

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna pada *E-Commerce* (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Padang)

Rezi Reflia Saputri¹, Novrina Chandra², Ulfi Maryati³

¹ Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, rezireflia02@gmail.com

² Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, Novrina_chandra@yahoo.com

³ Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, ulfimaryati@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Kata kunci:

Internet,

E-Commerce,

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Received : 30 September 2021

Accepted : 15 Oktober 2021

Published : 01 Februari 2022

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya perkembangan pada sistem transaksi belanja dengan teknologi *internet*. Penelitian ini menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation* dan *habit* terhadap *behavioral intention e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang. Responden dari penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Padang pengguna *e-commerce*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner melalui *google form*. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation* dan *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap *behavioral intention e-commerce*.

Pendahuluan

Semakin meningkatnya pengguna *internet* dan perkembangan media sosial yang terus berlanjut telah menghasilkan pergeseran gaya hidup masyarakat salah-satunya perubahan pada transaksi belanja konsumen yang dilakukan secara *online*. Dengan adanya perkembangan *online store* saat ini memicu banyaknya produk konvensional yang dipasarkan melalui *internet* oleh para penjual produk sehingga memunculkan fenomena *e-commerce*. *E-commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, siapapun yang terhubung dalam jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce* (Vemaat, 2008).

Menurut Putra (2016) generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1982 sampai dengan 2000. *Pew Research Center* (2010) mengemukakan bahwa generasi milenial merupakan generasi yang lebih dominan dalam menggunakan teknologi dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi milenial adalah generasi yang tumbuh pada era dimana *internet booming*, dengan kata lain generasi ini lebih banyak menggunakan teknologi instans dalam aktivitas sehari-harinya, termasuk dalam hal transaksi belanja (Putra, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna *e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang Padang. Hal yang mendorong peneliti melakukan penelitian ini ialah berdasarkan obsevasi peneliti rata-rata mahasiswa Politeknik Negeri Padang pernah membeli barang-barang secara *online*, selain itu mahasiswa Politeknik Negeri Padang yang tergolong dalam usia milenial yang cenderung menyukai suatu kegiatan bersifat efisien dan efektif dalam aktivitas sehari-harinya sehingga mendorong mereka melakukan transaksi belanja *online* melalui *e-commerce*.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penelitian dari Venkatesh et al (2003) yang mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi. UTAUT merupakan singkatan dari *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. UTAUT versi awal mengidentifikasi empat konstruk yang mempengaruhi penggunaan teknologi yaitu *performance expectancy, effort expectancy, social influence* dan *facilitating condition*. Kemudian UTAUT disempurnakan menjadi UTAUT 2 dengan menambah tiga konstruk yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* dari penggunaan suatu teknologi, yaitu *hedonic motivation, price value* dan *habit*.

Performance expectancy didefinisikan sebagai suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem akan membantu dia untuk meningkatkan kinerja dirinya dalam pekerjaan. *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan dalam menggunakan suatu sistem. *Social influence* merupakan suatu tingkat persepsi pengguna tentang apakah orang yang dianggap penting baginya (*important others*) berpikir bahwa pengguna tersebut harus menggunakan suatu sistem atau teknologi yang disarankan. *Facilitating condition* adalah persepsi pengguna tentang apakah ada sumber daya dan pendukung (*support*) yang tersedia untuk menggunakan sistem tersebut (Venkatesh et al, 2003).

Hedonic motivation didefinisikan sebagai kesenangan dari penggunaan teknologi dan telah terbukti memerankan peranan penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi. *Price value* ditemukan sebagai sesuatu yang berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan teknologi untuk sistem yang berbayar. *Habit* didefinisikan sebagai suatu tingkat manusia melakukan sesuatu secara otomatis sebagai hasil dari pembelajaran (Venkatesh et al, 2012). Pada penelitian ini, peneliti tidak menggunakan variabel *Price Value*, karena aplikasi *e-commerce* bisa didapatkan secara gratis pada *Playstore* atau *Appstore*.

Berdasarkan penjelasan peneliti diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.
- H2 : *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.
- H3 : *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.
- H4 : *Facilitating condition* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.
- H5 : *Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.
- H6 : *Habit* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dan pemilihan responden berdasarkan *accidental sampling*. Penelitian menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner *online* dalam bentuk *google form* yang dibagikan melalui *messaging* (WhatsApp). Dalam penelitian ini seluruh variabel diukur menggunakan skala *likert* dengan skor 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Setuju) dan 4 (Sangat Setuju). Penyebaran kuesioner dilakukan dari tanggal 3 Agustus 2021 hingga 6 Agustus 2021. Kuesioner disebarkan kepada 150 responden yang merupakan pengguna *e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang.

Data yang diperoleh dari responden kemudian diolah menggunakan program SPSS versi 23. Langkah pertama, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan validitas dan akurasi item-item pertanyaan pada kuesioner. Langkah kedua, peneliti melakukan uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Uji tersebut memastikan data penelitian memiliki nilai residual berdistribusi normal, serta terhindar dari gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Langkah ketiga, peneliti melakukan perhitungan regresi linear berganda. Regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel independen terhadap dependen. Langkah terakhir, peneliti juga melakukan uji koefisien determinasi, uji signifikansi simultan dan uji signifikansi parsial.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa masing-masing item pertanyaan pada kuesioner penelitian mempunyai nilai *r* hitung (*corrected item-total correlation*) > *r* table sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pertanyaan penelitian dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel Parameter	r hitung	r table	Keterangan
<i>Performance Expectancy (X1)</i>			
X11	0,849	0,159	Valid
X12	0,887	0,159	Valid
X13	0,858	0,159	Valid
X14	0,856	0,159	Valid
<i>Effort Expectancy (X2)</i>			
X21	0,905	0,159	Valid
X22	0,912	0,159	Valid
X23	0,838	0,159	Valid
X24	0,861	0,159	Valid
<i>Social Influence (X3)</i>			
X31	0,859	0,159	Valid
X32	0,895	0,159	Valid
X33	0,834	0,159	Valid
<i>Facilitating Condition (X4)</i>			
X41	0,841	0,159	Valid
X42	0,865	0,159	Valid
X43	0,864	0,159	Valid
X44	0,705	0,159	Valid
<i>Hedonic Motivation (X5)</i>			
X51	0,929	0,159	Valid
X52	0,912	0,159	Valid
X53	0,923	0,159	Valid

<i>Habit (X6)</i>				
	X61	0,723	0,159	Valid
	X62	0,853	0,159	Valid
	X63	0,849	0,159	Valid
	X64	0,692	0,159	Valid
<i>Behavioral Intention (Y)</i>				
	Y11	0,876	0,159	Valid
	Y12	0,905	0,159	Valid
	Y13	0,872	0,159	Valid

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

2. Uji Reliabilitas

Item-item pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi nilai α . Tabel berikut menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel dependen dan independen melebihi nilai $\alpha = 0,70$, sehingga semua variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Parameter Variabel	Nilai α	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0,700	0,883	Reliabel
2	<i>Effort Expectancy (X2)</i>	0,700	0,899	Reliabel
3	<i>Social Influence (X3)</i>	0,700	0,824	Reliabel
4	<i>Facilitating Condition (X4)</i>	0,700	0,829	Reliabel
5	<i>Hedonic Motivation (X5)</i>	0,700	0,910	Reliabel
6	<i>Habit (X6)</i>	0,700	0,784	Reliabel
7	<i>Behavioral Intention (Y)</i>	0,700	0,861	Reliabel

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

N	150
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,063

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa nilai *Asymp. Sign (2-tailed)* bernilai 0,063. Nilai tersebut lebih besar dari 0,050 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat interkorelasi antar variabel independen. Salah satu cara yang dilakukan untuk mengetahui gejala multikolinearitas dengan menggunakan metode *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

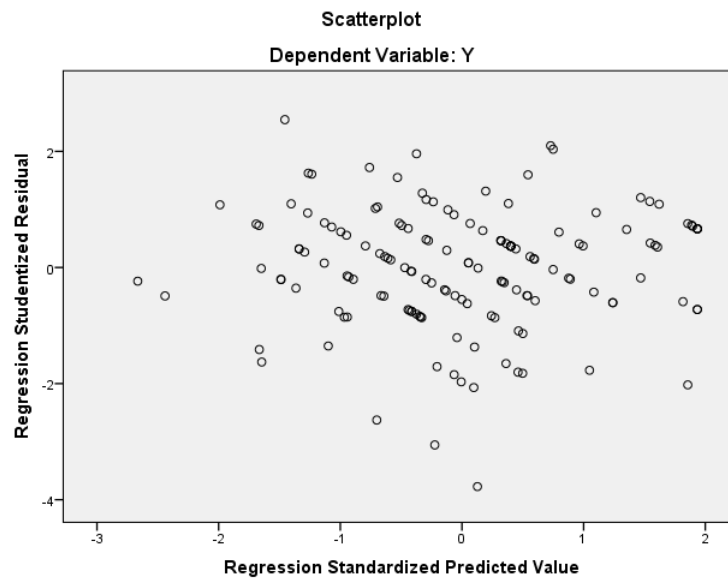
No	Parameter Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0,399	2,507
2	<i>Effort Expectancy (X2)</i>	0,328	3,047
3	<i>Social Influence (X3)</i>	0,656	1,523
4	<i>Facilitating Condition (X4)</i>	0,279	3,589
5	<i>Hedonic Motivation (X5)</i>	0,287	3,478
6	<i>Habit (X6)</i>	0,496	2,018

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan Tabel 4 diatas, maka diperoleh hasil bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Nilai *VIF* pada setiap variabel penelitian kurang dari 10. Hal tersebut menandakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Salah satu persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi yang baik adalah tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Gejala tersebut dapat menyebabkan hasil analisis regresi pada sebuah penelitian tidak akurat. Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan pada diagram *scatterplot* berikut ini :



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan Gambar 1 diatas, terlihat bahwa penyebaran titik-titik data berada diatas dan dibawah maupun disekitar angka 0 pada sumbu Y. Penyebaran data tersebut tidak membentuk pola-pola tertentu. Berdasarkan penyebaran data ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda memiliki bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut disajikan hasil uji regresi linear berganda.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

No	Parameter Variabel	B	t	Sig.
	Constant	0,744	0,931	0,354
1	Performance Expectancy (X1)	0,483	7,738	0,000
2	Effort Expectancy (X2)	0,303	3,992	0,000
3	Social Influence (X3)	0,425	5,620	0,000
4	Facilitating Condition (X4)	0,397	5,279	0,000
5	Hedonic Motivation (X5)	0,627	7,419	0,000
6	Habit (X6)	0,642	13,615	0,000

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diatas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,744 - 0,483X1 + 0,303X2 + 0,425X3 - 0,397X4 + 0,627X5 + 0,642X6 + e \tag{1}$$

Dimana :

Y = Behavioral intention

X1 = Performance Expectancy

X2 = Effort Expectancy

X3 = Social Influence

X4 = Facilitating Condition

X5 = Hedonic Motivation

X6 = Habit

e = Standart Error

5. Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase pengaruh yang diberikan variabel independen dan variabel kontrol terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi :

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

N	150
R Square	0,578
Adjusted R Square	0,561

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan hasil pengujian berikut, diketahui bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0,561. Hal tersebut berarti variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen dan variabel kontrol sebesar 56,1%. Sementara itu, 43,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik f)

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut disajikan hasil uji statistik f :

Tabel 7. Hasil Uji f

N	150
f	32,676
Sig.	0,000

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan dari data penelitian sebesar 0,00, yakni lebih kecil dari nilai sig 0,05. Diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 32,7 yakni lebih besar dari nilai F tabel yaitu sebesar 2,16. Hasil tersebut memiliki makna bahwa keseluruhan variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis penelitian. Uji statistik t dilakukan guna mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (secara parsial). Berikut disajikan hasil uji statistik t :

Table 8. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

No	Parameter Variabel	B	t	Sig.
	Constant	0,744	0,931	0,354
1	Performance Expectancy (X1)	0,483	7,738	0,000
2	Effort Expectancy (X2)	0,303	3,992	0,000
3	Social Influence (X3)	0,425	5,620	0,000
4	Facilitating Condition (X4)	0,397	5,279	0,000
5	Hedonic Motivation (X5)	0,627	7,419	0,000
6	Habit (X6)	0,642	13,615	0,000

Sumber : Output SPSS, Diolah Peneliti 2021

Berdasarkan Tabel 8 diatas, hasil pengujian dengan SPSS dapat dilihat bahwa masing-masing $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,654) dan nilai batas signifikansi α (0,050) > tingkat signifikansi masing-masing variabel. Hal ini menunjukkan bahwa:

- 1) Hasil uji hipotesis 1 (H1) menunjukkan bahwa H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Putranto dan Pramudiana (2015), Wulandari dan Yadnyana (2016), Aziz dan Kamal (2016), Pertiwi dan Aryanto (2017), Mugni dan Rikumahu (2019) serta Premi dan Widyaningrum (2020).
- 2) Hasil uji hipotesis 2 (H2) menunjukkan bahwa H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Putranto dan Pramudiana (2015), Wulandari dan Yadnyana (2016), Azis dan Kamal (2016), Mugni dan Rikumahu (2019), Premi dan Widyaningrum (2020) serta Hidayat et al (2020).
- 3) Hasil uji hipotesis 3 (H3) menunjukkan bahwa H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Putranto dan Pramudiana (2015), Wulandari dan Yadnyana (2016), Azis dan Kamal (2016), Mugni dan Rikumahu (2019), Oktafani dan Sisilia (2020), Premi dan Widyaningrum (2020) serta Hidayat et al (2020).

- 4) Hasil uji hipotesis 4 (H4) menunjukkan bahwa H4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Putranto dan Pramudiana (2015), Wulandari dan Yadnyana (2016), Azis dan Kamal (2016), Oktafani dan Sisilia (2020), Premi dan Widyaningrum (2020) serta Hidayat et al (2020).
- 5) Hasil uji hipotesis 5 (H5) menunjukkan bahwa H5 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *hedonic motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Putranto dan Pramudiana (2015), Sutanto et al (2018), Oktafani dan Sisilia (2020) serta Premi dan Widyaningrum (2020).
- 6) Hasil uji hipotesis 6 (H6) menunjukkan bahwa H6 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *habit* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Azis dan Kamal (2016), Pertiwi dan Ariyanto (2017), Sutanto et al (2018), Premi dan Widyaningrum (2020) serta Hidayat et al (2020).

Simpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dan analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa semua variabel yang diujikan pada penelitian ini dinyatakan diterima. Dimana *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation* dan *habit* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention e-commerce* pada mahasiswa Politeknik Negeri Padang. Variabel yang memiliki pengaruh terbesar ialah *habit*. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Politeknik Negeri Padang bertransaksi pada *e-commerce* disebabkan karena kecenderungan untuk menggunakan teknologi dan melakukan sesuatu bersifat instan (Putra, 2016). Kemudian variabel yang memiliki pengaruh terkecil ialah *effort expectancy*. Karena generasi milenial ialah mereka yang lahir saat *internet booming*. Sehingga generasi milenial lebih dominan menggunakan teknologi dibandingkan generasi sebelumnya (Pew Research Centre). Jadi, mereka sudah terbiasa dalam menggunakan suatu teknologi. Hasil pada penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Diantaranya penelitian dari Putranto dan Pramudiana (2015), Wulandari dan Yadnyana (2016), Aziz dan Kamal (2016), Pertiwi dan Ariyanto (2017), Mugni dan Rikumahu (2019), Premi dan Widyaningrum (2020) serta Hidayat et al (2020).

2. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, sehingga peneliti memberikan saran untuk penelitian berikutnya:

- 1) Penelitian ini hanya berfokus pada variabel pada model UTAUT 2, Sebaiknya penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain yang dianggap cocok dengan model penerimaan teknologi.
- 2) Keterbatasan waktu menyebabkan peneliti hanya mendapatkan 150 responden, sebaiknya penelitian selanjutnya dapat menambah waktu penelitian, sehingga dapat memperoleh data yang lebih banyak.
- 3) Pengumpulan data penelitian ini dengan menggunakan kuisioner, sebaiknya penelitian selanjutnya juga menggunakan wawancara sebagai instrumen penelitian.
- 4) Penelitian ini hanya berfokus pada persepsi pembeli, sebaiknya penelitian berikutnya juga melihat dari sisi penjual.
- 5) Hasil dari penelitian ini masih bersifat *general*, sebaiknya penelitian berikutnya bisa melakukan penelitian yang lebih spesifik lagi, yaitu berfokus pada salah satu jenis *e-commerce*, agar lebih terlihat persepsi individu terhadap teknologi tersebut

Referensi

- Azis, E., Ragil, D., & Kamal, M. (2016). Adopsi Teknologi Belanja Online Oleh Konsumen Umkm Dengan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 Adoption Of A Consumer Technology Online Shopping With Model Msmes Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2.
- Bandura, A. Social Learning Theory. Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- Bharata Premi, W., & Widyaningrum, W. (n.d.). Capital Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/capital>
- Daerah, S. P., Semarang, K., 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. In Jurnal Akuntansi dan Auditing (Vol. 15, Issue 1).
- Davis, F. D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," MIS Quarterly (13:3), 1989, pp. 319-339.
- Fishbein, M., and Ajzen, I. Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Addison-Wesley, Reading, MA, 1975.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IB SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study). In *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi* | (Vol. 9, Issue 3).
- Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How Habit Limits The Predictive Power Of Intention: The Case Of Information Systems Continuance 1 (Vol. 31, Issue 4).
- Mahir Pradana. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Neo-Bis*.
- Mugni, N. N., & Rikumahu, B. (2019). Analisis Niat Perilaku Penggunaan E-Money Berbasis Chip Menggunakan Model Modifikasi Utaut (Studi Kasus Pada Pengguna Flazz E-Money Di Kota Bandung) *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. Nauval Nurvian Mugni, 1(2), 614–627.
- Oktafani, D., & Kristina, S. (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). *Menara Ekonomi*. Vol. VI. No. 1. Program, I. M., Sistem, S., Stmik, I., Mandiri, N., Jl, J., Damai, N., Jati, W.,
- Margasatwa, B., & Selatan, J. (2016). Analisa Penerimaan Sistem Enterprise Resource Planning (Erp) Pada Pt Gbs Menggunakan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, XII(2).
- Putra, M Adriansyah Alam., 2018. "Evaluasi Penggunaan pada Produk Uang Elektronik E-Money Bank Mandiri Menggunakan Model Utaut 2 (Studi Kasus : Kecamatan Ciputat)". Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Uma Sekaran, 2006, *Research Methods For Business*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba.
- Sugiyono. (2018). *Metode Peneilitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In Alfabeta Bandung.
- Sutanto. Imam, G. & Sri, H.Rr. (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*. Vol. 15. No. 01.
- Syahril, Wahyuni Nur; Rikumahu, Brady (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan e-money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen* Vol 3 No 2 :201-2014.
- Taylor, S., and Todd, P. A. "Assessing IT Usage: The Role of Prior Experience," *MIS Quarterly* (19:2), 1995a, pp. 561-570.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., and Howell, J. M. "Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization," *MIS Quarterly* (15:1), 1991, pp. 124-143.
- Trisnawati, E., Suroso, A., & Kumorohadi, U. (2012). Analisis Faktor-Faktor Kunci Dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (Study Kasus Pada Konsumen Fesh Shop). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*.
- Venkatesh, V., Smith, R. H., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View 1. In *User Acceptance of IT MIS Quarterly* (Vol. 27, Issue 3).
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wulandari, Ni Putu Ary., dan I Ketut Yadnyana (2016) Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology untuk Menjelaskan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Filing di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 14(2): 1270-1297.