

Analisis Adopsi Uang Elektronik dengan Model UTAUT2

Ni Putu Diva Cahyani^{1*}

Luh Gede Krisna Dewi²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia

*Correspondences: divacahyani98@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan niat dan perilaku penggunaan uang elektronik dengan model UTAUT2. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Badung. Metode sampling yang digunakan adalah accidental sampling. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online dan paper based kepada masyarakat Kabupaten Badung yang menggunakan uang elektronik yang telah terdaftar di Bank Indonesia. Total sampel adalah 252 orang. Teknik analisis data menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial budaya, kondisi yang memfasilitasi, nilai harga, serta kebiasaan berpengaruh secara positif signifikan pada niat penggunaan uang elektronik, sementara itu, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha serta motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh pada niat penggunaan uang elektronik. Selain itu, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan niat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku penggunaan uang elektronik.

Kata Kunci: Niat Penggunaan Uang Elektronik; Perilaku Penggunaan Uang Elektronik; UTAUT2.

Analysis of Electronic Money Adoption with the UTAUT2 Model

ABSTRACT

This study aims to explain the intention and behavior of using electronic money using the UTAUT2 model. This research was conducted in Badung Regency. The sampling method used is accidental sampling. The data collection method is carried out by distributing online and paper-based questionnaires to the people of Badung Regency who use electronic money that has been registered with Bank Indonesia. The total sample is 252 people. The data analysis technique used SEM-PLS. The results of this study indicate that socio-cultural factors, facilitating conditions, price values, and habits have a significant positive effect on the intention to use electronic money, meanwhile, performance expectations, business expectations and hedonic motivation have no effect on intentions to use electronic money. In addition, the facilitating conditions, habits, and usage intentions have a positive and significant effect on the behavior of using electronic money.

Keywords: Behavior Intention of Electronic Money; Use Behavior of Electronic Money; UTAUT2.

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>



e-ISSN 2302-8556

Vol. 32 No. 1
Denpasar, Januari 2021
Hal. 183-197

DOI:
[10.24843/EJA.2022.v32.i01.p13](https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i01.p13)

PENGUTIPAN:
Cahyani, N. P. D. & Dewi L. G. K. (2022). Analisis Adopsi Uang Elektronik dengan Model UTAUT2. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(01), 183-197

RIWAYAT ARTIKEL:
Artikel Masuk:
4 April 2021
Artikel Diterima:
5 April 2021

PENDAHULUAN

Uang elektronik bukanlah istilah yang baru-baru ini muncul, terutama bagi negara-negara maju. Manfaat yang ditawarkan oleh uang elektronik menjadi daya tarik tersendiri yang membuat berbagai negara dan perusahaan terkemuka berbondong-bondong mengeluarkan produk uang elektronik untuk menunjang dan mempermudah proses transaksi. Indonesia menjadi salah satu negara yang juga mendukung keberadaan uang elektronik. Hal ini dibuktikan dengan adanya program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dicanangkan pada 14 Agustus 2014 yang bertujuan untuk membentuk masyarakat yang lebih memilih menggunakan uang non-tunai untuk bertransaksi (*less cash society*).

Sebagai bentuk dukungan terhadap GNNT, berbagai perusahaan perbankan, telekomunikasi hingga *fintech* berlomba-lomba untuk menciptakan produk uang elektronik baik. Berbagai jenis uang elektronik mulai bermunculan di Indonesia, sebut saja GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, dan lain sebagainya. Eksistensi penggunaan uang elektronik juga telah diuji selama masa pandemi COVID-19. Data Bank Indonesia mencatat peningkatan transaksi dan jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia selama pandemi karena masyarakat ingin meminimalisir kontak langsung dengan orang lain dan mencegah penularan COVID-19 lewat uang tunai, jadi masyarakat memilih untuk bertransaksi secara online dengan instrumen non-tunai dan salah satunya adalah uang elektronik (Rizal, 2020).

Pada Tabel 1, dapat kita lihat bahwa selain pada tahun 2014 dan 2015 yang mengalami penurunan, hingga saat ini, jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat selalu mengalami peningkatan. Namun apabila kita bandingkan berdasarkan persentase peningkatan jumlah uang elektronik, persentase pada tahun 2019 nampaknya mengalami penurunan dibanding tahun sebelumnya. Jika kita bandingkan antara volume transaksi uang elektronik dengan jumlah uang elektronik yang beredar di tahun 2020, rata-rata penggunaan uang elektronik masih cukup rendah yaitu 10 kali transaksi per unit uang elektronik dalam 11 bulan (Januari-November).

Tabel 1. Jumlah Uang Elektronik Beredar dan Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2013-2020

| No | Tahun | Jumlah Uang Elektronik Beredar (unit) | Persentase (%) Perubahan Jumlah Uang Elektronik | Volume (transaksi) | Nominal (juta Rp) |
|----|------------|---------------------------------------|---|--------------------|-------------------|
| 1 | 2013 | 36.225.373 | 65,0 | 137.900.779 | 2.907.432 |
| 2 | 2014 | 35.738.233 | (1,3) | 203.369.990 | 3.319.556 |
| 3 | 2015 | 34.314.795 | (4,0) | 535.579.528 | 5.283.018 |
| 4 | 2016 | 51.204.580 | 49,2 | 683.133.352 | 7.063.689 |
| 5 | 2017 | 90.003.848 | 75,8 | 943.319.933 | 12.375.469 |
| 6 | 2018 | 167.205.578 | 85,8 | 2.922.698.905 | 47.198.616 |
| 7 | 2019 | 292.299.320 | 74,8 | 5.226.699.919 | 145.165.468 |
| 8 | 2020 (Nov) | 420.412.942 | 43,8 | 4.187.655.769 | 182.774.011 |

Sumber: Bank Indonesia Statistik Sistem Pembayaran Uang Elektronik, 2020

Sependapat dengan publikasi Bank Indonesia, laporan yang dipublikasikan oleh Grab yang bertajuk *Grab Social Impact Report 2018-2019* juga

menyatakan bahwa total transaksi non-tunai di Indonesia baru mencapai angka 4% bila dibandingkan dengan jumlah seluruh transaksi pembayaran di Indonesia. Indonesia masih berada di bawah Singapura (57%), Vietnam (11,5%), dan Malaysia (5%). Hasil tersebut secara tidak langsung mengindikasikan bahwa jumlah penggunaan uang elektronik di Indonesia yang merupakan salah satu instrumen pembayaran non-tunai, masih relatif rendah, terutama bila dibandingkan dengan transaksi tunai.

Terdapat berbagai teori model yang dikembangkan untuk meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat dan penggunaan suatu sistem teknologi informasi. Salah satu teori model yang teranyar adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). UTAUT2 merupakan teori yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2012) yang merupakan perluasan dari model UTAUT. Model UTAUT2 mengidentifikasi 7 prediktor utama yang memengaruhi niat penggunaan (*behavior intention*) dan perilaku penggunaan (*use behavior*) yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Venkatesh *et al.* (2012) menekankan pentingnya pengujian teori model UTAUT2 dalam budaya yang berbeda untuk meningkatkan validitasnya karena faktor yang memengaruhi adopsi sistem teknologi bisa bervariasi tergantung keadaan, target pengguna dan teknologi karena perbedaan budaya (El-Masri & Tarhini, 2017), (Pertiwi & Ariyanto, 2017).

UTAUT2 belum bisa dikatakan sempurna karena prediktor pengaruh sosial yang terdapat dalam model UTAUT2 menyatakan bahwa manusia mengambil keputusan untuk berperilaku hanya dengan dilandasi oleh pengaruh orang-orang yang ada di sekelilingnya dan belum mengikutsertakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan alam, budaya dan Ketuhanan atau spiritualitas diri (Ariyanto *et al.*, 2014). Prediktor pengaruh sosial belum bisa dikatakan mampu menjelaskan konsep budaya dalam organisasi yang menjadi fondasi dari terbentuknya sebuah organisasi. Pemahaman tersebut menjadi landasan bagi riset ini untuk menggunakan rekonstruksi dari arti serta pengukuran variabel faktor sosial dengan mengikutsertakan perspektif budaya organisasi dan taraf spiritualitas dan memperbaruinya menjadi faktor sosial budaya sesuai dengan penelitian Ariyanto *et al.* (2014).

Ekspektasi kinerja diartikan sebagai sejauh mana penggunaan dari suatu teknologi diyakini akan bermanfaat dalam peningkatan kinerja bagi pengguna saat melakukan aktivitas tertentu (Venkatesh *et al.*, 2003). Konsumen atau pengguna yang merasakan peningkatan kinerja ketika memanfaatkan suatu teknologi diyakini akan membentuk niat untuk memanfaatkan teknologi tersebut kemudian menggunakannya secara terus-menerus (Putri & Suardikha, 2020). Beberapa hasil penelitian membuktikan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh secara positif pada niat penggunaan suatu sistem teknologi (Alalwan *et al.*, 2017), (El-Masri & Tarhini, 2017), (Khan *et al.*, 2017), (Pertiwi & Ariyanto, 2017), (Ramdhani *et al.*, 2017). Berdasarkan pemaparan tersebut, maka rumusan hipotesis, yaitu sebagai berikut.

H₁: Ekspektasi kinerja berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik.

Ekspektasi usaha adalah tingkat kenyamanan dan kemudahan yang berhubungan dengan penggunaan suatu sistem (Venkatesh *et al.*, 2003). Technology Acceptance Model menjelaskan bahwa niat seseorang untuk memanfaatkan suatu sistem sangat ditentukan oleh upaya yang dikeluarkan untuk menggunakannya, semakin mudah suatu sistem digunakan maka konsumen diyakini akan lebih tertarik dan berminat untuk menerima sistem. Pernyataan tersebut mendapat dukungan dari beberapa penelitian yang mengungkapkan ekspektasi usaha memiliki pengaruh yang positif pada niat penggunaan uang elektronik (Dzulhaida & Giri, 2017) dan *mobile shopping apps* (Tak & Panwar, 2016). Oleh karena itu, rumusan hipotesis dua, yaitu sebagai berikut.

H₂: Ekspektasi usaha berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik.

Perbedaan budaya antar bangsa seringkali memengaruhi niat dan perilaku seseorang dalam pengadopsian sistem, dan hal ini menyebabkan kemampuan model UTAUT2 dalam menjelaskan penerimaan sistem teknologi informasi dalam berbagai penelitian masih sangat bervariasi (Ariyanto *et al.*, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh (Bandyopadhyay & Fraccastoro, 2007) mengikutsertakan dimensi budaya masyarakat India dalam variabel pengaruh sosial untuk menentukan niat penggunaan sistem pengukuran Prabayar. Selanjutnya, Ariyanto *et al.* (2014) berusaha merekonstruksi pengaruh sosial menjadi faktor sosial budaya dengan mengadopsi budaya masyarakat Bali yaitu Tri Hita Karana, dan penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor sosial budaya berpengaruh secara positif terhadap niat penggunaan sistem. Oleh karena itu, rumusan hipotesis tiga, yaitu sebagai berikut.

H₃: Faktor sosial budaya berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik.

Venkatesh *et al.* (2003) menjelaskan definisi dari kondisi yang memfasilitasi yaitu taraf keyakinan seseorang terkait dengan ketersediaan infrastruktur teknis maupun infrastruktur organisasi yang akan menyokong pemanfaatan suatu sistem teknologi informasi. Kang *et al.* (2015) membuktikan bahwa kondisi yang memfasilitasi memengaruhi niat penggunaan mobile learning di Korea secara positif dan signifikan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Putri & Suardikha (2020) yang memvalidasi bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh secara positif terhadap niat penggunaan uang elektronik. Oleh karena itu, rumusan hipotesis empat yaitu sebagai berikut.

H₄: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik.

Motivasi hedonis adalah sejauh mana individu meyakini bahwa dengan menggunakan suatu sistem teknologi informasi, dia akan mendapatkan hiburan dan kegembiraan (Venkatesh *et al.*, 2012). Penelitian teranyar juga mengemukakan hal yang sejalan dengan pendapat tersebut dan membuktikan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara motivasi hedonis pada niat penggunaan *internet banking* (Alalwan *et al.*, 2015), *mobile banking* (Alalwan *et al.*, 2017), dan *mobile apps* (Palau-saumell *et al.*, 2019). Oleh karena itu, rumusan hipotesis lima, yaitu sebagai berikut.

H₅: Motivasi hedonis berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik.

Nilai harga ialah *trade-off* kognitif yang dihadapi oleh konsumen antara manfaat yang dirasakan dari penggunaan suatu sistem informasi teknologi dengan biaya moneter yang dikeluarkan untuk mengaplikasikannya. Dalam penggunaan teknologi yang berkaitan dengan konsumen/pelanggan, semakin besar manfaat yang diterima jika dibandingkan dengan biaya penggunaan sistem, maka semakin tinggi niat seseorang dalam mengadopsi sistem baru tersebut (Venkatesh *et al.*, 2012). Pendapat tersebut sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi olahraga dan kesehatan (Yuan *et al.*, 2015), serta *m-banking* (Khan *et al.*, 2017); (Alalwan *et al.*, 2017). Berdasarkan pemaparan tersebut, rumusan hipotesis enam, sebagai berikut.

H₆: Nilai harga berpengaruh positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik.

Kebiasaan adalah taraf perilaku individu yang cenderung bertindak secara otomatis sebagai efek dari pembelajaran yang diakumulasikan berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimiliki oleh individu tersebut (Venkatesh *et al.*, 2012). Beberapa penelitian membuktikan adanya pengaruh positif antara kebiasaan dengan niat penggunaan sistem teknologi (El-Masri & Tarhini, 2017), (Kang *et al.*, 2015), (Mahfuz *et al.*, 2016). Oleh karena itu, rumusan hipotesis tujuh, sebagai berikut.

H₇: Kebiasaan berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik.

Kondisi yang memfasilitasi mampu memengaruhi penggunaan teknologi secara langsung karena berfungsi sebagai pengendali perilaku yang bersifat aktual (Venkatesh *et al.*, 2012). Kondisi yang memfasilitasi merujuk pada dukungan yang tersedia dan sumber daya yang ada sebagai pertimbangan atau kontrol bagi individu untuk berperilaku (Palau-saumell *et al.*, 2019). Kondisi yang memfasilitasi telah dikonfirmasi berpengaruh secara positif terhadap perilaku penggunaan *computer supported collaborative classroom* (Ali *et al.*, 2016), Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) (Sutanto *et al.*, 2018), dan dompet digital OVO (Oktafani & Sisilia, 2020). Berdasarkan penjelasan tersebut, rumusan hipotesis delapan, sebagai berikut.

H₈: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku penggunaan uang elektronik.

Kebiasaan menurut Venkatesh *et al.* (2012) dapat dipandang sejalan dengan *habit/automaticity perspective* (HAP) yang mengasumsikan bahwa perilaku yang berulang dapat menghasilkan kebiasaan dan perilaku respon otomatis dapat dipicu secara langsung oleh isyarat stimulus tanpa mediasi kognitif sadar seperti sikap dan niat. Beberapa penelitian menyatakan bahwa kebiasaan memengaruhi perilaku penggunaan berbagai jenis sistem informasi secara positif dan signifikan (Oktafani & Sisilia, 2020), (Palau-saumell *et al.*, 2019), (Ramdhani *et al.*, 2017), (Tak & Panwar, 2016). Bahkan, Palau-saumell *et al.* (2019) membuktikan bahwa kebiasaan adalah variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap perilaku penggunaan *mobile apps for restaurant*. Berdasarkan penjelasan tersebut, rumusan hipotesis sembilan, yaitu sebagai berikut.

H₉: Kebiasaan berpengaruh secara positif dan signifikan pada perilaku penggunaan Uang Elektronik.

Niat penggunaan adalah derajat keinginan individu untuk memanfaatkan suatu sistem informasi teknologi secara terus menerus (Venkatesh *et al.*, 2012), sedangkan perilaku penggunaan didefinisikan sebagai suatu tindakan aktual yang dijalankan dan dilakukan oleh individu (Andriyanto *et al.*, 2019). *Theory of Reasoned Action* (TRA) mengkonfirmasi pengaruh langsung dari niat terhadap perilaku. Seorang individu diyakini akan melakukan suatu perilaku apabila memiliki niat untuk melakukannya karena perilaku seorang individu adalah ekspresi dari niat atau keinginan seseorang yang dilakukan secara sadar (Sutanto *et al.*, 2018). Sejalan dengan teori tersebut, penelitian lain juga membuktikan adanya pengaruh positif dari niat penggunaan terhadap perilaku penggunaan *mobile shopping apps* (Tak & Panwar, 2016), *mobile apps for restaurant* (Saumell *et al.*, 2019), dan uang elektronik (Putri & Suardikha, 2020), (Ramdhani *et al.*, 2017). Berdasarkan pemaparan tersebut, rumusan hipotesis sepuluh, sebagai berikut.

H₁₀: Niat penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan pada perilaku penggunaan uang elektronik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian *quantitative approach* dalam bentuk asosiatif dengan lokasi penelitian di Kabupaten Badung. Kabupaten Badung dipilih sebagai lokasi penelitian karena menurut data yang disajikan oleh Data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2019 yang menyatakan bahwa Kabupaten Badung menempati posisi kedua di Provinsi Bali dari segi rata-rata konsumsi perkapita sebulan (Rp 1.839.555), dan kabupaten dengan jumlah usaha/perusahaan terbanyak kedua di Bali yaitu 78.499 unit usaha (BPS, 2018, 2019). Mentari & Bendesa (2018) menyatakan bahwa semakin banyak unit usaha dan semakin dekatnya jarak antara produsen dengan konsumen, akan berpengaruh terhadap semakin besar pula kesempatan transaksi jual beli yang terjadi, hal tersebut menjadikan potensi penggunaan uang elektronik Kabupaten Badung cukup tinggi.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Badung yang menggunakan uang elektronik yang telah terdaftar di Bank Indonesia. Pengambilan sampel (*sampling*) dari populasi yang ada dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner *paper based* dan *online based*. Kuesioner dalam penelitian ini diukur dengan skala *likert* modifikasi 4 poin. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan aplikasi SmartPLS 3.3.2 sebagai teknik analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang disebarakan berjumlah 268 buah, terdapat 16 kuesioner yang gugur karena tidak memenuhi kriteria, sehingga kuesioner yang memenuhi syarat untuk diolah dan dianalisis berjumlah 252. Jadi, Tingkat pengembalian (*response rate*) kuesioner dalam penelitian ini adalah 100%, dan tingkat pengembalian yang digunakan (*usable response rate*) adalah 94%. Berdasarkan profil dari 252 responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini pengguna uang elektronik didominasi

oleh perempuan (61,1%). Apabila dilihat dari segi usia, kelompok usia 21-30 tahun mendominasi penelitian ini dengan persentase 49,6%. Golongan mahasiswa menjadi yang terbanyak memanfaatkan uang elektronik (38,1%) dan diikuti dengan karyawan swasta (31,7%). Produk uang elektronik yang mendominasi dalam penelitian ini adalah OVO Cash (21,4%), diikuti oleh Gopay (16,6%), lalu SHOPEEPAY (14,6%). 39,7% responden menggunakan uang elektronik selama kurang dari setahun, hasil tersebut kemungkinan dikarenakan peningkatan penggunaan uang elektronik selama setahun terakhir karena pandemi COVID-19.

Tabel 2. Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

| | N | Min | Max | Mean | Std. Deviation |
|--------------------------------------|-----|-----|-----|-------|----------------|
| Ekpektasi Kinerja (X_1) | 252 | 6 | 16 | 13,35 | 2,110 |
| Ekspektasi Usaha (X_2) | 252 | 7 | 16 | 13,67 | 2,068 |
| Faktor Sosial Budaya (X_3) | 252 | 14 | 48 | 36,05 | 6,442 |
| Kondisi yang Memfasilitasi (X_4) | 252 | 7 | 16 | 13,81 | 1,940 |
| Motivasi Hedonis (X_5) | 252 | 3 | 12 | 9,94 | 1,817 |
| Nilai Harga (X_6) | 252 | 5 | 12 | 9,35 | 1,831 |
| Kebiasaan (X_7) | 252 | 4 | 16 | 10,90 | 3,053 |
| Niat Penggunaan (Y_1) | 252 | 4 | 12 | 9,12 | 1,985 |
| Perilaku Penggunaan (Y_2) | 252 | 3 | 12 | 8,94 | 2,172 |
| Valid N (<i>listwise</i>) | 252 | | | | |

Sumber: Data Penelitian, 2020

Pada Tabel 2, hasil pengujian statistic deskriptif membuktikan bahwa seluruh nilai rata-rata (*mean*) masing-masing variabel memiliki kecenderungan mendekati nilai maksimum (*max*). Hal tersebut berarti bahwa responden memiliki tingkat ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, niat penggunaan, serta tingkat perilaku penggunaan yang cenderung tinggi. Selanjutnya, nilai standar deviasi seluruh variabel lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-ratanya, hal ini menunjukkan bahwa sebaran data penelitian sudah homogen/merata sehingga sebagian besar masyarakat Kabupaten Badung memiliki kecenderungan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, niat penggunaan, dan perilaku penggunaan yang homogen/ sama.

Pengujian *inner model* dalam penelitian ini meliputi *coefficient of determination* (R^2) dan *predictive relevance* (Q^2). Nilai R^2 digunakan untuk mengukur besarnya *variability* variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen, sedangkan Q^2 menilai seberapa memadai nilai observasi yang dihasilkan oleh model penelitian beserta estimasi parameternya (Abdillah & Jogiyanto, 2015:17). Nilai yang mendekati satu pada R^2 berarti variabel-variabel eksogen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel endogen. Terdapat 3 pengklasifikasian kriteria R^2 yaitu: batas 0,67 yang artinya substansial, batas 0,33 yang berarti moderat dan batas 0,19 yang berarti lemah (Ghozali, 2014:68). Tabel 3 memperlihatkan hasil nilai koefisien determinasi (R^2) dari masing-masing variabel endogen.

Tabel 3, menunjukkan bahwa nilai R^2 dari variabel niat penggunaan (Y_1) adalah 0,660. Hal tersebut berarti bahwa variabel ekspektasi kinerja (X_1), ekspektasi usaha (X_2), faktor sosial budaya (X_3), kondisi yang memfasilitasi (X_4), motivasi hedonis (X_5), nilai harga (X_6), kebiasaan (X_7) dapat menjelaskan

pengaruhnya secara simultan terhadap variabel niat penggunaan (Y_1) sebesar 67,1% yang termasuk substansial, sementara itu sisanya sebesar 32,9% diprediksi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Tabel 3. Nilai *Adjusted R-square* (R^2)

| Variabel Endogen | <i>Adjusted R²</i> |
|--------------------------------|-------------------------------|
| Niat Penggunaan Uang (Y_1) | 0,671 |
| Perilaku Penggunaan (Y_2) | 0,592 |

Sumber: Data Penelitian, 2020

Perhitungan R^2 variabel perilaku penggunaan (Y_2) adalah 0,592 yang dapat dikategorikan sebagai R^2 moderat. Hal tersebut berarti bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi (X_4), kebiasaan (X_7), dan niat penggunaan (Y_1) dapat menjelaskan pengaruhnya secara simultan terhadap variabel perilaku penggunaan (Y_2) sebesar 59,2% yang termasuk kategori moderat atau sedang, sedangkan sisanya sebesar 40,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Selanjutnya, dalam menghitung Q^2 , nilai Q^2 yang semakin mendekati 0 maka model semakin lemah, dan apabila mendekati 1 berarti model semakin baik (Ghozali & Latan, 2015: 46) dan (Ghozali & Latan, 2015). Q^2 bisa diketahui dengan menggunakan rumus *Stone Geisser Q-Square test* berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,671)(1 - 0,592)$$

Dari hasil perhitungan tersebut, hasil Q^2 adalah sebesar 0,866, karena lebih dari 0, maka model memiliki *predictive relevance* yang baik. Hasil ini berarti bahwa 86,6% variabel eksogen dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan variabel endogen.

Tabel 4. Hasil Uji Pengaruh Langsung (*Path Coefficient*)

| Variabel | <i>Original Sample (O)</i> | <i>T Statistics</i> | <i>P Values</i> | Keterangan |
|-----------------------|----------------------------|---------------------|-----------------|--------------------------|
| $X_1 \rightarrow Y_1$ | 0,054 | 1,040 | 0,298 | H ₁ Ditolak |
| $X_2 \rightarrow Y_1$ | 0,048 | 0,842 | 0,400 | H ₂ Ditolak |
| $X_3 \rightarrow Y_1$ | 0,148 | 2,526 | 0,012 | H ₃ Diterima |
| $X_4 \rightarrow Y_1$ | 0,127 | 2,459 | 0,014 | H ₄ Diterima |
| $X_5 \rightarrow Y_1$ | 0,069 | 1,294 | 0,196 | H ₅ Ditolak |
| $X_6 \rightarrow Y_1$ | 0,369 | 7,075 | 0,000 | H ₆ Diterima |
| $X_7 \rightarrow Y_1$ | 0,261 | 5,090 | 0,000 | H ₇ Diterima |
| $X_4 \rightarrow Y_2$ | 0,144 | 2,866 | 0,004 | H ₈ Diterima |
| $X_7 \rightarrow Y_2$ | 0,351 | 5,462 | 0,000 | H ₉ Diterima |
| $Y_1 \rightarrow Y_2$ | 0,394 | 6,796 | 0,000 | H ₁₀ Diterima |

Sumber: Data Penelitian, 2020

Tahap pengujian selanjutnya adalah pengujian hipotesis atau uji pengaruh langsung yang dilakukan dengan metode *bootstrapping*, hasil uji dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan hasil uji, variabel ekspektasi kinerja pada niat penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* yaitu sebesar 0,054 dan nilai t-statistik $1,040 < t\text{-tabel } 1,64$ dan *p value* yaitu $0,298 > 0,05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa H₁ ditolak dan menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh pada niat penggunaan uang elektronik. Hal tersebut kemungkinan karena kebanyakan masyarakat Kabupaten Badung belum memanfaatkan uang elektronik untuk kepentingan pekerjaannya. Pernyataan tersebut didukung dengan hasil riset dari Snapcart yang menyatakan bahwa jenis transaksi uang elektronik yang paling sering

dilakukan masyarakat Indonesia adalah transaksi retail (28%), pemesanan transportasi online (27%), dan diikuti oleh pemesanan makanan online (20%) (Pratama, 2019) yang mana kemungkinan besar jenis transaksi tersebut tidak berkaitan dengan peningkatan kinerja individu. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian (Oktafani & Sisilia, 2020), (Hidayat *et al.*, 2020), (Havidz *et al.*, 2018).

Hasil pengujian variabel ekspektasi usaha pada niat penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* yaitu sebesar 0,048, nilai t-statistik $0,842 < t\text{-tabel } 1,64$ dan *p-value* yaitu $0,400 > 0,05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak, dan menunjukkan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh pada niat penggunaan uang elektronik. Hasil tersebut diduga karena 68,3% responden dalam penelitian ini adalah penduduk Kabupaten Badung yang berusia 17-30 tahun yang sangat terbiasa bahkan bergantung pada teknologi (Imani & Anggono, 2020). Dalam *Innovation Difusion Theory*, usia ini memiliki kecenderungan sebagai *early adopters* dan *innovators* yang lebih berani mencoba dan cepat dalam menyerap informasi seperti teknologi dan sistem yang baru sehingga aspek kemudahan tidak lagi terlalu penting dalam menentukan niat penggunaan suatu sistem (Lubis & Rahmiati, 2019). Hasil penelitian ini mendapat dukungan dari beberapa penelitian dengan hasil serupa (Khan *et al.*, 2017), (Pertwi & Ariyanto, 2017)

Hasil pengujian variabel faktor sosial budaya pada niat penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* sebesar 0,148, nilai t-statistik sebesar $2,526 > t\text{-tabel } 1,64$ dan nilai *p-value* yaitu $0,012 < 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, H_3 diterima yang menunjukkan bahwa faktor sosial budaya berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ariyanto *et al.* (2014) yang membuktikan bahwa penggunaan suatu sistem teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor sosial (kerabat, keluarga, hingga orang-orang berpengaruh yang ada disekitar) tetapi juga dipengaruhi oleh niat yang tumbuh sebagai bentuk tanggung jawab terhadap Tuhan dan lingkungan alam.

Hasil pengujian kondisi yang memfasilitasi pada niat penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* yaitu 0,127, nilai t-statistik $2,459 > t\text{-tabel } 1,64$ dan *p-value* sebesar $0,014 < 0,05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan dari kondisi yang memfasilitasi pada niat penggunaan uang elektronik. Konsumen yang memiliki lebih banyak dukungan dan akses dari fasilitas tertentu, akan cenderung memiliki niat yang lebih besar dalam mengaplikasikan teknologi dan sebaliknya. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Kang *et al.*, 2015), (Saumell *et al.*, 2019).

Hasil pengujian variabel motivasi hedonis pada niat penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* yaitu 0,069, nilai t-statistik $1,294 < t\text{-tabel } 1,64$ dan *p-value* sebesar $0,196 > 0,05$. Hasil pengujian tersebut menyimpulkan H_5 ditolak, dan dapat diinterpretasikan bahwa motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh pada niat penggunaan uang elektronik. 60,3% responden dalam penelitian ini sudah menggunakan uang elektronik selama lebih dari satu tahun sehingga sudah terbiasa. Holbrook &

Hirschman (1982) dalam risetnya, menyatakan bahwa ketika pengalaman meningkat, efek motivasi hedonis pada penggunaan teknologi akan berkurang dan konsumen akan menggunakan teknologi untuk tujuan yang lebih pragmatis dan menguntungkan. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan dalam berbagai penelitian (Arenas-Gaitán *et al.*, 2015), (Ain *et al.*, 2016).

Hasil pengujian variabel nilai harga pada niat penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* sebesar 0,369, nilai t-statistik sebesar 7,075 > t-tabel 1,64 dan p-value yaitu 0,000 < 0,05. Oleh karena itu, H₆ diterima yang kemudian dapat disimpulkan bahwa nilai harga berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik sekaligus menjadi variabel terkuat yang memengaruhi niat penggunaan uang elektronik pada masyarakat Kabupaten Badung. Hal ini kemungkinan karena saat ini banyak uang elektronik terutama yang berjenis *server based* menawarkan harga yang murah bagi pengguna yang bertransaksi menggunakan produk mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian yang juga menyatakan hasil serupa (Khan *et al.*, 2017), (Yuan *et al.*, 2015).

Hasil pengujian variabel kebiasaan pada niat penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* sebesar 0,261, nilai t-statistik sebesar 5,090 > t-tabel 1,64 dan p-value yaitu 0,000 < 0,05. Maka dari itu, H₇ dinyatakan diterima dan menunjukkan bahwa kebiasaan berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat penggunaan uang elektronik. Kebiasaan menggunakan uang elektronik secara berulang-ulang pada masyarakat Kabupaten Badung menciptakan pandangan positif mengenai penggunaan uang elektronik, kemudian menghasilkan niat penggunaan yang disimpan dalam pikiran dan dapat dipicu oleh isyarat dalam lingkungan. Temuan dalam penelitian ini mendapat dukungan dari beberapa penelitian (Kang *et al.*, 2015), (Ali *et al.*, 2016).

Hasil pengujian variabel kondisi yang memfasilitasi pada perilaku penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* sebesar 0,144, nilai t-statistik sebesar 2,866 > t-tabel 1,64 dan p-value yaitu 0,004 < 0,05. Maka dari itu, H₈ dinyatakan diterima dan menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada perilaku penggunaan uang elektronik. Aspek *perceived behavioral control* dalam *Theory of Planned Behaviour* menjelaskan bahwa semakin kuat faktor pendukung atau infrastruktur yang tersedia, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku penggunaan konsumen dalam memanfaatkan suatu teknologi atau sistem (Ajzen, 2005). Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang juga menyatakan hasil yang serupa dengan penelitian ini (Hidayat *et al.*, 2020), (Oktafani dan Sisilia, 2020).

Hasil pengujian variabel kebiasaan pada perilaku penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* adalah 0,351 dengan t-statistik sebesar 5,462 > t-tabel 1,64 dan p-value sebesar 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka H₉ dinyatakan diterima, yang dapat diartikan bahwa kebiasaan berpengaruh pada perilaku penggunaan uang elektronik secara positif dan signifikan. Mengenai pengaruh kebiasaan pada perilaku penggunaan, Venkatesh *et al.* (2012) mengasosiasikan kebiasaan sebagai *habit/automaticity perspective* (HAP). HAP mengasumsikan bahwa perilaku yang

berulang dapat menghasilkan kebiasaan dan perilaku respon otomatis dapat dipicu secara langsung oleh isyarat stimulus tanpa mediasi kognitif sadar seperti sikap dan niat. 60,3% responden dalam penelitian ini sudah menggunakan uang elektronik selama lebih dari satu tahun, sehingga kegiatan berulang tersebut membentuk kebiasaan bagi masyarakat Kabupaten Badung yang bisa dipicu langsung tanpa keterlibatan niat. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu (Ramdhani *et al.*, 2017), (Tak & Panwar, 2016).

Hasil pengujian variabel niat penggunaan uang elektronik pada perilaku penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh langsung dengan nilai koefisien pada *original sample* adalah 0,394, nilai t-statistik sebesar 6,796 > t-tabel 1,64 dan *p-value* yaitu sebesar 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, H_{10} dinyatakan diterima dan menunjukkan bahwa niat penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh positif signifikan sekaligus menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling kuat pada perilaku penggunaan uang elektronik. Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi niat penggunaan pengguna dalam menggunakan uang elektronik, maka kesempatan untuk melakukan suatu tindakan aktual (perilaku penggunaan) dalam menggunakan uang elektronik juga akan meningkat karena perilaku seorang individu adalah ekspresi dari niat atau keinginan seseorang yang dilakukan secara sadar (Sutanto *et al.*, 2018). Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian yang juga menyatakan hasil yang sama (Ain *et al.*, 2016), (Ali *et al.*, 2016), (Mahfuz *et al.*, 2016).

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan niat dan perilaku penggunaan uang elektronik di Kabupaten Badung dengan menerapkan model UTAUT2. Berdasarkan hasil pengujian empiris dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini membuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari prediktor faktor sosial budaya, kondisi yang memfasilitasi, nilai harga, dan kebiasaan pada niat penggunaan uang elektronik. Selain itu, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan niat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan pada perilaku penggunaan uang elektronik. Akan tetapi penelitian ini tidak mampu membuktikan adanya pengaruh dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan motivasi hedonis ada niat penggunaan uang elektronik.

Hasil analisis data dalam penelitian ini menyatakan bahwa prediktor nilai harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap niat penggunaan uang elektronik, selain itu, jenis uang elektronik yang paling banyak digunakan oleh responden adalah OVO Cash, GoPay, dan SHOPEEPAY, ketiga provider tersebut memiliki kesamaan yaitu sering mengadakan promosi dan memotong biaya penggunaan yang relatif murah (Burhan, 2020), oleh karena itu pihak penyedia layanan diharapkan untuk selalu berinovasi serta mempertahankan biaya penggunaan uang elektronik yang terjangkau oleh masyarakat. Selain itu, kondisi yang memfasilitasi dan faktor sosial budaya dalam penelitian ini juga terbukti berpengaruh pada niat dan perilaku penggunaan uang elektronik sehingga penyedia jasa juga harus meningkatkan fasilitas dan layanan pendukung uang elektronik seperti menambah layanan top-up di tempat-tempat yang mudah dijangkau seperti minimarket atau mall, menambah kerjasama promosi dengan merchant-merchant untuk menyediakan akses penggunaan uang

elektronik maupun transaksi pembayaran dengan uang elektronik, serta mensosialisasikan kepada masyarakat mengenai keterkaitan antara tanggungjawab kepada Tuhan dan lingkungan dengan penggunaan uang elektronik, semua hal tersebut bisa membuat pengguna lebih nyaman, lebih terbiasa, dan bisa merasakan manfaat yang lebih besar dalam menggunakan uang elektronik.

REFERENSI

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ain, N. U., Kaur, K., & Waheed, M. (2016). The influence of learning value on learning management system use: An extension of UTAUT2. *Information Development*, 32(5), 1-16. <https://doi.org/10.1177/0266666915597546>
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior (Second Edition)*. New York: Open University Press.
- Alalwan, Ali A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Lal, B., & Williams, M. D. (2015). Consumer adoption of Internet banking in Jordan: Examining the role of hedonic motivation, habit, self-efficacy and trust. *Journal of Financial Services Marketing*, 20(2), 145-157. <https://doi.org/10.1057/fsm.2015.5>
- Alalwan, Ali Abdallah, Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Ali, F., Nair, P. K., & Hussain, K. (2016). An assessment of students' acceptance and usage of computer supported collaborative classrooms in hospitality and tourism schools. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 18, 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2016.03.002>
- Andriyanto, D., Baridwan, Z., & Subekti, I. (2019). Antecedent Perilaku Penggunaan E-Budgeting: Kasus Sistem Informasi Keuangan Desa di Banyuwangi, Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 6(2), 151-170. <https://doi.org/10.24815/jdab.v6i2.13938>
- Arenas-Gaitán, J., Peral-Peral, B., & Ramón-Jerónimo, M. A. (2015). Elderly and internet banking: An application of UTAUT2. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1), 1-23.
- Ariyanto, D., Subroto, B., Purnomosidhi, B., & Rosidi. (2014). Does the Balinese Tri Hita Karana Culture Affect the Adoption and Usage of Information Technology Systems? *Information and Knowledge Management*, 4(9), 150-161. <https://doi.org/10.1590/S1516-18462008000300012>.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Banyaknya Usaha/Perusahaan menurut Kabupaten/Kota dan Skala Usaha Hasil Sensus Ekonomi 2016. Diakses pada 15 September 2020, dari <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/08/14/134/banyaknya-usaha-atau-perusahaan-menurut-kabupaten-kota-dan-skala-usaha-hasil-sensus-ekonomi-2016.html>
- Badan Pusat Statistik (2019). Rata-rata Konsumsi per Kapita Sebulan Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota, 1997-2019. Diakses pada 15 September 2020, dari <https://bali.bps.go.id/dynamictable/2016/01/25/7/rata-rata-konsumsi->

- per-kapita-sebulan-provinsi-bali-menurut-kabupaten-kota-1997-2019.html
- Bandyopadhyay, K., & Fraccastoro, K. A. (2007). The Effect of Culture on User Acceptance of Information Technology. *Communications of the Association for Information Systems*, 19(23), 23–29. <https://doi.org/10.17705/1cais.01923>
- Dzulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). 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(2), 155–166. <https://doi.org/10.34010/miu.v15i2.555>
- El-Masri, M., & Tarhini, A. (2017). Factors affecting the adoption of e-learning systems in Qatar and USA: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). *Educational Technology Research and Development*, 65(3), 743–763. <https://doi.org/10.1007/s11423-016-9508-8>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) 4th ed.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Havidz, I. L. H., Aima, M. H., & Wiratih, H. W. R. (2018). Determinants of Intention to Recommend WeChat Mobile Payment Innovation in China to be implemented in Indonesia. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 5(7), 297–310. <https://doi.org/10.22161/ijaers.5.7.38>
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132–140. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Kang, M., Liew, B. Y. T., Lim, H., Jang, J., & Lee, S. (2015). Investigating the determinants of mobile learning acceptance in Korea using UTAUT2. *Lecture Notes in Educational Technology*, 209–216. https://doi.org/10.1007/978-3-662-44188-6_29
- Khan, I. U., Hameed, Z., Khan, S. U., & Beijing, T. (2017). Understanding Online Banking Adoption in a Developing Country: UTAUT2 with Cultural Moderators. *Journal of Global Information Management*, 25(1), 43–65. <https://doi.org/10.4018/JGIM.2017010103>
- Lubis, M. F. T., & Rahmiati, F. (2019). User Acceptance Of Online Travel Agent For Millenials and Gen Z. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 375–388. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i2.7347>
- Mahfuz, M. A., Khanam, L., & Mutharasu, S. A. (2016). The influence of website quality on m-banking services adoption in Bangladesh: Applying the UTAUT2 model using PLS. *International Conference on Electrical, Electronics, and Optimization Techniques*, 2329–2335.
- Mentari, A. C., & Bendesa, P. D. I. K. G. M. A. D. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat dalam Menggunakan Uang Elektronik di Kota Denpasar, Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 7(4), 646–676.
- Muhammad Taufik Hidayat, Qurrotul Aini, & Elvi Fetrina. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi*, 9(3), 239–247. <https://doi.org/10.22146/.v9i3.227>

- Oktafani, D., & Sisilia, K. (2020). Analisis Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Dompot Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi kasus pada Generasi Z sebagai pengguna OVO). *Jurnal Menara Ekonomi*, 6(1), 24-36. <https://doi.org/10.31869/me.v6i1.1825>
- Palau-saumell, R., Forgas-coll, S., Javier, S., & Robres, E. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants : An Expanded and Extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1-24. <https://doi.org/10.3390/su11041210>
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1369-1397.
- Pratama, A. M. (2019). Orang Indonesia Paling Banyak Pakai Uang Elektronik untuk Transaksi Ritel. Diakses pada 3 Januari 2021, dari <https://money.kompas.com/read/2019/07/15/175400126/orang-indonesia-paling-banyak-pakai-uang-elektronik-untuk-transaksi-ritel%0A>
- Putri, N. K. R. D., & Suardikha, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540-555. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i02.p20>
- Ramdhani, A. B., Rachmawati, I., Sidiq, F., & Prabowo, A. (2017). Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan UTAUT2 The Effect of Technology Adoption Electronic Money Services Telkomsel Cash Using UTAUT2. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 53-61.
- Rizal, A. (2020). Transaksi Digital Melonjak 60,8 Persen Selama Pandemi Corona. Diakses pada 15 Desember 2020, dari <https://infokomputer.grid.id/read/122161305/transaksi-digital-melonjak-608-persen-selama-pandemi-corona>
- Sutanto, Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) Dalam Perspektif The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 15(1), 37-68. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>
- Tak, P., & Panwar, S. (2016). Using UTAUT 2 Model to Predict Mobile App Based Shopping: Evidences from India. *Journal of Indian Business Research*, 9(3), 248-264. <https://doi.org/10.1108/JIBR-11-2016-0132>
- Tiara I. A., & Herlanto Anggono, A. (2020). Factors Influencing Customers Acceptance of Using the QR Code Feature in Offline Merchants for Generation Z in Bandung (Extended UTAUT2). *International Conference on Economics, Business and Economic Education 2019*, 1174-1201.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- 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. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1),

157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>

Yuan, S., Ma, W., Kanthawala, S., & Peng, W. (2015). Keep Using My Health Apps: Discover Users' Perception of Health and Fitness Apps with the UTAUT2 Model. *Telemedicine and E-Health*, 21(9), 735-741. <https://doi.org/10.1089/tmj.2014.0148>