

**ANALISIS PENERAPAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY* (UTAUT2) PADA ADOPSI PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL OVO DAYEUH KOLOT BANDUNG
(Studi kasus pada Generasi Z sebagai pengguna OVO)**

Dila Oktafani¹, Kristina Sisilia²

^{1,2}Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹dilaoktafani98@gmail.com, ²kisisilia@gmail.com

Abstract : *This research is motivated by the use of technology in the digital era. which is users are offered with a variety of easy access to many information from Internet. Technological developments have made these activities turn out to be almost instantaneous. One of the things that has changed is in the payment system. Non-cash payments are now growing up with their smartphone, users are increasingly facilitated without having to carry a card or e-wallet. With the rapid development of technology, now comes a digital wallet or e-wallet to realize a cashless society.*

This research was conducted to determine the factors that influence acceptance and interest in using OVO digital wallets to optimize service to customers. This study uses the UTAUT2 model. In this research the object of research is the generation Z. Generation Z is the youngest generation entering the workforce or also called iGeneration or internet generation. The method used in this study is a quantitative method using 100 respondents. Data processing was carried out using the PLS-SEM method with the help of smartPLS software version 2.0 and the validity and reliability test using SPSS software version 16.0.

The results of this study indicate that social influence, facilitating conditions, hedonic motivation and price value have a significant effect on behavioral intention. Where the value of t-statistic 2.405 highest price value. While other independent variables such as performance expectancy, effort expectancy and habit do not have a significant effect on behavioral intention. Meanwhile facilitating conditions, habits and behavioral intention are proven to directly have a positive and significant effect on use behavior.

Keywords : *Adoption, Behavior intention, Mobile application, SEM-PLS, UTAUT2.*

Abstrak : Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan teknologi di era digital pada saat ini yang mana penggunaannya di tawarkan dengan berbagai kemudahan dalam mengakses berbagai informasi dari internet. Perkembangan teknologi ini membuat seluruh aktivitas berubah menjadi serba instan. Salah satunya yang berubah yaitu dalam sistem pembayaran. Pembayaran non tunai sekarang makin berkembang terlebih dengan adanya smartphone, pengguna semakin dimudahkan tanpa harus membawa kartu atau dompet. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, kini hadir dompet digital atau e-wallet untuk mewujudkan cashless society.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan minat menggunakan dompet digital OVO sehingga dapat mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan. Penelitian ini menggunakan model UTAUT2. Pada penelitian ini objek penelitian yang diambil yaitu generasi Z. Generasi Z adalah Generasi paling muda yang baru memasuki angkatan kerja atau disebut juga iGeneration atau generasi internet. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan 100 sampel responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan software smartPLS versi 2.0 dan uji validitas dan realibilitas dengan menggunakan software SPSS versi 16.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social influence, facilitating condition, hedonic motivation* dan *price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*. Yang mana nilai t-statistik tertinggi yaitu price value 2,405. Sedangkan variabel independen lainnya seperti *performance expectancy, effort expectancy* dan *habit* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*. Sementara itu *facilitating condition, habit* dan

behavior intention terbukti secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

Kata kunci :Adopsi, Behavior intention ,Mobile application, SEM-PLS, UTAUT2

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi ini membuat seluruh aktivitas berubah menjadi serba instan. Salah satunya yaitu aktivitas sehari-hari yang berubah yaitu dalam sistem pembayaran. Pembayaran non tunai sekarang makin berkembang terlebih dengan adanya *smartphone*, pengguna semakin dimudahkan tanpa harus membawa kartu atau dompet. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, kini hadir dompet digital atau *e-wallet* salah satunya adalah OVO dari PT. Visionet Internasional untuk mewujudkan *cashless society*. Berdasarkan hasil survey oleh *dailysocial* pada tahun 2019, penggunaan OVO terus meningkat setiap tahunnya. OVO menjadi salah satu aplikasi pembayaran digital paling favorit dengan persentase penggunaan sebesar 58% dari pembayaran digital lainnya seperti Link aja, Dana dan Gopay. OVO ingin menjangkau layanan yang *simple payment system* dan *smart financial services*, dimana saat ini sudah ada 80 *merchant* yang sudah menjadi rekanan OVO (<https://www.ovo.id/about>, diakses tanggal 4 oktober 2019).

Peneliti melakukan pra penelitian terhadap pengguna layanan *e-wallet* yang ada di daerah dayeuh kolot, diantaranya yaitu pelajar, mahasiswa dan karyawan swasta dengan karakteristik usia yaitu 25 – 10 tahun yang mana merupakan generasi Z. Hasil survei menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mendukung orang-orang menggunakan metode pembayaran digital OVO yaitu karena merasa lebih mudah dan cepat dalam bertransaksi, banyak penawaran promo, dan biaya yang dikeluarkan sama dan bahkan lebih hemat karena adanya promo. Namun ada juga yang merasa bahwa layanan pembayaran ini tidak mudah digunakan karena harus melakukan top-up terlebih dahulu. Sehingga dari isu-isu tersebut terdapat faktor-faktor adopsi penggunaan dari layanan OVO seperti kemudahan bertransaksi, kesenangan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan OVO.

Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan dari suatu teknologi. Berbagai macam model penelitian telah dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat dan penggunaan suatu sistem teknologi, salah satunya yang terbaru adalah model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Berdasarkan poin isu yang sudah dijabarkan pola adopsi yang sesuai dalam penelitian ini ada menggunakan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi dari penelitian Vankatesh et al., 2012 karena faktor-faktor yang terdapat dari hasil survey sesuai dengan yang ada pada UTAUT2.

Penelitian ini mengaplikasikan sembilan konstruk yang menjadi faktor penentu terhadap adopsi penggunaan teknologi yang terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*,; *price value* dan *habi* sebagai variabel independen, *behavior intention* sebagai variabel intervening dan *use behavior* sebagai variabel dependen (Venkatesh et al., 2012).

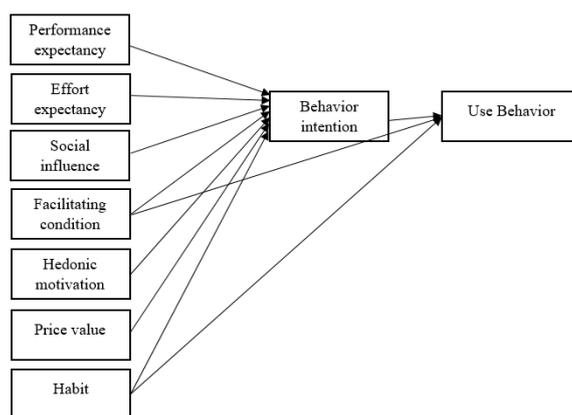
Berdasarkan fenomena diatas dan berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Vankatesh et al., (2012), Amallia Ispriandina (2019), dan Evon Tan And Jasmine Leby Lau (2015) tentang penerimaan penggunaan teknologi dengan menggunakan metode UTAUT2, oleh karna itu dengan tujuan yang sama maka penelitian ini juga akan menguji seberapa besar faktor-faktor penerimaan yang ada pada model UTAUT2 berpengaruh terhadap adopsi penggunaan dompet digital OVO di setiap aktivitas sehingga dapat mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan. Penelitian ini memfokuskan objek penelitiannya pada generasi Z yang ada di daerah dayeuh kolot Bandung

B. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam sub bab ini, peneliti akan menjelaskan teori-teori terkait dengan judul penelitian. Teori yang akan dijelaskan pada sub bab ini yaitu teori *financial technology*, *mobile payment*, uang elektronik (*e-wallet*), definisi penerimaan penggunaan, teori model UTAUT, variable model

UTAUT, Structural Equation Modeling (SEM) dan Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM). UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi terkini yang dikembangkan oleh Venkatesh, dkk. pada tahun 2003. UTAUT menggabungkan fitur-fitur yang berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi menjadikan salah satu alasan diperlukannya pengembangan atau inovasi dari model UTAUT. Hasil dari pengembangan model UTAUT ini adalah model UTAUT2. Model UTAUT2 ini dikembangkan dan diperluas oleh Venkatesh, Tong, dan Xu pada tahun 2012. Setelah melakukan evaluasi Venkatesh dkk. merumuskan tujuh konstruk yang tampak menjadi determinan langsung yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* atau *Use Behavior* dalam satu atau lebih di masing-masing model. Konstruk-construct tersebut adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value* dan *Habit*.

2.1 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Olahan Penulis

2.2 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:64), hipotesis merupakan suatu jawaban yang dibuat untuk sementara terhadap rumusan masalah yang telah dibuat pada penelitian, yang mana rumusan masalah tersebut telah dibuat atau dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena jawaban-jawaban yang dibuat hanya berdasarkan pada teori yang relevan saja dan belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui penelitian yang mendalam dan melalui pengumpulan data. Penelitian dikembangkan berdasarkan teori-teori Venkatesh, et al. 2003 dan Venkatesh et al. 2012, Taylor dan Todd (1995). Sehingga hipotesis pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. H1 : *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*
2. H2 : *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*
3. H3 : *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*
4. H4a : *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*
5. H4b : *Facilitating Condition* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*
6. H5 : *Hedonic Motivation* berpengaruh positif terhadap *Behavioral Intention*
7. H6 : *Price Value* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*
8. H7a : *Habit* berpengaruh positif terhadap *Behavior Intention*
9. H7b : *Habit* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*
10. H8 : *Behavioral Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*

C. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan studi kausalitas. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang

berlandaskan pada filsafat positifism, yang digunakan untuk meneliti suatu populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah ditetapkan pada suatu penelitian (Sugiyono, 2014:9). Menurut Indrawati (2015,184) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang melakukan suatu pengukuran yang akurat terhadap perilaku, pengetahuan, dan opini ataupun sikap.

Berdasarkan tipe dan tujuannya peneliti ini menggunakan studi kausal atau kausalitas. Kausalitas menurut Indrawati (2015,117) merupakan penelitian yang menggambarkan penyebab-penyebab dari suatu masalah yang ada melalui eksperimen ataupun non eksperimen. Sedangkan berdasarkan waktu pelaksanaan penelitiannya, penelitian ini menggunakan cross section. Metode *cross section* adalah suatu metode dimana pengumpulan data dilakukan dalam waktu yang singkat atau dalam satu periode, kemudian diolah, lalu dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulan berdasarkan data yang sudah dikumpulkan tersebut. (Indrawati, 2015:118).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono. 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat khususnya generasi Z yang menggunakan layanan dompet digital OVO di Dayeuh Kolot, Kabupaten Bandung. Karena populasi dalam penelitian ini yaitu generasi Z yang menggunakan layanan dompet digital OVO di Dayeuh Kolot, Kabupaten Bandung yang jumlahnya sangat banyak, maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

Menurut Indrawati (2015) sampel adalah bagian dari anggota-anggota populasi yang terpilih untuk terlibat dalam penelitian, baik untuk diamati, maupun dimintai pendapat tentang objek yang diteliti. Teknik sampling pada penelitian ini yaitu teknik non probability sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono. 2015). Sedangkan pengambilan sampel pada penelitian ini peneliti menggunakan sampling incidental. Sampling incidental menurut Sugiyono (2017:122) adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok dengan kriteria penelitian yang mana dapat digunakan sebagai sampel penelitian.

Jumlah minimum sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 10 kali dari jumlah terbanyak indikator pengukuran pada salah satu variabel (Hair et al., 2011). Dapat dilihat pada kerangka pemikiran bahwasanya terdapat jumlah jalur yang ada pada penelitian ini berjumlah 10 jalur, maka jumlah sample minimum pada penelitian ini adalah 100. Jadi perhitungan jumlah minimum sampel yang dibutuhkan sebagai berikut (Hair et al., 2011) :

$$\begin{aligned} N &= \text{jumlah indicator terbanyak} \times 10 \\ &= 10 \times 10 \\ &= 100 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel/responden.

3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2014:121) adalah suatu pengujian yang benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan menurut Indrawati (2015:146) uji validitas adalah sejauh mana alat ukur dapat melakukan pengukuran dan mengukur apa yang ingin diukur. Sehingga dapat dikatakan “bahwa semakin tinggi validitas suatu alat pengukuran maka alat ukur tersebut semakin mengenai sasarannya atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur” (Indrawati, 2014).

Berdasarkan uji validitas yang dilakuakn kepada 30 responden maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir pernyataan	R tabel	R hitung	Kesimpulan
<i>Performance expectancy</i>	PE1	0,361	0,769	Valid
	PE2	0,361	0,640	Valid
	PE3	0,361	0,679	Valid
	PE4	0,361	0,645	Valid
	PE5	0,361	0,813	Valid
<i>Effort expectancy</i>	EE1	0,361	0,671	Valid
	EE2	0,361	0,698	Valid
	EE3	0,361	0,728	Valid
	EE4	0,361	0,738	Valid
<i>Social influence</i>	SI1	0,361	0,696	Valid
	SI2	0,361	0,774	Valid
	SI3	0,361	0,807	Valid
<i>Facilitating condition</i>	FC1	0,361	0,620	Valid
	FC2	0,361	0,711	Valid
	FC3	0,361	0,800	Valid
	FC4	0,361	0,626	Valid
<i>Hedonic Motivastion</i>	HM1	0,361	0,733	Valid
	HM2	0,361	0,658	Valid
	HM3	0,361	0,562	Valid
	HM4	0,361	0,751	Valid
<i>Price value</i>	PV1	0,361	0,800	Valid
	PV2	0,361	0,694	Valid
	PV3	0,361	0,608	Valid
<i>Habit</i>	HT1	0,361	0,706	Valid
	HT2	0,361	0,712	Valid
	HT3	0,361	0,770	Valid
	HT4	0,361	0,646	Valid
<i>Behavior intention</i>	BI1	0,361	0,836	Valid
	BI2	0,361	0,608	Valid
	BI3	0,361	0,716	Valid
	BI4	0,361	0,694	Valid
<i>Use behavior</i>	UB1	0,361	0,891	Valid
	UB2	0,361	0,714	Valid
	UB3	0,361	0,695	Valid

Sumber : Output SPSS, 1 desember 2019

Uji reliabilitas menurut Indrawati (2015:155) adalah alat ukur yang jika dipakai dua kali atau lebih akurat untuk mengukur gejala yang sama, yang dapat menghasilkan pengukuran yang relative sama dan konsisten. Uji reliabelitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu instrument agar terpercaya dan akurat sehingga bisa membuktikan bahwa instrument-instrument yang digunakan dalam penelitian itu valid dan reliable untuk digunakan. Hasil uji reliabilitas harus akurat dan konsisten. Hasil perhitungan uji reliabilitas pada masing-masing variabel penelitian menggunakan software SPSS versi 24. Berdasarkan hasil uji reliabilitas kepada 30 responden tersebut maka diperoleh hasil sebagai berikut.

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.973	34

Sumber : Output SPSS, 1 desember 2019

3.4 Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural equation modeling (SEM) karena berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan diatas dan kompleksitas dari model ini yang mana pengujian dan pengkonfirmasiannya teoritis yang digunakan yaitu dengan menelaah teori-teori yang terkait dengan sangat mendalam. Menurut Latan (2012:6), jika suatu model penelitian yang digunakan adalah menggunakan beberapa variabel independen dan variabel dependen serta menambahkan variabel moderating maupun variabel intervening ke dalam model penelitian yang diterapkan, Maka persoalan atau permasalahan yang akan diteliti menjadi lebih rumit karena harus menggunakan beberapa persamaan regresi untuk menyelesaikannya, sehingga dibutuhkan teknik analisis lain yang lebih komprehensif. Maka untuk menjawab persoalan tersebut, teknik analisis yang dimaksud untuk menyelesaikan penelitian tersebut adalah dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan software smartPLS versi 2.0 dan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan software SPSS versi 16.0.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden pada penelitian ini disajikan dalam bentuk statistic deskriptif berupa tabel dan gambar. Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin responden, usia, pekerjaan, dan penghasilan. Hasil yang didapatkandari analisis karakteristik responden ini digunakan untuk memberikan gambaran tentang responden yang diteliti. Karakteristik responden berfungsi menggambarkan informasi awal mengenai responden yang dijadikan sampel pada penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna dompet digital OVO di Dayeuh Kolot Bandung. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yaitu sebanyak 100 responden yang mana responden tersebut merupakan generasi Z yang pernah menggunakan dompet digital OVO yang sesuai dengan karakteristik pada penelitian ini

4.2 Analisis PLS-SEM

4.2.1 Model Pengukuran (Outer Model)

Pengukuran model meliputi pengukuran *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* dilihat dengan menghitung nilai dari *item reliability*, *internal consistency* atau *construct reliability* dan AVE. Berdasarkan hasil uji *convergent validity* ini, diperoleh bahwa semua dari *loading factor* yaitu lebih besar dari 0,7 dan nilai AVE >0,5, sehingga dapat diartikan semua indikator sudah valid dalam mengukur masing-masing variabel latennya atau menunjukkan ukuran *convergent validity* yang baik. dapat diketahui bahwa semua variabel laten memiliki nilai Composite Reliability (CR) > 0,7, maka reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator memiliki kekonsistenan dalam mengukur masing-masing konstruksya.

4.2.2 Struktural Mode (Inner Model)

1. Prediction relevance (Stone-Geisser's Q2)

Pengujian Goodness of Fit model struktural pada inner model menggunakan nilai predictive-relevance (Q2). Nilai Q-square lebih besar 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance. predictive relevance digunakan untuk memberikan bukti bahwa variabel-

variabel yang digunakan dalam model mempunyai keterkaitan prediktif dengan variabel lainnya. Pengujian predictive relevance Q² dengan metode blindfolding diperoleh hasil sebagai berikut:

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)	Kesimpulan
<i>Behavior intention</i>	400,000	272,720	0,318	memiliki <i>Predictive Relevance</i>
<i>Use Behavior</i>	300,000	199,637	0,335	memiliki <i>Predictive Relevance</i>

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 4.19 hasil pengujian nilai Q² yang diperoleh adalah 0,318 dan 0,335, yang mana nilai ini > 0, yang berarti nilai Q² dalam penelitian ini memberikan bukti bahwa model penelitian memiliki keterkaitan prediktif atau *Predictive Relevance*.

Rangkuman Hasil Uji Statistik

Sub Struktur	Hubungan	Koefisien jalur	R square Parsial	R square Simultan
1	<i>Performance expectancy -> Behavior intention</i>	0,005	0,003	0,632
	<i>Effort expectancy -> Behavior intention</i>	0,039	0,022	
	<i>Social influence -> Behavior intention</i>	0,268	0,187	
	<i>Facilitating condition -> Behavior intention</i>	0,166	0,097	
	<i>Hedonic motivation -> Behavior intention</i>	0,229	0,147	
	<i>Price value -> Behavior intention</i>	0,203	0,126	
	<i>Habit -> Behavior intention</i>	0,092	0,050	
2	<i>Facilitating condition -> Use Behavior</i>	0,308	0,181	0,508
	<i>Habit -> Use Behavior</i>	0,230	0,121	
	<i>Behavior intention -> Use Behavior</i>	0,326	0,206	

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 4.20 dilihat bahwa nilai koefisien determinasi atau coefficient of determinant (R-square) diketahui bahwa Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating condition, Hedonic motivation, Price value, dan Habit memberikan pengaruh sebesar 63,1% terhadap Behavior intention. Yang mana jika nilai R-square 0,67 = kuat, 0,333 = moderat dan 0,190 = lemah (Hair et.al 2012). Dengan demikian dapat diartikan bahwa kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen itu kuat. Sedangkan variabel Facilitating condition, habit dan behavior intention terhadap Variabel Use Behavior memiliki nilai R square sebesar 0,508. hal ini menunjukkan bahwa Facilitating condition, Habit dan Behavior intention memberikan pengaruh sebesar 50,8% terhadap Use Behavior. Artinya kemampuan variabel independen terhadap use behavior dikategorikan moderat. Sisanya adalah sebesar 43,5% yang mana dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel perceived risk, perceived trust dan perceived security.

Pengujian *path coefficient* dilakukan dengan melihat nilai yang diperoleh harus >0,1 yang artinya menyatakan bahwa jalur yang ada mempunyai pengaruh dalam model penelitian tersebut (Hair.et al. 2012). Dilihat dari nilai koefisien jalurnya (Path coefficient) yang ada pada tabel 4.20 bahwa hasilnya terdapat tujuh jalur yang memiliki nilai di atas 0,1 yang mana berarti

berpengaruh dalam model penelitian ini. Sedangkan tiga jalur lainnya PE→BI, EE→BI dan HT→BI yang memiliki nilai < 0,1 sehingga model tersebut tidak berpengaruh signifikan.

1. Uji hpotesis

Berikut pembahasan hasil penelitian pengaruh adopsi layanan dompet digital OVO antar variabel pada model UTAUT2, yaitu :

Ringkasan hasil uji hipotesis

Hubungan antar variabel	Hasil
PE → BI	Ditolak
EE → BI	Ditolak
SI → BI	Diterima
FC → BI	Diterima
FC → UB	Diterima
HM → BI	Diterima
PV → BI	Diterima
HT → BI	Ditolak
HT → UB	Diterima
BI → UB	Diterima

1. Berdasarkan pengujian pengaruh dari variabel Performance Expectancy terhadap Behavior Intention diketahui bahwa H1 ditolak. Dapat dilihat pada tabel 4.21 sebelumnya diatas bahwa nilai t statistik (0,040) lebih kecil dari t tabel (1,65), sedangkan p values (0,484) > 0,05, Sehingga disimpulkan pengaruh yang diberikan oleh variabel performance expectancy terhadap behavior intention terbukti tidak signifikan. Penelitian terdahulu yang membuktikan hipotesis ini adalah penelitian yang dilakukan oleh M.adriansyah alam putra (2018), Nia aulia (2018), Nur Diana (2018). Namun terdapat pula penelitian terdahulu yang hasilnya berbeda karena performance expectancy terbukti signifikan mempengaruhi seperti penelitian yang dilakukn oleh Vankatesh et.al (2012), indrawati dan primasari (2015), Ida rosnidah, Arinal muna, Ayatulloh Michael musyaffi, Neila fariani siregar (2018), Evon tan and Jasmine leby lau (2015) dan Marius Trojanowski, Jacek kutak. Vol 25, No 2 (2017). Alasan bahwa hipotesis ini ditolak mungkin kepercayaan dari responden bahwa dengan menggunakan dompet digital digital OVO ini belum memberikan manfaat maupun keuntungan bagi masyarakat dayeuh kolot bandung khususnya bagi Generasi Z dari segi metode pembayaran digital.
2. Berdasarkan pengujian pengaruh variabel Effort Expectancy terhadap Behavior Intention. Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa H2 ditolak, karena nilai t statistik (0,463) lebih kecil dibanding t tabel (1,65) dan p values (0,322) > 0,05. Sehingga perolehan hasil ini menunjukkan bahwa Effort Expectancy tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior Intention. Penelitian terdahulu yang membuktikan hipotesis ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Nia aulia (2018), M. Adriansyah alam putra (2018), dan Nur Diana (2018). Namun terdapat pula penelitian terdahulu yang hasil yang beebeda karena effort expectancy terbukti signifikan mempengaruhi seperti penelitian yang dilakukn oleh Vankatesh et.al (2012), indrawati (2014), Ida rosnidah, Arinal muna, Ayatulloh Michael musyaffi, Neila fariani siregar (2018), Evon tan and Jasmine leby lau (2015) dan Marius Trojanowski, Jacek kutak. Vol 25, No 2 (2017). Alasan effort expectancy tidak berpengaruh signifikan terhadap behavior intention pada generasi Z yang ada di daerah Dayeuh kolot Bandung yaitu karena masyarakat yang sebagai pengguna dompet digital OVO di dayeuh kolot bandung masih belum merasakan dan menemukan kemudahan ketika bertransaksi dengan menggunakan metode pembayaran digital dari OVO.

3. Berdasarkan pengujian pengaruh variabel Social Influence terhadap Behavior Intention didapatkan bahwa H3 diterima, sehingga Perolehan hasilnya menunjukkan bahwa Social Influence berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior Intention. Yang mana berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.23, diperoleh nilai t statistik (2,120) lebih besar dibandingkan t tabel (1,65) dan p values (0,017) < 0,05. Maka disimpulkan bahwa pengaruh yang diberikan Social Influence terhadap Behavior Intention terbukti signifikan. Sehingga semakin tinggi Social Influence maka akan meningkatkan Behavior Intention dan sebaliknya semakin rendah Social Influence maka akan menurunkan Behavior Intention. Penelitian terdahulu yang juga menyatakan hipotesis yang sama adalah penelitian yang dilakukan oleh Vankatesh et.al (2012), Amallia ispriandina (2019), Gioliano putra dan maya ariyanti (2013), Ratna dzulhaida, Refi rifaldi windya giri (2015), dan Marius Trojanowski, Jacek kutak. Vol 25, No 2 (2017). Alasan hipotesis ini menghasilkan nilai yang signifikan yaitu karena masyarakat khususnya Generasi Z yang sebagai responden di penelitian ini memiliki keyakinan bahwa persepsi adopsi penggunaan dari dompet digital OVO tumbuh berdasarkan dari lingkungan eksternalnya. Jadi persepsi dari orang lain dan sekitarnya mempengaruhi adopsi penggunaan layanan pembayaran dompet digital OVO.
4. Berdasarkan pengujian pengaruh variabel Facilitating Condition terhadap Behavior Intention didapatkan hasilnya adalah H4a diterima, yang artinya perolehan hasil ini menunjukkan bahwa Facilitating Condition berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior Intention. Pada tabel 4.24 hasil pengujian yang diperoleh yaitu nilai t statistic (1,755) lebih besar dari pada t tabel (1,65) dan p values (0,040) < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan pengaruh variabel Facilitating Condition terhadap Behavior Intention terbukti signifikan. Sehingga dengan nilai dari koefisien sebesar 0,166, dapat pula disimpulkan semakin tinggi Facilitating Condition maka akan meningkatkan Behavior Intention dan sebaliknya semakin rendah Facilitating Condition maka akan menurunkan Behavior Intention. Penelitian sebelumnya yang membuktikan hipotesis dari Facilitating Condition berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior Intention adalah penelitian yang dilakukan oleh Vankatesh et.al (2012), yang mengatakan bahwa hipotesis ini berpengaruh karena jika konsumen memiliki dukungan dan sumber daya yang dibutuhkan maka mereka akan memiliki niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Penelitian lainnya juga mengatahan hal yang sama yaitu Amallia ispriandina (2019), Gioliano putra dan maya ariyanti (2013), dan Marius Trojanowski, Jacek kutak (2017). Hasil ini memungkinkan karena responden memiliki perangkat teknis yang mendukung seperti smartphone, juga memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi dari layanan dompet digital OVO.
5. Serta pengaruh variabel Facilitating Condition terhadap Use Behavior of Acceptance didapatkan hasilnya bahwa H4b diterima. Dengan dibuktikan oleh hasil pada tabel 4.25 diperoleh nilai t statistik (2,339) lebih besar dibanding t tabel (1,65) dan p values (0,010) < 0,05. Perolehan hasil ini menunjukkan bahwa Facilitating Condition berpengaruh positif signifikan terhadap Use Behavior. Maka dapat dikatakan bahwa variabel Facilitating condition berpengaruh langsung terhadap use behavior pada generasi Z sebagai pengguna dompet digital OVO yang ada di Dayeuh Kolot Bandung. Terdapat pula nilai koefisien jalur dari Facilitating Condition terhadap Use Behavior of Acceptance yang mendukung hasil ini dengan nilai sebesar 0,308, yang artinya semakin tinggi Facilitating Condition maka akan meningkatkan Use Behavior of Acceptance dan sebaliknya semakin rendah Facilitating Condition maka akan menurunkan Use Behavior of Acceptance. Penelitian sebelumnya yang membuktikan hipotesis dari Facilitating Condition terhadap Behavior Intention dan Facilitating Condition terhadap Use Behavior of Acceptance adalah penelitian yang dilakukan oleh Vankatesh et.al (2012), Amallia ispriandina (2019), Gioliano putra dan maya ariyanti (2013), dan Marius Trojanowski, Jacek kutak. Vol 25, No 2 (2017). Alasan hipotesis ini diterima karena masyarakat yang mayoritasnya Generasi Z yang menggunakan layanan pembayaran dompet digital OVO di daerah

Dayeuh Kolot Bandung adalah karena mereka merasa sumber daya, infrastruktur, teknologi maupun fasilitas pendukung lainnya yang diperlukan dan yang mendukung dalam penggunaan layanan ini tersedia. Sehingga mereka dapat merasakan manfaat dan kegunaan dari layanan dompet digital OVO tersebut.

6. Berdasarkan pengujian pengaruh variabel Hedonic Motivation terhadap Behavior Intention diperoleh hasil H5 diterima. Dapat dilihat pada tabel 4.26 diatas sebelumnya dikatakan bahwa nilai t statistik (1,934) lebih besar dibanding t tabel (1,65) dan p values (0,027) < 0,05. Dengan demikian perolehan hasil ini menunjukkan bahwa Hedonic Motivation berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior Intention. Dan juga diperoleh nilai dari Koefisien sebesar 0,229, sehingga dinyatakan semakin tinggi nilai dari Hedonic Motivation maka akan meningkatkan Behavior Intention dan sebaliknya, semakin rendah nilai dari Hedonic Motivation maka akan menurunkan Behavior Intention. Penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa hipotesis dari variabel Hedonic Motivation berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior Intention adalah penelitian yang sama yang dilakukan oleh Vankatesh et.al (2012), yang mengatakan bahwa dalam penelitiannya pengguna teknologi perlu menanggung biaya dari penggunaan suatu teknologi. Penelitian lainnya yaitu dilakukan oleh Nur Diana (2018), M. Adriansyah alam putra (2018), Gioliano putra dan maya ariyanti (2013) dan Marius Trojanowski, Jacek kutak. (2017). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hal ini membuktikan dengan penggunaan layanan dompet digital OVO sebagai metode pembayaran memberikan tingkat kesenangan tertentu bagi Generasi Z yang ada di daerah Dayeuh Kolot Bandung dari layanan-layanan yang di berikan oleh OVO. Ketika menggunakan layanan digital OVO, pengguna menemukan fitur-fitur yang beragam sehingga layanan tersebut memiliki nilai tambah tersensiri sehingga memberikan kesenangan terhadap penggunya. Oleh karna itu hedonic motivation menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi minat adopsi penggunaan layanan OVO.
7. Berdasarkan pengujian pengaruh variabel Price Value terhadap Behavior Intention diperoleh hasil bahwa H6 diterima. Maka dapat disimpulkan perolehan hasil ini menunjukkan bahwa Price Value berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior Intention. Dengan dibuktikannya pada tabel 4.27 dikatakan bahwa nilai t statistik (2,405) lebih besar dari tabel (1,65) dan p values (0,008) < 0,05. Dan nilai dari koefisien jalur Price Value terhadap Behavior Intention sendiri sebesar 0,203, yang artinya semakin tinggi nilai Price Value yang diperoleh maka akan meningkatkan Behavior Intention namun sebaliknya semakin rendah nilai Price Value maka akan menurunkan Behavior Intention. Penelitian terdahulu yang membuktikan hipotesis Price Value berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior Intention adalah penelitian yang sama dilakukan oleh Vankatesh et.al (2012), Indrawati dan primasari (2015), Nur Diana (2018), M. Adriansyah alam putra (2018), Gioliano putra dan maya ariyanti (2013). Hal ini disebabkan karena pengguna merasa mendapatkan perbandingan lebih antara manfaat yang diterima dari penggunaan layanan dompet digital OVO dengan biaya yang dikeluarkan sebanding, pengguna juga merasakan bahwa biaya yang dikenakan terkadang lebih murah sehingga dengan adanya biaya lebih murah mempengaruhi pengguna terhadap adopsi layanan digital OVO ini.
8. Berdasarkan pengujian pengaruh variabel Habit terhadap Behavior Intention diperoleh hasil bahwa H7a ditolak. Perolehan hasil ini menunjukkan bahwa Habit tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Behavior Intention. Karena nilai t statistik (0,698) lebih kecil dibanding t tabel (1,65) dan p values (0,243) > 0,05, maka pada tingkat kekeliruan 5% (One tail) dinyatakan H0 diterima dan H7a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital OVO tidak menjadi prioritas utama dalam metode pembayaran bagi pengguna, meskipun telah beberapa kali menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian yang mendukung hipotesis ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Achmad fauzi, teguh widodo dan ir. Tri djatmiko (2018) yang mengatakan bahwa hipotesisnya juga ditolak karena respondennya tidak menggunakan suatu teknologi

dengan terus menerus karena kebiasaan. Penelitian lainnya yaitu esty dwi cahyani (2015) dan raman (2013) yang juga mengatakan bahwa habit tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavior Intention.

9. Sementara berdasarkan pengaruh variabel Habit terhadap Use Behavior diperoleh bahwa hasil H7b diterima Karena nilai t statistik (2,085) lebih besar dibanding t tabel (1,65) dan p values (0,019) < 0,05. Sehingga disimpulkan perolehan hasil yang menunjukkan bahwa Habit berpengaruh positif signifikan terhadap Use Behavior. Dibuktikan juga dengan nilai Koefisien jalur Habit terhadap Use Behavior sebesar 0,230, artinya semakin tinggi Habit maka akan meningkatkan Use Behavior dan sebaliknya semakin rendah Habit maka akan menurunkan Use Behavior. Hasil penelitian yang juga mendukung hipotesis penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh yang mengatakan bahwa habit memiliki kekuatan untuk meningkatkan adopsi dari perilaku pengguna untuk terus menggunakan aplikasi mobile. Penelitian lainnya yaitu menurut Achmad fauzi, teguh widodo dan ir. Tri djatmiko, (2018) dan M. Adriansyah alam putra (2018)
10. Berdasarkan pengujian pengaruh dari variabel Behavioral Intention terhadap Use Behavior of Acceptance diperoleh hasil bahwa H8 diterima. Sehingga perolehan hasil ini menunjukkan bahwa Behavioral Intention berpengaruh positif signifikan terhadap Use Behavior of Acceptance. Yang dibuktikan oleh nilai t statistiknya (2,144) lebih besar dibanding t tabel (1,65) dan p values (0,016) < 0,05. Lalu didukung juga oleh nilai dari koefisien jalur Behavioral Intention terhadap Use Behavior of Acceptance sebesar 0,326, artinya semakin tinggi Behavioral Intention maka akan meningkatkan Use Behavior of Acceptance dan sebaliknya semakin rendah Behavioral Intention maka akan menurunkan Use Behavior of Acceptance. Penelitian terdahulu yang membuktikan hipotesis ini yaitu sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Vankatesh et.al (2012), Nur Diana (2018), M. Adriansyah alam putra (2018), Gioliano putra dan maya ariyanti (2013) dan Marius Trojanowski, Jacek kutak (2017). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat minat dari responden untuk menggunakan layanan dompet digital OVO dan kemungkinan akan digunakan dalam jangka waktu yang lama di kemudian hari karna manfaat yang dirasakan sangat menguntungkan bagi pengguna atau responden.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan serta pengujian hipotesis dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dibuat sebelumnya. Sehingga peneliti menyimpulkan hasil temuan ini sebagai berikut :

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan serta pengujian hipotesis dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dibuat sebelumnya. Sehingga peneliti menyimpulkan hasil temuan ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada penelitian ini variabel *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *facilitating condition* berada pada kategori sangat baik pada adopsi penggunaan layanan dompet digital OVO dengan penilaian sebesar 84,3%, 85,5%, dan 85,2%. Sedangkan variabel lainnya seperti *social influence*, *hedonic motivation*, *price value* dan *habit* berada pada kategori baik pada adopsi penggunaan layanan dompet digital OVO dengan persentase penilaian sebesar 75,9%, 84,0%, 83,9% dan 76,8%.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif *Behavior intention* dan *use behavior* pada adopsi penggunaan berada pada kategori baik dengan persentase penilaian sebesar 81,1% dan 80,4%. Artinya minat dan perilaku pengguna pada adopsi layanan dompet digital OVO ini memberikan indikasi kepada seseorang ataupun individu untuk menggunakan layanan pembayaran ini.
3. Berdasarkan hasil analisis pengaruh variabel independen terhadap *behavior intention*, terdapat empat faktor diantaranya berpengaruh positif signifikan yaitu *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation* dan *price value*. Keempat faktor ini terbukti

signifikan berpengaruh terhadap behavior intention dalam adopsi penggunaan dompet digital OVO pada kalangan generasi Z. sedangkan tiga variabel lainnya tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* yaitu variabel *performace expectancy*, *effort expectancy* dan *habit*.

4. Variabel *facilitating condition*, *habit* dan *behavior intention* dalam penelitian ini terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap *use behavior* pada generasi Z yang menggunakan layanan dompet digital OVO. Variabel *facilitating condition*, *habit* dan *behavior intention* ini mempengaruhi secara langsung *use behavior* terhadap adopsi layanan dompet digital OVO. Faktor yang paling mempengaruhi penggunaan layanan ini adalah *Facilitaing condition* dengan nilai paling tinggi diantara variabel lainnya yaitu 2,339, lalu diikuti oleh variabel *behavior intention* (2,144) dan *habit* (2,085).

F. DAFTAR PUSTAKA

- Amallia Ispriandina. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Mempengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung. *Jurnal Administrasi Niaga*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), "Hasil Survey Penetrasi Dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2019." Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2019
- Dwi Rizki Sabarkhah. (2018). "Pengukuran Tingkat Penerimaan Dan Penggunaan Teknologi Uang Elektronik Di Tangerang Selatan". Universitas Islam Negeri Syarifhidayatullah. Jakarta.
- Dorflritner, Hornuf, Schmit & Weber. (2017). <http://Www.Coursehero.Com/>, Diakses Pada 18 Oktober 2019.
- Evon Tan And Jasmine Leby Lau. (2015). Behavior Intention Of Adopt Mobile Banking Among Generation. *Journal management*.
- Ghozali, Imam. (2011). *Structural Equation Modeling : Metode Alternative Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gioliano Putra Dan Maya Ariyanti. (2013). Pengaruh Faktor-Faktor Dalam Modified Unified Of Acceptance And Use Of Technology2 (UTAUT2) Terhadap Niat Prospective Users Untuk Mengadopsi Home Digital Service PT.TELKOM SURABAYA. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol 12 - No 4
- Hafni. (2018). "Pengaruh Karakteristik Inovasi Dan Sistes Sosial Terhadap Adopsi Inovasi Dikelurahan Kwala Bingai Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat". Medan: USU
- Hair Et.Al (2014). *A Primer On Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. USA : Sagepublics, Inc.
- Ida Rosnidah, Arinal Muna, Ayatulloh Michael Musyaffi, Nelia Siregar. (2018). "Critical Factor Of Mobile Payment Acceptance In Mellenial Generation : Studi On The UTAUT Model". *Journal internation symposium om social sciences, education and humanities*.
- Indrawan, Rully. (2014), *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan Campuran*. Surabaya : Refika Aditama
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi Dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati And Dainty Angraini Putri. "Analyzing Factor Influencing Conyinuance Intention Of E-Payment Adopting Using Modified UTAUT2 Model." In *International Conference On Information And Communication Technology*. (2018).
- Jati, N.J., & Laksoito,H. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Dan Penggunaan System E-Tiket (Studi Empiris Pada Biro Perjalanan Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Accounting*.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2014). *Principles Of Marketing, Finteenth Edition*, England : Person Education Ltd.
- Latan, Hengkym Ghozali Imam (2012). *Partial Least Square-Konsep, Metode Dan Aplikasi Program, Warppls 2.0*. Semarang : Universiatas Diponegoro

- M. Adriansyah Alam Putra. (2018). Evaluasi Penggunaan Pada Produk Uang Elektronik E-Money Bank Mandiri Menggunakan Model UTAUT2 (Studi Kasus:Kecamatan Ciputat). Skripsi.
- Marius Trojanowski, Jacek Kutak. Vol 25, No 2. (2017). The Impact Of Moderator And Trust On Consumer's Intention To Use A Mobile Phone For Purchase. Journal management.
- Makarti Among (Dalam Yanuar Surya Putra). (2016). Jurnal Teori Perbedaan Generasi (Theoretical Review), Vol.9 No. 18 (20).
- Nia Aulia. (2018). Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2 Terhadap Minat Dan Perilaku Penggunaan E-Ticket Di Yogyakarta. Skripsi.
- Nur Diana. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Elektronik Money Di Indonesia. Skripsi
- Pribadiono, Hokum, Esa & Barat. (2016).[Http://Www.Courshero.Com/](http://www.courshero.com/), Diakses Pada 18 Oktober 2019.
- Ramadhani Al Bachri, Rachmawati Indira, & Prabowo Fajar Adi. (2017). Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telekomunikasi Cash Menggunakan Pendekatan UTAUT2. Journal Of Management. Vol.4, No 1.
- Ratna Dzulhaida, Refi Rifaldi Windya Giri. (2015). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model UTAUT2. Jurnal Ekonomi. Vol 15, No 2.
- Ramon Palau-Saumell, Santiago Forgas & Javier. (2019). User Acceptance Of Mobile Apps For Restaurants : An Expended UTAUT2. Journal sustainability.
- Santosa P.I. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif-Pengembangan Hipotesis Dan Pengujian Menggunakan SmartPLS. Yogyakarta: Andi.
- Sawono J & Narimawati U. (2015). Membuat Skripsi, Tesis Dan Disertasi Menggunakan Partial Least Square SEM (PLS-SEM). Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sholihin M & Ratmono D. (2103). Analisis SEM-PLS Dengan Warppls 3.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2016), Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tarhini, A., El-Masri, M., Ali, M. And Serrano, A., 2016. Extending The UTAUT Model To Understand The Customers' Acceptance And Use Of Internet Banking In Lebanon: A Structural Equation Modeling Approach. Information Technology & People.
- Thamhain (2013). Management Of Technology: Managing Effectively In Techlonoly-Intensive Organization..” John Wiley & Sons.
- Venkatesh, V & Davis F.D (2000) “Theoretical Ectension Of The Technology Acceptance Mode : Four Longitudinal Field Studies”, Journal. Management Science 46(2)
- Venkatesh, Visvanath Morris M.G., Davis, G.B., Dan Davis, F.D. (2003).User Acceptance Of Information Technology; Toward A Unified View. Journal. Vol 27 No 3
- Vemkatesh, V.,Thong, J.M.L., Dan Xin Xu. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technolpgy. Juournal Vol 36 No 1.
- Winduwiratsoko. (2018). Analis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Untuk Memahami Penerimaan Dan Penggunaan Layanan E-Banking Oleh Nasabah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Skripsi
- Yu, C.S., 2012. Factors Affecting Individuals To Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence From The UTAUT Model. Journal Of Electronic Commerce Research,
- Yamin, Sofyan Dan Heri Kurniawan. 2011. Partial Least Square Path Modeling. Salmeba Infotek
- Zulganef. (2018). Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen. Bandung : PT.Refika Aditama
- Zhou, T., 2013. An Empirical Examination Of Continuance Intention Of Mobile Payment Services.