

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi E-Wallet Dana Di Kota Samarinda

Rezki Aguswidya Utami^{1*)}, Irwansyah²⁾

^{1,2)} Magister Administrasi Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

*Corresponding author: rezkiautami@gmail.com

ABSTRACT

This study develops the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) model. UTAUT 2 consists of the variables of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, behavioral intention, and use behavior. This study aims to examine the effect of the factors in the UTAUT 2 model on user behavior in using the DANA e-wallet application.

This study uses a quantitative approach with an explanatory type. A sample of 90 users of the DANA application in Samarinda City was selected by accidental sampling. The causality test uses partial least squares.

The results showed that performance expectancy and price value have positive and significant effects on behavioral intention; habit and behavioral intention have positive and significant effects on use behavior; effort expectancy and facilitating conditions have negative and insignificant effects on use behavior; social influence has negative yet significant effect on behavioral intention; and hedonic motivation has positive but not significant effect on behavioral intention.

Keywords: UTAUT 2, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Behavioral Intention, Use Behavior

PENDAHULUAN

Saat ini pemanfaatan internet di Indonesia sudah semakin tinggi, ditandai dengan semakin mudahnya masyarakat mengakses melalui sarana dan prasarana yang ada, terutama sarana bergerak (*mobile devices*). Pengguna internet di Indonesia pada Maret 2021 mencapai 212,35 juta jiwa, sehingga menjadi negara dengan pengguna internet nomor 3 di Asia (Kusnandar, 2021). Masyarakat Indonesia pada umumnya melakukan tiga aktivitas utama dalam menggunakan internet, yaitu membuka situs jejaring sosial, menjual atau membeli sebuah produk, dan melakukan aktivitas pembelajaran seperti yang dikatakan Basuki (2015). Pandemi COVID 19 yang tengah melanda dunia saat ini semakin mendukung perubahan pola gaya hidup masyarakat Indonesia yang perlahan-lahan bertransisi menjadi serba berbasis elektronik. Salah satu bagian yang turut berubah adalah dunia bisnis. Proses bisnis yang berbasis elektronik saat ini dikenal sebagai *electronic commerce (e-commerce)*.

Kehadiran *e-commerce* membantu para pengusaha untuk mengelola proses usahanya menjadi lebih mudah dan *cost savvy*. Kegiatan-kegiatan promosi, transaksi, inventori, dan lain-

lain dapat dilakukan secara *real-time*, tanpa terikat dengan waktu, tempat maupun jarak. Kondisi pandemi saat ini mempercepat aktivitas digitalisasi masyarakat Indonesia. Penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Pergerakan Masyarakat) sepanjang tahun 2020 hingga 2021 membuat masyarakat lebih memilih untuk berbelanja secara *online* melalui *e-commerce*. Terdapat pertumbuhan transaksi sebesar 63,36% di *e-commerce* sepanjang semester 1-2021 sebesar Rp 186,75 triliun (Uly, 2021).

Salah satu jenis bentuk layanan yang diminati oleh masyarakat saat ini adalah *e-wallet*. *E-wallet* atau dompet elektronik merupakan alternatif metode pembayaran yang memanfaatkan media *internet*. Menurut Robi'in, *et.al.* (2017), *e-wallet* merupakan bagian dari teknologi dan metode pembayaran yang telah dikembangkan di Indonesia sebagai sistem pembayaran dengan teknologi *NFC (Near Field Communication)*, pembayaran dengan teknologi *barcode*, dan teknologi pembayaran dengan menggunakan *One Time Password (OTP)* dengan menggunakan token. Hingga saat ini terdapat 38 aplikasi *e-wallet* yang telah terdaftar di Bank Indonesia dan terdapat 5 aplikasi *e-wallet* yang memiliki

pengguna aktif tertinggi di *Google Play Store*, yaitu Go-Pay, Shopee Pay, OVO, DANA, dan LinkAja (*Google Play Store*, 2021).

Dompot Digital Indonesia (DANA) didirikan pada tahun 2018 oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai pemegang saham mayoritas dan *Ant Financial* yang hingga kini dikelola oleh PT Espay Debit Indonesia Koe. DANA berfokus pada pembayaran non tunai dan non kartu. DANA berbasis *open platform*, bertujuan membantu pengguna untuk membayar tagihan bulanan seperti internet, listrik, air, telepon, BPJS, TV Kabel, dan asuransi dengan lebih mudah. DANA telah bekerja sama dengan *merchant-merchant* besar di seluruh Indonesia. Terdapat promo dan *discount/cashback* setiap melakukan transaksi dengan *merchant-merchant* DANA. Selain itu, DANA menyediakan fitur pengiriman uang antar sesama pengguna maupun antar bank gratis tanpa biaya admin. Menurut CEO DANA, dalam waktu tiga setengah bulan DANA diluncurkan, DANA telah mencapai satu juta pengguna yang merupakan platform paling cepat dibandingkan dengan platform *e-wallet* lainnya (Wardani, 2018). DANA berbeda dengan layanan transaksi keuangan digital lainnya. Infrastruktur DANA memiliki tingkat keamanan tinggi yang setara dengan perbankan. Selain itu, *Data Center* dan *Data Recovery Center* DANA juga ada di Indonesia.

Menurut Saerang selaku VP of Communication DANA, pertumbuhan transaksi DANA pada tahun 2020 terjadi di seluruh fitur DANA yang didominasi oleh fitur transfer uang. Pada Maret 2021, tercatat sejumlah laporan dari para pengguna aplikasi DANA yang mengalami kendala dalam melakukan transfer yang maupun saldo antar bank (Stephanie, 2021). Hal ini disebabkan DANA sedang melakukan *update* dan berimbas pada beberapa pengguna OS versi tertentu.

Aplikasi DANA hadir dengan serangkaian fitur yang bertujuan memudahkan transaksi pembayaran para penggunanya. Namun, sejumlah pengguna hanya mencari *cashback*/potongan tertentu yang sesuai dengan kebutuhannya, sehingga aplikasi ini hanya digunakan ketika ada *cashback* dengan *merchant-merchant* tertentu yang bekerja sama. Selain itu, kurangnya sosialisasi aplikasi DANA jika dibandingkan dengan aplikasi dompet digital sejenis lainnya membuat minat masyarakat terutama di Kota Samarinda masih

rendah untuk menggunakan aplikasi ini. Sosialisasi penggunaan dompet digital DANA masih terbatas hanya dilakukan di dalam komunitas-komunitas tertentu saja seperti para pengusaha dalam skala UMKM hingga besar, anak-anak generasi *millennial*, namun belum seluruhnya menyentuh generasi *baby boomers* maupun generasi X, di mana kedua generasi ini lebih memilih untuk menggunakan pembayaran secara *cash* dibandingkan dengan menggunakan dompet digital.

Ada banyak model penelitian yang dikembangkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan penggunaan suatu sistem teknologi. Penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dikembangkan oleh Venkatesh, *et.al.* (2012). Model UTAUT2 menunjukkan bahwa niat untuk berperilaku (*behavioural intention*) dan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi (*use behaviour*) dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh social (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*), motivasi hedonisme (*hedonic motivations*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri & Suardhika (2020) menjelaskan bahwa niat pengguna *e-money* dipengaruhi oleh kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan niat penggunaan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis yang didapatkan, serta *trade off* antara biaya dan manfaat yang diterima pengguna menggunakan *e-money* maka akan meningkatkan kepercayaan pengguna bahwa sistem tersebut memiliki manfaat yang besar di masa mendatang dan termotivasi untuk menggunakan sistem tersebut.

Dalam wawancara awal peneliti melibatkan tiga orang pengguna aplikasi *e-wallet* DANA. Ketiganya telah menggunakan DANA lebih dari dua tahun sehingga sudah familiar dengan aplikasi dompet digital ini. Menurut Ibu A, seorang pedagang *online*, aplikasi DANA adalah dompet digital yang memudahkannya pergi ke mana saja tanpa harus membawa uang fisik sehingga merasa lebih aman. Beliau mengetahui informasi tentang DANA setelah mengikuti pelatihan dari Bank Indonesia Kantor Perwakilan Kalimantan Timur pada tahun 2019. Menurut beliau,

DANA membuat aktivitas belanja menjadi lebih nyaman dan sering mendapatkan bonus sesuai dengan seringnya bertransaksi di DANA. Kelebihan lainnya yang beliau alami yaitu DANA menyediakan transfer uang antar bank tanpa biaya, membeli pulsa lebih murah, dan belanja apa saja jadi lebih mudah. Selain itu, terdapat peningkatan transaksi dalam kegiatan jual-beli *online* yang beliau lakukan sehari-hari karena banyak promo menarik dari DANA. Hingga saat ini, beliau belum pernah menemukan hambatan maupun keluhan dalam bertransaksi dengan dompet digital DANA. Dengan segala kelebihan dan keuntungan yang didapatkan membuat beliau puas menggunakan aplikasi ini serta berminat untuk menggunakannya dalam jangka panjang.

Responden kedua yaitu Bapak AJ, seorang pebisnis *online* yang mengetahui aplikasi *e-wallet* DANA dari aplikasi *e-commerce* Bukalapak. DANA bekerja sama dengan Bukalapak sebagai dompet digital yang menerima transaksi rekening penampungan bersama sebelum dana diserahkan ke penjual ataupun dikembalikan ke pembeli. Beliau telah menggunakan aplikasi ini sejak tiga hingga empat tahun yang lalu. Menurut beliau, aplikasi DANA membuat transaksi penjualannya di Bukalapak menjadi lebih mudah dan praktis. Tidak ada biaya tambahan untuk *top up* saldo menjadi fitur unggulannya. Adapun yang perlu dicermati adalah tidak ada pengaruh DANA dalam peningkatan transaksi penjualannya serta *cashback* yang diberikan tidak sebesar ketika awal-awal baru *launching*. Beliau merasa puas dengan aplikasi DANA, namun masih berpikir untuk menggunakannya dalam jangka panjang, tergantung kerjasama antara DANA dengan Bukalapak.

Responden ketiga adalah Bapak N yang memanfaatkan dompet digital DANA sejak membuka toko *online*-nya di Bukalapak sejak tiga tahun yang lalu. Menurut beliau, fitur unggulan DANA yang beliau sukai adalah DANA Bisnis dan QRIS. Dengan kehadiran DANA, beliau merasa lebih cepat, praktis, dan aman bertransaksi secara digital. Beliau merasakan terhadap peningkatan signifikan setelah menggunakan aplikasi DANA terhadap penjualan di toko tersebut. Hambatan yang dihadapi saat ini adalah masalah remit dari transaksi di luar DANA harus melewati batas waktu 1x24jam terlebih dahulu. Namun, beliau lebih memilih untuk menunggu dalam menghadapi hambatan tersebut dan didukung

dengan *call center/helpdesk* DANA merespons dengan baik. Beliau merasa puas dengan pelayanan DANA dan dalam jangka panjang beliau berminat untuk menggunakan aplikasi ini.

Dari uraian wawancara terhadap tiga responden di atas dapat disimpulkan bahwa aplikasi *e-wallet* DANA merupakan salah satu aplikasi yang dapat diandalkan, memenuhi ekspektasi-ekspektasi pengguna sehingga pengguna merasa puas, serta menimbulkan minat pengguna untuk menggunakannya dalam jangka waktu yang panjang.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi seseorang berniat menggunakan atau mengadopsi sebuah produk teknologi, seperti di antaranya *habit, perceived security, perceived privacy, dan trust* (Merhi, et.al. 2019), *compability, perceived technology security, performance expectations, innovativeness, and social influences* (Oliviera, et.al. 2016).

Penelitian Yessica dan Sutanto (2020) menyebutkan tiga faktor utama yang mempengaruhi penggunaan aplikasi DANA yaitu *convenience, compability, dan knowledge*. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Anggraini & Rachmawati (2020) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *mobile payment* OVO, faktor *social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, behavioral intention, dan trust* memiliki hubungan yang berpengaruh positif dan signifikan dalam adopsi sebuah teknologi. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa *facilitating conditions* merupakan *key determinants* bagi para pelanggan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Adapun dalam hasil penelitian Merhi, et.al. (2019) yang dilakukan di 2 negara yaitu Libanon dan Inggris menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan di Libanon, namun cukup signifikan di Inggris. Dua faktor lainnya yaitu *social influence* dan *facilitating conditions* juga tidak berpengaruh signifikan pada penelitian di Libanon. Hal ini cukup mengejutkan sebab peneliti mengasumsikan pengaruh sosial sangat tinggi di masyarakat Libanon yang menjunjung tinggi kolektivitas.

Dalam penelitian lainnya, Anggraini & Rachmawati (2019) mendapati hasil bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh positif dan

signifikan terhadap adopsi penggunaan aplikasi pembayaran OVO di Indonesia. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri & Suardhika (2020) yang mendapati bahwa variabel *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan *behavioral intention* penggunaan *e-money* di Kota Denpasar.

Atas dasar tersebut, peneliti mengambil lokus penelitian pada bagaimana penerimaan dan penggunaan aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Samarinda. Penelitian dilakukan pada para pengguna yang telah menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA lebih dari tiga bulan.

Menilik dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang menjadi penyebab penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor *performance expectancy* mempengaruhi *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA?
2. Apakah faktor *effort expectancy* mempengaruhi *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA?
3. Apakah faktor *social influence* mempengaruhi *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA?
4. Apakah faktor *facilitating condition* mempengaruhi *use behavior* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA?
5. Apakah faktor *hedonic motivation* mempengaruhi *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA?
6. Apakah faktor *price value* mempengaruhi *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA?
7. Apakah faktor *habit* mempengaruhi *use behavior* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA?
8. Apakah faktor *behavioral intention* mempengaruhi *use behavior* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA?

TINJAUAN TEORI

Financial Technology

Menurut Iswara (2018), *Fintech* memberikan beragam keuntungan kepada pengguna untuk mendapatkan servis yang lebih baik, banyak pilihan, dan harga yang lebih rendah. Mitra yang bekerja sama dengan perusahaan *Fintech* juga mendapatkan keuntungan di antaranya proses transaksi yang lebih mudah dan beban operasional serta modal yang lebih efisien. Bagi sebuah Negara, keberadaan *Fintech* akan mendorong transmisi kebijakan ekonomi, meningkatkan kecepatan

sirkulasi uang yang selaras dengan meningkatnya standar ekonomi masyarakat, khususnya di Indonesia, *FinTech* mendukung Strategi Keuangan Inklusif Nasional.

FinTech di Indonesia saat ini sudah didukung oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pada akhir 2016, OJK membuat Peraturan Jasa Otoritas Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Aturan ini ditetapkan untuk industri keuangan yang menjual dan menggunakan *FinTech* di Indonesia.

Mobile Payment

Mobile Payment merupakan alat pembayaran non-tunai dengan ponsel sebagai perangkatnya, di mana tipe pembayaran ini menggunakan berbagai media teknologi seperti NFC, QR Code, OTP (*One Time Password*) dan sebagainya. (Astarina, 2020).

Electronic Wallet

Menurut Olsen, *et.al.* (2011), *e-wallet* adalah dompet digital pribadi yang berisi instrument pembayaran elektronik seperti mata uang virtual dan pembayaran kebutuhan lainnya. Kehadiran *e-wallet* bukan sebagai pengganti transaksi tunai, tetapi melengkapi transaksi dengan uang tunai (*complementary*).

Uphadayaya (2012) menjelaskan keuntungan menggunakan *e-wallet*, yaitu:

1. Mengirim dan menerima pembayaran dari seluruh belahan dunia
2. Transfer dengan jumlah tidak terhingga (*unlimited*)
3. Akun bisa diatur sendiri dari telepon selular
4. Keamanannya dijamin oleh *provider*
5. Akses lebih cepat
6. Terdapat pemberitahuan sesaat setelah melakukan transaksi

Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Reasoned Action (TRA) adalah teori yang digunakan untuk memprediksi perilaku manusia. Teori ini diusulkan oleh Fishbein dan Azjen pada tahun 1975, menganalisis hubungan antara berbagai kriteria kinerja dan sikap seseorang, niat, dan norma subjektif (Sheppard, *et.al.* 1988). *TRA* menunjukkan bahwa setiap individu mempertimbangkan konsekuensi dari tindakan mereka sebelum mereka melakukan perilaku tertentu. Menurut teori ini, niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap perilaku dan norma subjektif (Azjen dan Madden, 1986). Sikap seorang individu terhadap perilaku

didefinisikan sebagai “perasaan positif atau negatif seseorang tentang melakukan tujuan perilaku”, sedangkan norma subjektif didefinisikan sebagai “persepsi orang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berpikir ia harus atau tidak harus melakukan perilaku yang bersangkutan” (Fishben dan Azjen, 1975). Hal tersebut mengasumsikan bahwa orang tersebut selalu memiliki pilihan untuk melakukan perilaku, sehingga niat individu untuk melakukan perilaku merupakan penentu langsung dari tindakan.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah sebuah model yang direvisi dan dirumuskan dari *TRA*. *TPB* diperkenalkan untuk memenuhi keadaan ketika perilaku seseorang tidak sukarela melakukan sesuatu. Model ini adalah suplemen model *TRA* dengan memasukkan *PBC* sebagai prediktor niat dan perilaku. *PBC* mengacu pada keyakinan tentang adanya faktor yang dapat memfasilitasi atau menghalangi kinerja suatu perilaku tertentu. Dengan kata lain, hal itu adalah persepsi, kendala, dan/atau kesempatan yang terkait dengan melakukan perilaku tertentu, seperti waktu, uang, dan keahlian. (Jati, 2012).

Menurut *TPB*, perilaku seseorang dipengaruhi oleh keyakinan tentang konsekuensi dari perilaku (keyakinan perilaku), keyakinan tentang harapan orang lain (kepercayaan normatif), dan keyakinan tentang adanya faktor-faktor yang memfasilitasi atau menghalangi kinerja perilaku (keyakinan pengendalian). Bobot relatif dari tiga faktor tersebut mempengaruhi hasil pembuatan keputusan seseorang (Azjen, 1988). Umumnya, niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu akan lebih kuat jika sikap mereka positif terhadap perilaku, keyakinan mereka tentang harapan orang lain yang positif, dan hanya ada sedikit kendala yang dirasakan terkait dengan melakukan perilaku tersebut. (Jati, 2012).

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis (1989) adalah salah satu model yang paling banyak digunakan pada penelitian Sistem Informasi (SI) karena model ini relative lebih sederhana dan mudah untuk diterapkan. Model *TAM* diadopsi dari model *Theory of Reasoned Action (TRA)*, dengan satu premis bahwa persepsi dan reaksi seseorang terhadap suatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Oleh karena itu dapat

dipahami bahwa reaksi dan persepsi pengguna sistem informasi akan mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan penggunaan sistem informasi (Jati, 2012).

Model *TAM* menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai instumens untuk menjelaskan varians pada minat pengguna (*user's intention*). Kemanfaatan (*usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa dengan menggunakan sistem maka akan dapat meningkatkan kinerja mereka. Sedangkan kemudahan penggunaan (*ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa sistem dapat digunakan dengan mudah dan dapat dipelajari sendiri. Kedua variabel model *TAM* tersebut dapat menjelaskan aspek keperilakuan pengguna (Davis, *et.al.* 1989 dalam Jati, 2012).

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

UTAUT adalah sebuah model yang menjelaskan penerimaan penggunaan sistem informasi dan perilaku penggunaanya yang diusulkan oleh Venkatesh, *et., al.* (2003). Model ini dikembangkan dengan menggabungkan beberapa model sekaligus, yaitu:

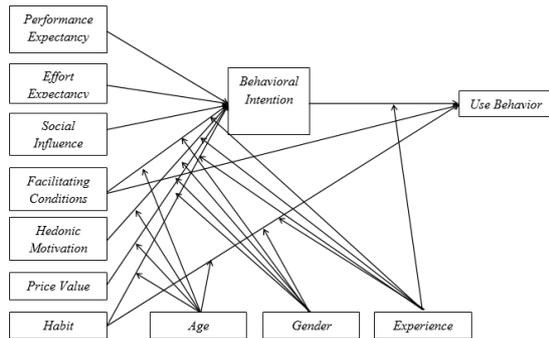
1. *Technology Acceptance Model (TAM/TAM2)* (Davis, 1989; Venkatesh and Davis, 2000),
2. *The Innovation Diffusion Theory (IDT)* (Moore and Bensabat, 1991),
3. *The Theory of Reasoned Action (TRA)* (Hill, Fishbein and Ajzen, 1977),
4. *The Theory of Planned Behaviour (TPB)* (Taylor and Todd, 1995),
5. *The Motivational Model (MM)* (Davis, Bagozzi and Warshaw, 1992),
6. *A Model of Combining TAM and TPB (C-TAM-TPB)* (Taylor and Todd, 1995),
7. *The Model of PC Utilization (MPCU)* (Thompson, Higgins and Howell 1991) dan
8. *The Social Cognitive Theory (SCT)* (Compeau and Higgins, 1995).

Pada model ini, terdapat empat variabel yang memiliki peranan penting sebagai faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* dan *use behaviour*, yaitu: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Keempat variabel ini

digagas dari delapan model yang telah disebutkan sebelumnya.

UTAUT 2 merupakan pengembangan dari model *UTAUT* yang dilakukan oleh Venkatesh, *et.al.* (2012). *UTAUT 2* bertujuan untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen (Sutanto, 2018). Terdapat penambahan 3 variabel baru dalam model *UTAUT 2* (Putranto & Pramudiana, 2015).

Gambar 1 – Model *UTAUT 2*



Performance Expectancy

Performance expectancy didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mencapai keuntungan dalam meningkatkan kinerja. Pada konsep ini terdapat gabungan variabel-variabel yang diperoleh dari penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. Menurut Venkatesh, *et.al.* (2003) variabel-variabel tersebut adalah:

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

Effort Expectancy

Effort Expectancy adalah tingkat terpengkasnya upaya (tenaga dan waktu) seseorang untuk melaksanakan pekerjaannya yang dibantu dengan kemudahan menggunakan suatu sistem. Terdapat tiga konstruk pada teori atau model sebelumnya untuk menyusun variabel ini, yakni *perceived ease of use* (TAM/TAM2), *complexity* (MPCU) dan *ease of use* (IDT) (Venkatesh, *et.al.* 2003).

Social Influence

Ketika individu beranggapan orang lain telah meyakinkan dirinya untuk menggunakan sistem baru. Model ini mengandung kombinasi variabel-variabel dari model penelitian

sebelumnya terkait penggunaan teknologi serta model penerimaan. Variabel tersebut meliputi:

1. Norma subjektif
2. Faktor-faktor sosial
3. Gambaran

Faktor sosial ialah faktor yang menentukan tujuan perilaku dalam penggunaan teknologi informasi, disajikan sebagai norma subjektif di *TRA*, *TAM*, *TPB*, faktor sosial di *MPCU*, serta citra di *IDT* (Venkatesh, *et.al.* 2003).

Facilitating Conditions

Venkatesh, *et.al.* (2003) menjabarkan bahwasanya *facilitating conditions* ialah sampai mana individu percaya bahwasanya keberadaan organisasi serta infrastruktur teknis guna mendukung pemakaian sistem. Konsep tersebut ada kombinasi variabel dari model penelitian terdahulu terkait dengan adopsi serta pemakaian model teknologi informasi. Variabel-variabel itu yakni:

1. Kontrol perilaku
2. Kondisi-kondisi yang memfasilitasi
3. Kompabilitas

Hedonic Motivation

Hedonic Motivation berasal dari kesenangan menggunakan teknologi serta sudah terbukti berperan penting dalam keputusan untuk merangkul dan menggunakan teknologi. *hedonic motivation* dalam konteks konsumen sudah diidentifikasi sebagai penentu penting penggunaan serta penerimaan teknologi (Brown & Venkatesh, 2005).

Price Value

Venkatesh, *et. al* (2012) menjabarkan bahwasanya, *price value* kemungkinan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi pada konsumen. Jika pengguna merasa bahwa manfaat penggunaan teknologi lebih besar daripada pengeluaran biaya, *price value* dinyatakan positif dan berpengaruh terhadap niat penggunaan. Biasanya konsumen akan menanggung biaya moneter penggunaan teknologi, sementara karyawan tidak. Struktur biaya dan harga dapat berdampak signifikan pada penggunaan teknologi oleh konsumen.

Habit

Habit adalah sampai mana individu secara otomatis cenderung melakukan suatu perilaku sebab sebelumnya telah mempelajarinya (Limayem, *dkk.* 2007). Pengaturan kebiasaan ada dua cara yang tidak sama. Pertama, kebiasaan diukur dengan sampai mana individu percaya bahwasanya

perilaku adalah otomatis. Kedua, kebiasaan dianggap sebagai perilaku sebelumnya (Kim & Malhotra, 2005).

Behavioral Intention

Behavioral Intention diperkenalkan dalam TRA oleh Martin Fishbein dan Ajzen dalam Jogiyanto (2007). Teori ini merupakan gabungan perilaku, minat, sikap, serta keyakinan. Minat adalah prediktor terbaik dari perilaku. Cara yang terbaik untuk mengetahui apa yang individu lakukan yakni dengan mengetahui minat orang tersebut. Minat ditentukan oleh sikap dan norma subjektif.

Use Behavior

Use Behavior ialah frekuensi atau intensitas penggunaan teknologi informasi oleh pengguna. Perilaku menggunakan teknologi informasi sangat tergantung pada evaluasi pengguna sistem. Teknologi informasi dipakai ketika para pengguna tertarik untuk menggunakan teknologi informasi. Dengan menggunakan teknologi informasi, kinerja dapat pengguna tingkatkan, membuatnya lebih mudah digunakan, dan meningkatkan pengaruh lingkungan mereka. Selain itu, yang mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi informasi yakni kondisi kemudahan pengguna dalam mempergunakan teknologi informasi. Hal ini penting karena tanpa adanya kemudahan yang memadai sehingga penggunaan teknologi itu tidak akan terlaksana (Jati, 2012).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah Pendekatan kuantitatif dengan data *cross sectional* (menjelaskan situasi/kegiatan pada saat tersebut), yaitu mengkuantitatifkan data dan melakukan generalisasi atas hasil yang didapatkan dari sampel yang mewakili populasi yang diteliti (Arikunto, 2006). Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data berupa tanggapan pengguna aplikasi dompet digital DANA yang berdomisili di Samarinda terkait penerimaan dan penggunaan teknologi dan pengaruhnya terhadap kehidupan mereka sehari-hari. Dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2), data kemudian dianalisis agar menemukan temuan penting terkait permasalahan penelitian.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei dilakukan dengan mengambil

sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Penelitian ini merupakan *explanatory research* atau penelitian penjelasan, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Sanusi, 2011).

Lokasi penelitian dilakukan pada pengguna aplikasi dompet digital DANA yang berdomisili di Kota Samarinda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil evaluasi model struktural (*inner model*) diketahui *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dengan besar pengaruh sebesar 38%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) suatu aplikasi maka akan meningkatkan minat penggunaan (*behavioral intention*) pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Merhi, *et.al.* (2019) dan Oliveira, *et.al.* (2016) yang mendapati bahwa *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Artinya penelitian ini memperkuat teori yang menyatakan bahwa semakin baik tingkat *performance expectancy* akan meningkatkan *behavioral intention* pengguna. Hasil penelitian ini memantapkan hubungan *performance expectancy* dan *behavioral intention* dengan arah hubungan positif. Semakin baik tingkat ekspektasi kinerja maka minat penggunaan pengguna aplikasi DANA akan semakin tinggi.

2. *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention*

Effort expectancy tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi usaha (*effort expectancy*) suatu aplikasi tidak serta merta meningkatkan minat penggunaan (*behavioral intention*) pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Merhi, *et.al.* (2019) yang menyimpulkan *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral*

intention. Hasil penelitian ini belum mampu memberikan dukungan empiris hubungan positif antara *effort expectancy* dan *behavioral intention*. Artinya masih diperlukan bukti empiris lagi, karena hubungan tersebut belum konsisten.

3. *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention*

Social influence berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, namun memiliki hubungan negatif. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Merhi, *et.al.* (2019). Anggraini & Rachmawati (2019) juga membuktikan *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Namun pada penelitian ini justru membuktikan bahwa pengaruh sosial yang rendah meningkatkan minat penggunaan aplikasi DANA.

4. *Facilitating Conditions* terhadap *Use Behavior*

Facilitating conditions tidak berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Merhi, *et.al.* (2019), Anggraini & Rachmawati (2019), serta Putri & Suardhika (2020) yang menyimpulkan *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Hasil penelitian ini belum mampu memberikan dukungan empiris hubungan positif antara *facilitating conditions* dan *use behavior*. Artinya masih diperlukan bukti empiris lagi, karena hubungan tersebut belum konsisten.

5. *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*

Variabel *hedonic motivation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Merhi, *et.al.* (2019), Anggraini & Rachmawati (2019), dan Putri & Suardhika (2020) yang menyimpulkan *hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini belum mampu memberikan dukungan empiris hubungan positif antara *hedonic motivation* dan *behavioral intention*. Artinya masih diperlukan bukti empiris lagi, karena hubungan tersebut belum konsisten.

6. *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*

Variabel *price value* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Anggraini & Rachmawati (2019). Putri & Suardhika (2020) juga mendapati bahwa *price value* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Artinya penelitian ini memperkuat teori yang menyatakan bahwa semakin baik tingkat *price value* akan meningkatkan *behavioral intention* pengguna. Hasil penelitian ini memantapkan hubungan *price value* dan *behavioral intention* dengan arah hubungan positif. Semakin sesuai (*worth it*) nilai uang yang dikeluarkan pengguna, maka akan meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan aplikasi DANA.

7. *Habit* terhadap *Use Behavior*

Variabel *habit* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Oliveira, *et.al.* (2016) dan Merhi, *et.al.* (2019). Penelitian yang dilakukan oleh Raihan & Rachmawati (2019) dan Putri & Suardhika (2020) juga mendapati bahwa *habit* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini memperkuat teori yang menyatakan bahwa semakin baik tingkat *habit* akan meningkatkan *use behavior* pengguna. Hasil penelitian ini memantapkan hubungan *habit* dan *use behavior* dengan arah hubungan positif. Semakin sering pengguna membiasakan menggunakan DANA maka akan meningkatkan perilaku penggunaan aplikasi DANA.

8. *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior*

Variabel *behavioral intention* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Merhi, *et.al.* (2019). Penelitian yang dilakukan oleh Latifah dan Anggraini (2019) dan Putri & Suardhika (2020) juga mendapati bahwa *behavioral intention* berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini memperkuat teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *behavioral intention* maka akan meningkatkan *use behavior* pengguna. Hasil penelitian ini memantapkan hubungan *behavioral intention* dan *use behavior* dengan arah hubungan positif. Semakin pengguna memiliki minat untuk menggunakan DANA maka akan meningkatkan perilaku penggunaan aplikasi tersebut.

PENUTUP

Berdasarkan hasil, analisis, dan pembahasan, kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Samarinda.
2. *Effort expectancy* berpengaruh tidak signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Samarinda.
3. *Social influence* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Samarinda.
4. *Facilitating conditions* berpengaruh tidak signifikan terhadap *use behavior* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Samarinda.
5. *Hedonic motivation* berpengaruh tidak signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Samarinda.
6. *Price value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Samarinda.
7. *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* pengguna aplikasi *e-wallet* DANA di Kota Samarinda.
8. *Behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* mempengaruhi perilaku penggunaan mereka untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan serta keterbatasan penelitian, maka peneliti mengajukan saran:

1. Pihak penyedia aplikasi *e-wallet* DANA agar bisa memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *e-wallet* seperti faktor *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *hedonic motivation*. Upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh pihak developer di antaranya meningkatkan sistem operasi dan *user interface* agar lebih *user friendly* serta mudah digunakan sehingga memenuhi ekspektasi usaha dari pengguna.
2. Pihak penyedia aplikasi *e-wallet* DANA diharapkan dapat menjalin kerjasama dengan pemerintah maupun *influencer* GenZ dalam menggencarkan sosialisasi dan promosi terkait aplikasi *e-wallet* DANA. Selain itu, dengan sering mengadakan

promo-promo yang menarik untuk memancing lebih banyak pengguna untuk merekomendasikan penggunaan aplikasi *e-wallet* ke calon-calon pengguna potensial lainnya.

3. Upaya lainnya yaitu pihak penyedia aplikasi *e-wallet* DANA diharapkan segera mengevaluasi layanan *customer service* agar memberikan pelayanan *fast response* kepada pengguna yang mendapati kendala saat menggunakan aplikasi. Fasilitas *customer service* yang membantu menyelesaikan masalah transaksi pelanggan dengan cepat cenderung akan menarik pelanggan untuk memilih menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA.
4. Pihak penyedia aplikasi *e-wallet* DANA diharapkan dapat menjalin kerjasama dengan investor dan berbagai *merchant* lainnya untuk memberikan tawaran *cashback* yang menggiurkan bagi pengguna untuk menarik minat mereka menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA.
5. Bagi penelitian selanjutnya di masa yang akan datang, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat mengadakan penelitian lanjutan mengenai aplikasi DANA dengan variabel-variabel yang berbeda maupun ditambahkan dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, E. L., & Rachmawati, I. (2019). Analysis Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Using the UTAUT2 Model (A Case Study of OVO in Indonesia). *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2(3), 168–175. www.ijrsred.com
- Astarina, S. (2020). 3 tren mobile payment di Indonesia, sekarang di fase mana? Retrieved February 25, 2021, from <https://blog.mokapos.com/tren-mobile-payment-di-indonesia>
- Badan Pusat Statistik. (2015). Persentase Pengeluaran Perkapita Sebulan di Kota Samarinda 2015. Retrieved December 27, 2020, from <https://samarindakota.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik Kalimantan Timur. (2015). Proyeksi Penduduk Kabupaten/Kota Provinsi Kalimantan

- Timur 2015-2025. Retrieved February, 25, 2021, from <https://kaltim.bps.go.id>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, Vol. 25 No. 8
- Fathi, S. 2014. Analisis Penerimaan E-Wallet di Indonesia: Studi Kasus Doku Wallet. *Journal of Information Communication and Technologies*, 1-87, from: <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/2015-12/20392860-TA-Syahrul%20Fathi.pdf>.
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariance dengan Program IBM SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Husaini, A. (2020). Snapcart survei penggunaan e-wallet oleh konsumen, ini DIA urutan penguasanya. Retrieved February 25, 2021, from <https://keuangan.kontan.co.id/news/snapcart-survei-penggunaan-e-wallet-oleh-konsumen-ini-dia-urutan-penguasanya>
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial leastsquares (pls) dengan smartpls 3.0
- Indrawati, R., Anwar, S., & Kartono, R. (2019). *Ekombis Sains Jurnal Ekonomi , Keuangan Dan Bisnis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Payment Ovo Di Samarinda Master of Management , Binus Business School , Binus University E-ISSN : 2502 - 1798 PENDAHULUAN Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Bisnis. 4.*
- Iswara, V. (2020). DANA catat 3 juta transaksi per hari pada tahun lalu. Retrieved February 25, 2021, from <https://keuangan.kontan.co.id/news/dana-catat-3-juta-transaksi-per-hari-pada-tahun-lalu>
- Iswara, V. (2020). Vincent Iswara, CEO DANA: Interview. Retrieved February 25, 2021, from <https://oxfordbusinessgroup.com/interview/efficient-transactions-vincent-iswara-ceo-dana-development-cashless-payment-technology-and-its>
- Jannah, N.Z. (2017). Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Buying Interest* dan *Buying Decision* melalui Aplikasi Go-Jek di Kota Samarinda. Samarinda: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
- Jati, N. J. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*, Yogyakarta : Andi Offset, Yogyakarta.
- Kominfo. (2015). Menkominfo: Pemerintah Dorong Pertumbuhan E-Commerce Indonesia. Retrieved December 27, 2020, from https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6020/Menkoinfo%3A+Pemerintah+Dorong+Pertumbuhan+e-Commerce+Indonesia/0/berita_satker
- Kuncoro. (2011). *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi)*, Yogyakarta : Penerbit Erlangga
- Limayem, M., Hirt, S. G., Cheung, C. (2007). How habit limits the predictive power of intention: the case of information systems continuance. *MIS Quarterly*, 31(4): 705–737. <https://doi.org/10.2307/25148817>
- Kim, S., Malhotra, N. (2005). A longitudinal model of continued is use: an integrative view of four mechanisms underlying post-adoption phenomena. *Management Science*, 51(5):741-755. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1040.0326>
- Kusnandar, V.B. (2021). Pengguna internet Indonesia peringkat ke-3terbanyak di Asia. Retrieved Desember 15, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese

- and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*, 59(January), 101151. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(August), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Olsen, M., Hedman, J., & Vatrapu, R.K. (2011). E-Wallet Properties: Designing Digital Payment Artifacts. <https://doi.org/10.1109/ICMB.2011.48>
- Pardede. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis) Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*, Jakarta : Rineka Cipta
- Putri, N. K. R. D., & Suardhika, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30, 540–555.
- Raihan, T., & Indira Rachmawati, I. S. (2019). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Wallet Adoption Using Utaut 2 Model (a Case Study of Dana in Indonesia). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 3717–3717.
- Saerang, S. (2021). Pengguna dompet digital dana naik jadi 45 juta orang hingga 2020. Retrieved February 25, 2021, from <https://keuangan.kontan.co.id/news/pengguna-dompet-digital-dana-naik-jadi-45-juta-orang-hingga-2020>
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Buku 2 Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat
- Slade, E. L. , Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology and Marketing*, 32(8), 860–873. <https://doi.org/10.1002/mar.20823>
- Siswanto, R. A. (2020). 4 E-wallet terpopuler di Indonesia, kelebihan dan kekurangannya. Retrieved February 25, 2021, from <https://www.pricebook.co.id/article/head2head/2020/02/03/9651/perang-e-wallet>
- Stephanie, C. (2021). Pengguna dana mengeluh tidak bisa tarik dan transfer saldo. Retrieved June 1, 2021, from <https://tekno.kompas.com/read/2021/03/24/08480037/pengguna-dana-mengeluh-tidak-bisa-transfer-dan-tarik-saldo>
- Sugiono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Bandung : Alfabetha.
- Uly, Y. A. (2021). BI sebut kenaikan transaksi digital kerek pertumbuhan ekonomi RI. Retrieved Desember 15, 2021, from <https://money.kompas.com/read/2021/08/06/214300826/bi-sebut-kenaikan-transaksi-digital-kerek-pertumbuhan-ekonomi-ri>
- Upadhayaya, A. (2012). ElectronicCommerce and E-Wallet. *International Journal of Recent Research and Review*, 1
- Venkatesh V. *et.al.*. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly* 27. 3, 425–78. <http://misq.org/user-acceptance-of-information-technology-toward-a-unified-view.html>
- 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*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Yessica, Y., & Sutanto, E. M. (2020). Faktor yang mempengaruhi pemilihan aplikasi pembayaran seluler. *Journal of Business and Banking*, 10 (1), 53. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2139>
- _____. (2020). 5 fakta penting dana dompet digital Indonesia. Retrieved February 25, 2021, from <https://xdana.com/artikel/5-fakta-dana-dompet-digital-i>