < t<sub>tabel</sub> yaitu 0,767 < 1,984 dan p-value > α yaitu 0,442 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa *attitude* tidak dapat memediasi antara variabel *effort expectancy* dengan variabel *behavioral intention*, tetapi *attitude* berperan sebagai part mediasi karena *effort expectancy* mampu mempengaruhi *behavioral intention* secara signifikan tanpa melalui *attitude*.

**Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* melalui *attitude*.**

**Tabel 22. Hasil Uji Sobel 3**

Test Statistic	Standar Error	P-Value
0.35987176	0.025887	0.71894304

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 22, menunjukkan test statistic <  $t_{\text{tabel}}$  yaitu  $0,359 < 1,984$  dan p-value <  $\alpha$  yaitu  $0,025 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *attitude* tidak dapat memediasi antara variabel *social influence* dengan variabel *behavioral intention*, tetapi *attitude* berperan sebagai part mediasi karena *social influence* mampu mempengaruhi *behavioral intention* secara signifikan tanpa melalui *attitude*.

**Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* melalui *attitude*.**

**Tabel 23. Hasil Uji Sobel 3**

Test Statistic	Standar Error	P-Value
1.8233672	0.0483874	0.06824779

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 23, menunjukkan test statistic <  $t_{\text{tabel}}$  yaitu  $1,823 < 1,984$  dan p-value <  $\alpha$  yaitu  $0,048 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *attitude* tidak dapat memediasi antara variabel *facilitating condition* dengan variabel *behavioral intention*, tetapi *attitude* berperan sebagai part mediasi karena *facilitating condition* mampu mempengaruhi *behavioral intention* secara signifikan tanpa melalui *attitude*.

**Pembahasan**

**Pengaruh *performance expectancy* terhadap *attitude***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *performamance expectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *attitude* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_1$ ) diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *attitude* pada pengguna e-wallet go-pay di Kabupaten Kebumen.

**Pengaruh *effort expectancy* terhadap *attitude***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *attitude* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_2$ ) ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *effort ekpectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *attitude* pada pengguna e-wallet go-pay di Kabupaten Kebumen.

**Pengaruh *social influence* terhadap *attitude***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *social influence* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *attitude* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_3$ ) ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *attitude* pada pengguna e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.

**Pengaruh *facilitating condition* terhadap *attitude***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *facilitating condition* berpengaruh signifikan terhadap variabel *attitude* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_4$ ) diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *facilitating condition* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *attitude* pada pengguna e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.

**Pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *performance ekpectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* atau dapat diartikan bahwa hipotesis ( $H_5$ )

diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* pada pengguna e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.

#### **Pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H<sub>6</sub>) diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* pada pengguna e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.

#### **Pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand trust* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *social influence* atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H<sub>7</sub>) diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* pada pengguna e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.

#### **Pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand trust* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *facilitating condition* atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H<sub>8</sub>) diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel *facilitating condition* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* pada pengguna e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.

#### **Pengaruh *attitude* terhadap *behavioral intention***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H<sub>9</sub>) diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel *attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention* pada pengguna e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.

### **Penutup d**

#### **Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* pada pengguna e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh dan signifikan terhadap *attitude* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *attitude* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *social influence* tidak berpengaruh terhadap *attitude* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *facilitating condition* berpengaruh dan signifikan terhadap *attitude* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *social influence* berpengaruh dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.
8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *facilitating condition* berpengaruh dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.

9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *attitude* berpengaruh dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen.

### Keterbatasan

Penelitian ini menjelaskan 59% dipengaruhi oleh variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *attitude* terhadap *behavioral intention* dan 49% dipengaruhi oleh variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition* terhadap *attitude* pada e-wallet gopay di Kabupaten Kebumen. Peneliti lain disarankan untuk mengambil variabel lain karena  $(100\% - 58\%) = 42\%$ ,  $(100\% - 49\%) = 51\%$  dijelaskan oleh faktor lain diluar model atau dipengaruhi variabel lain, serta menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti menggunakan teori baru seperti UMEGA dan menambahkan variabel lain dalam penerimaan penggunaan agar dapat memperkaya kajian dalam penelitian serupa serta agar pembaca dapat mengetahui variabel lainnya yang dapat mempengaruhi terbentuknya perilaku pengguna dalam menggunakan suatu system baru atau teknologi baru.

### Referensi

- Adyani et al. (2011) 'Kerentanan Kehamilan Remaja Dan Konseling Sebaya', 6(1), pp. 6-15.
- Ajzen I & Fishbein M. (2006). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood & Cliffs, New jersey: Prentice Hall.
- Ajzen, I. (t.th). Behavioral Interventions Based on the Theory of Planned Behavior. i <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.intervention.pdf>
- Ajzen, Icek. (2006). Icek Ajzen Professor of Psychology University Massachusettss. [on-line]. Diakses pada tanggal 12 Oktober 2010 dari <http://www.people.umass.edu/aizen/index.html>
- Anjelina. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan *E-money*. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 90-102
- Anwar., & Rikumahu, (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, (1) : 170.
- Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan *E-money* (Studi Kasus pada Pengguna Go-pay). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, 1-17.
- Bendi, K.J, & Andayani, S. (2013). Penerapan Model UTAUT untuk Memahami Perilaku Pengguna Sistem Informasi Akademik. *Jurnal HOAQ (High Education of Organization Archive Quality) Teknologi Informasi*, 2(1): 50-151.
- Candraditya, I. H. (2013). Analisis penggunaan uang elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1-11. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap niat menggunakan mobile commerce di kota denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2606-2636.
- Dzulhaida, R., & Rifaldi Windya Giri, R. (2018). Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan layanan e-money di indonesia dengan menggunakan model modifikasi



- unified theory of acceptance and use technology 2 (utaut 2). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15.
- Firmansyah, Anang (2019) Pemasaran produk dan merek (planning & strategy). CV. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Ghozali, Imam (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Handayani, T., dan S. Sudiana. 2015. Analisis penerapan model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) terhadap perilaku pengguna sistem informasi (studi kasus: sistem informasi akademik pada STTNAS Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi* 7 (2): 165–180.
- Hidayat, M. T. (2019) Pengukuran penerimaan pengguna dompet elektronik berbasis server di Tangerang Selatan menggunakan utaut 2 (studi kasus: go-pay, ovo, linkaja dan dana) (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Indah, M & Agustin, H. 2019. Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*. Vol. 1, No 4, Seri C, November 2019.
- Indrawati, Tio P., dkk. (2017). Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (satu). PT Refika Aditama.
- Jakpat. (2018). Mobile Payment in Indonesia (JAKPAT FREE Survey Report 2018). Yogyakarta: Indonesia.
- Mahmuda, N. (2016) 'Sikap Santri Terhadap Pencegahan Kehamilan Tidak Diinginkan, Fakultas Psikologi UMP, 2016', fakultas psikologi UMP, (2009).
- Malik (2016) Pengukuran penerimaan pengguna dompet elektronik berbasis server di Tangerang Selatan menggunakan utaut 2 (studi kasus: go-pay, ovo, linkaja dan dana) (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Maulana, B. (2021). Analisis Perilaku Konsumen dengan Model Modified Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT2) pada ECommerce Tokopedia. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(4), 1606-1615.
- Meiranto, W. 2016. 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 (1): 50–60.
- Mukminin, A., Rachman, R., & Wahyudi, H. (2019). PENERAPAN MODEL UTAUT UNTUK PERILAKU PENGGUNA "PAYLATER" DI DALAM TRAVELOKA. *Jurnal Computech & Bisnis*, 13(2), 81-90.
- Mustolih, A., & Mahardhika, A. S. (2022). Understanding The E-Banking Adoption on MSMEs: An UTAUT Approach. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 76-90.
- Oktafani, D., Sisilia, K., Bisnis, P. A., & Telkom, U. (2020). Analisis Penerapan Model Unified Theory of Acceptance And Use of Technology2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Dompet Digital OVO Dayeuh Kolot Bandung (Studi kasus pada Generasi Z sebagai pengguna OVO). *Jurnal Menara Ekonomi*, VI, 1, 24-36.

- Olivia. (2020). The Impact of Using E-Wallet On The Interest of Saving In e-wallet go-pay In Yogyakarta.
- Pambudi, A. R. (2019). Analisa Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention Pada Aplikasi Digital Payment Ovo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(2), 10.
- Parastiti, D. E., Mukhlis, I., & Haryono, A. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus : Uang Elektronik 49 Brizzi). *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 75-82.
- Permana, G. P. L., & Dewi, L. P. K. (2019). Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Ovo Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 4(2), 186-203.
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust dan Risk dalam Penerimaan Teknologi Dompot Elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88-106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Putri, H. O., & Yusuf, B. (2019). Penerapan Metode Unified Theory Of Acceptence And Use Of Technology (UTAUT) Dalam Memprediksi Behavioral Intentions Pada Penggunaan E-Commerce Shopee Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Di Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Ar-Raniry). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 10(2), 9-14
- Putri, N. K. R. D., & Suardikha, I. M. S. (2019). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *Sumber*, 232, 971.
- Putri, R. A., & Jumhur, H. M. (2019). Peminat Aplikasi Blibli. COM Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *Jurnal Riset Bisnis dan manajemen*, 12, 16-23.
- Rochmawati, A., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2021). Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik berdasarkan model Unified Theory Of Acceptance and Use Of Techology (UTAUT) (Studi Pada Masyarakat Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(04).
- Setiadi, N. Jumhur. (2019) Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif , Tujuan , Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga. PrenadaMedia Group. Jakarta.
- Setiawan, J. J. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Subjective Norm, Dan Customer Experience Terhadap Intention To Use Mytelkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya). *Jurnal Strategi Pemasaran*,
- Sharma, S.K., Gaur,. A., Saddikuti, V., Rastogi, A, 2018. Structural Equation Model (Sem) Neural Network (Nn) Model for Predicting Quality Determinants of E-Learning Management Systems *Behav. Inf. Technol.* 36 (10), 1053- 1066
- Sugiyono. (2016). Statistik Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Suhendry, W. (2020). Minat Penggunaan OVO di Kota Pontianak Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 1-12.

- Suwandi, M. A dan Azis, E. (2018). Faktor- faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *E-Money* pada Generasi *Millenials* (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 IPB). *E-Proceeding of Management*, 5(3): 3104- 3111.
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27- 35.
- Swarjana. Hung et al., (2014). *Metodologi Penelitian Kesehatan Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV Andi ffset
- Teng, Shesha. Khong, Kok Wei.(2021) Examining actual consumer usage of E-wallet: A case study of big data analytics
- Venkatesh, V., et al.,(2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27 (3): 425-478.
- Venkatesh, V., et al.,(2012). Consumer Acceptance and Use Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36: 157-178.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quaterly*, 27(3), 425-478
- Wijaya, K., & Handriyantini, E. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention pada Online Marketplace Menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus: Shopee). *Prosiding SeNTIK*, 4(1), 323-332.
- Wiwoho, G., & Riptiono, S. (2022). Effects of Subjective Norm, Attitude and Consumer Desire Toward Intention to Purchase Indonesian Herbal. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 19(2), 265-265.