

ANALISIS NIAT DAN PERILAKU PENGGUNA APLIKASI DOMPET DIGITAL BERDASARKAN FAKTOR KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN RISIKO YANG DIRASAKAN (PENGAPLIKASIAN METODE UTAUT2)

Rois Korniwawan*

Program Studi Magister Manajemen Sistem Informasi, Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya No.100, Kota Depok, Jawa Barat

*Corresponding author: rois.korniwawan@gmail.com

Abstrak

Berdasarkan laporan Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Transaksi uang elektronik yang banyak digunakan adalah uang elektronik berbasis server (dompet digital). Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menganalisis niat dan perilaku pengguna aplikasi dompet digital berdasarkan faktor keamanan, kepercayaan dan risiko yang dirasakan (pengaplikasian metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2- UTAUT 2). Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi dompet digital (Gopay, Ovo, Dana, Shopeepay dan LinkAja) yang berdomisili di Jabodetabek. Data yang digunakan adalah data kuesioner yang disebar secara daring dan dianalisis dengan menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan Kondisi fasilitas, kebiasaan, pengaruh sosial dan motivasi hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku. Selain itu niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna. Harapan kinerja, harapan usaha, nilai harga, keamanan dan kepercayaan yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku.

Kata Kunci: dompet digital, behavior intention, use behavior, UTAUT2

Abstract

Based on Bank of Indonesia reports, the value of electronic money transactions continues to increase every year. The electronic money transactions that are widely used are server-based electronic money (digital wallets). The purpose of this research is to examine user intentions and behavior of digital wallet application users based on security, trust and perceived risk factors (using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2- UTAUT 2 method). Participants in this research are digital wallet application users (Gopay, Ovo, Dana, Shopeepay and LinkAja) who live in Jabodetabek. The data used is questionnaire data distributed online and analyzed using Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM). The research results show that facility conditions, habits, social influences and hedonic motivation have a significant influence on behavioral intentions. Apart from that, behavioral intentions have a significant effect on user behavior. Meanwhile, performance expectancy, effort expectancy, price value, perceived security and perceived trust do not have a significant effect on behavioral intentions.

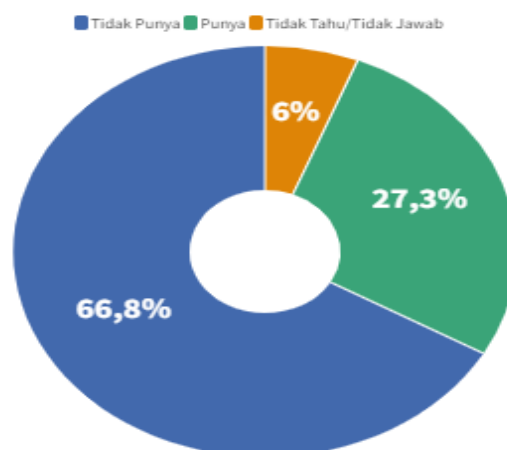
Keywords: digital wallet, behavior intention, use behavior, UTAUT2

PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia pada tahun 2022, menemukan bahwa presentase tingkat penetrasi internet di

Indonesia periode 2018-2022 terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, dimana pada periode 2021-2022 sebesar 77,02% mencapai 210 juta jiwa penduduk Indonesia yang mengakses internet dan sekitar 89,03% mengakses internet dengan menggunakan perangkat *smartphone/tablet*. hal ini mendorong perubahan perilaku pada masyarakat menjadi *online* seperti berbelanja ataupun dalam sistem transaksi pembayaran. Sistem transaksi pembayaran mengalami perubahan dari sebelumnya tunai menjadi pembayaran digital.

Berdasarkan data yang dipublikasi oleh Bank Indonesia, tingkat pemanfaatan uang digital sebagai alat pembayaran non tunai terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Uang elektronik yang banyak digunakan di Indonesia adalah uang elektronik berbasis server/aplikasi atau lebih dikenal dompet digital. Dompet digital adalah salah satu inisiatif pembayaran *e-commerce* yang muncul sebagai salah satu solusi pembayaran non tunai yang inovatif (Kapoor, Sindwani, Goel, & Shankar, 2022). Dompet digital memfasilitasi penggunaannya untuk mengirim dan menerima uang, menyimpan dana, serta dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi finansial seperti pembayaran *e-commerce*, bayar token listrik, *top up* pulsa, bayar BPJS, investasi dan lain sebagainya. Kehadiran dompet digital sebagai alat pembayaran non tunai dapat mengurangi risiko penipuan atau kehilangan uang karena semua transaksi dicatat oleh sistem sehingga mudah dilacak. Selain itu, dompet digital sudah dilengkapi dengan fitur keamanan yang canggih, dengan menyediakan proteksi tambahan menggunakan teknologi keamanan seperti enkripsi data, sidik jari, verifikasi wajah, *one time password* (OTP) dan fitur keamanan lainnya. Dengan berbagai fasilitas yang dimiliki dan fitur keamanan yang disematkan, diharapkan mampu meningkatkan kenyamanan, efisiensi, dan keamanan dalam melakukan transaksi. Akan tetapi, meski banyak kelebihan dan manfaat yang ditawarkan, masih banyak orang yang belum mengadopsi layanan dompet digital. Dalam sebuah sumber yang berasal dari website DataIndonesia.id (2022), dapat diketahui presentase kepemilikan dompet digital di Indonesia tahun 2022 sebesar 27,3% orang sudah memiliki dompet digital, sedangkan 66,8% orang tidak memiliki dompet digital (Gambar 1).



Gambar 1. Kepemilikan Dompet Digital di Indonesia

Sumber: DataIndonesia.id (2022)

Temuan tersebut mengindikasikan masih banyak orang yang belum mengadopsi layanan dompet digital di Indonesia. Menurut Muzaldin, Abdul Rahman, Sarifudin, dan Zaini, (2022) salah satu penghambat adopsi dompet digital karena minimnya fasilitas

layanan yang mendukung untuk melakukan pembayaran. Merhi, Hone, dan Tarhini (2019) mengungkapkan bahwa penghambat adopsi teknologi karena konsumen masih enggan dan ragu untuk menggunakan teknologi baru terkait kemudahan penggunaan, efektivitas teknologi, keterampilan pengguna serta risiko keamanan yang dirasakan. Kekhawatiran pengguna tersebut menurut Pratama dan Renny (2022) didasarkan pada kepercayaan dan risiko yang akan terjadi kedepannya.

Dalam penelitian ini, salah satu variabel yang akan dianalisis adalah *behavioral intention* atau niat perilaku. Niat perilaku berkaitan dengan keinginan seseorang dalam menggunakan dompet digital dengan tujuan dan harapan tertentu, sehingga dapat diketahui faktor yang mempengaruhi niat adopsi. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya mengenai *behavioral intention* yang menyatakan hasil tidak sama seperti penelitian de Blanes Sebastián, Antonovica, dan Guede, (2023), Korkmaz, Fidanoglu, Ozcelik, dan Okumus, 2021; Merhi et al., (2019); Muzaldin et al., (2022); Rasli et al., 2020; Sankaran dan Chakraborty, (2021); Yeoh, 2022). Variabel lain yang akan dianalisis yaitu *use behavior* atau perilaku pengguna. Perilaku pengguna berkaitan dengan frekuensi dan konsistensi pengguna aplikasi dalam menggunakan dompet digital, sehingga dapat diketahui intensitas pengguna dalam menggunakan aplikasi dompet digital. beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan hasil tidak sama mengenai perilaku pengguna adalah penelitian Nikolopoulou, Gialamas, dan Lavidas, (2021), Pratama dan Renny, (2022).

Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis niat perilaku dan perilaku pengguna aplikasi dompet digital dengan faktor keamanan, kepercayaan dan risiko yang dirasakan untuk responden yang berada di JABODETABEK dengan model UTAUT2. Kontribusi penelitian ini adalah pengembangan model mengenai penerimaan teknologi dengan harapan dapat memberikan masukan terhadap perusahaan jasa penyedia layanan dompet untuk meningkatkan adopsi aplikasi dompet digital dan memberikan kontribusi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai model UTAUT2.

KERANGKA TEORI

Metode penelitian ini didasarkan pada teori model UTAUT ke 2 untuk menganalisis niat perilaku dan perilaku pengguna yang diperluas dengan 3 faktor seperti faktor keamanan, kepercayaan dan risiko yang dirasakan sebagai faktor pendukungnya. Berikut ini adalah uraian tentang UTAUT 2 dengan faktor yang terdapat didalamnya.

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

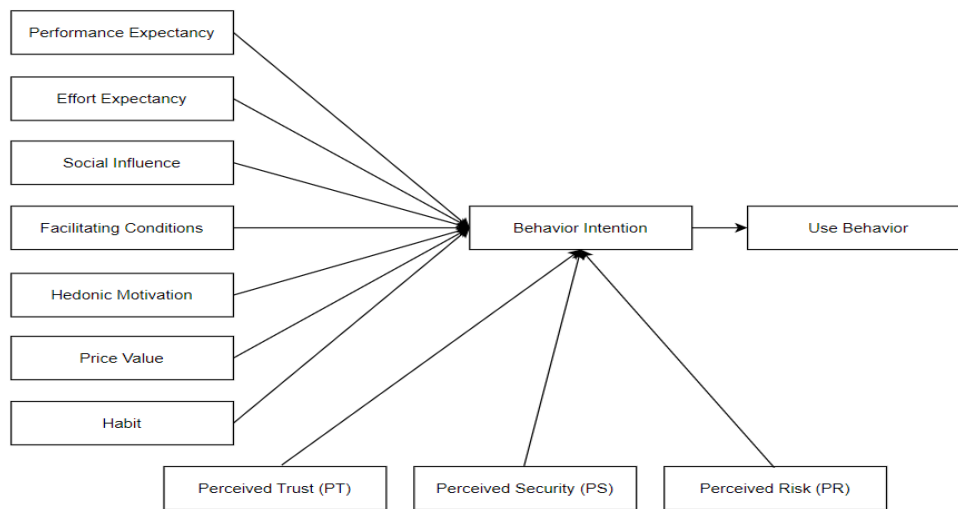
Model UTAUT2 adalah model teoritis terkait penerimaan dan penggunaan suatu teknologi pengembangan model UTAUT oleh Venkatesh, Thong, dan Xu, (2012). Model UTAUT2 dirancang dengan maksud memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi di berbagai konteks oleh beberapa elemen yaitu performa pengguna, usability, normatif subjektif, kondisi fasilitas, harga, sikap dan Kebiasaan. Dalam penelitian ini model UTAUT2 diperluas dengan 3 faktor seperti persepsi keamanan, persepsi kepercayaan dan risiko yang dirasakan. Berikut adalah beberapa dimensi kunci dari UTAUT2 yang memberikan pemahaman yang lebih baik tentang niat dan perilaku pengguna, (1)**Harapan kinerja (PE)**: Menjelaskan sejauh mana penggunaan teknologi dapat membantu mencapai tujuan kerja; (2)**Harapan usaha (EE)**: Menjelaskan tentang sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi memberikan kemudahan bagi penggunanya; (3)**Pengaruh sosial (SI)**:

Menjelaskan tentang sejauh mana pengguna merasa ada tekanan sosial untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi tertentu; (4) **Kondisi fasilitas (FC)**: merupakan persepsi pengguna terkait dengan dukungan sumber daya atau infrastruktur yang memadai; (5) **Motivasi hedonis (HM)**: menjelaskan bahwa penggunaan teknologi memberikan pengalaman yang menyenangkan; (6) **Nilai harga (PV)**: Sejauh mana pengguna percaya bahwa biaya penggunaan teknologi sebanding dengan manfaat yang diterima; (7) **Kebiasaan (HB)**: merupakan akumulasi dari proses pembelajaran atau pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi; (8) **Persepsi Kepercayaan (PT)**: merupakan persepsi pengguna dalam menggunakan sebuah teknologi terkait aturan, privasi dan keamanan dari penyedia layanan (Yeoh, 2022); (9) **Persepsi Risiko (PR)**: merupakan potensi kerugian secara negatif yang akan diterima dalam menggunakan teknologi (Xie, Ye, Huang, & Ye, 2021); (9) **Persepsi Keamanan (PS)**: merupakan sejauh mana pengguna percaya bahwa kerahasiaan informasi data sensitif terjaga dalam menggunakan teknologi (Merhi et al., 2019).

Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian mengenai niat perilaku dan perilaku pengguna oleh beberapa peneliti sebelumnya, seperti penelitian yang telah dilakukan (de Blanes Sebastián et al., 2023) mengembangkan model UTAUT2 dengan menambahkan faktor kepercayaan, keamanan dan risiko yang dirasakan. Penelitian ini mengungkap bahwa faktor sosial dan kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku, sedangkan Schmitz, Díaz-Martín, dan Yagüe Guillén, (2022) menemukan bahwa harapan kinerja, motivasi hedonis, kebiasaan, keamanan yang dirasakan dan keunggulan produk berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention*. Sankaran dan Chakraborty, (2021) menemukan *effort expectancy*, *moneter value*, *emotional value* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention*. Pratama dan Renny, (2022) dalam penelitiannya menemukan harapan usaha, harapan kinerja, kondisi fasilitas, harga, kebiasaan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku serta kebiasaan dan niat perilaku memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku pengguna. Penelitian yang dilakukan oleh Nikolopoulou et al., (2021) mengungkapkan *performance expectancy*, *hedonic motivation*, *habit*, *technological pedagogical knowledge* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* dan kebiasaan, serta *behavioral intention* berpengaruh secara signifikan terhadap *use behavior*. Korkmaz et al., (2021) mengungkapkan bahwa harapan kinerja, pengaruh sosial, kebiasaan, persepsi risiko, kepercayaan yang dirasakan berpengaruh secara signifikan pada niat perilaku. Nguyen, Nguyen, Mai, dan Tran, (2020) mengungkapkan harapan kinerja, harapan usaha, kondisi fasilitas, pengaruh sosial, kebiasaan, motivasi hedonis, dan kepercayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku dan kondisi fasilitas, kebiasaan berpengaruh terhadap *use behavior*. Singh, Sinha, dan Liébana-Cabanillas, (2020) menemukan *perceived ease of use*, *usefulness*, *attitude* perilaku pengguna. Rasli et al., (2020) menemukan *effort expectancy*, *habit*, *hedonic motivation*, *price value*, *information quality* berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Gharaibeh, Gharaibeh, Gharaibeh, dan Bdour, (2020) menemukan *social media*, pengaruh sosial, motivasi hedonis, *habit*, *performance expectancy* dan *facilitating condition* berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention*. Merhi et al., (2019) menemukan kebiasaan, keamanan, privasi, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Muzaldin et al., (2022) menemukan persepsi keamanan, *perceived trust*, *perceived risk*, *hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku.

Yeoh (2022) menemukan persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan pengaruh sosial berdampak secara signifikan terhadap niat perilaku. Adapun hasil dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa harapan kinerja (PE), harapan usaha (EE), pengaruh sosial (SI), kondisi fasilitas (FC), motivasi hedonis (HM), kebiasaan (HB), harga (PV), kepercayaan (PT), keamanan (PS) dan risiko yang dirasakan (PR) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention* dan niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*.



Gambar 2. Model Penelitian

Hipotesis model penelitian ini sebagai berikut.

Hipotesis 1, H_1 : Terdapat pengaruh harapan kinerja terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan

Hipotesis 2, H_2 : Terdapat pengaruh harapan usaha terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan

Hipotesis 3, H_3 : Terdapat pengaruh sosial terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan

Hipotesis 4, H_4 : Terdapat pengaruh kondisi fasilitas terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan

Hipotesis 5, H_5 : Terdapat pengaruh motivasi hedonis terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan

Hipotesis 6, H_6 : Terdapat pengaruh nilai harga secara negatif terhadap niat perilaku yang signifikan

Hipotesis 7, H_7 : Terdapat pengaruh kebiasaan terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan

Hipotesis 8, H_8 : Terdapat pengaruh persepsi kepercayaan terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan

Hipotesis 9, H_9 : Terdapat pengaruh risiko yang dirasakan secara negatif terhadap niat perilaku yang signifikan

Hipotesis 10, H_{10} : Terdapat pengaruh persepsi keamanan terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan

Hipotesis 11, H_{11} : Terdapat pengaruh niat perilaku terhadap perilaku pengguna yang positif dan signifikan

METODE PENELITIAN

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Faktor	Pertanyaan
1	Harapan Kinerja	<p>Aplikasi dompet digital memiliki kegunaan dalam kehidupan sehari-hari</p> <p>Saya percaya menggunakan dompet digital dapat berkontribusi pada peningkatan produktivitas saya</p> <p>Saya meyakini penggunaan dompet digital dapat meningkatkan probabilitas saya untuk mencapai hal-hal yang krusial</p> <p>Saya percaya dompet digital mempermudah saya dalam penyelesaian banyak hal secara lebih cepat</p>
2	Harapan Usaha	<p>Saya merasa aplikasi dompet digital terasa user-friendly saat digunakan</p> <p>Penggunaan dompet digital dapat saya pahami dengan mudah</p> <p>Saya dapat dengan mudah berinteraksi dengan fitur-fitur pada aplikasi dompet digital.</p> <p>Menjadi terampil dalam menggunakan dompet digital adalah hal yang mudah bagiku</p>
3	Pengaruh Sosial	<p>Orang-orang terdekat (keluarga/ sahabat) saya merekomendasikan untuk menggunakan dompet digital</p> <p>Menggunakan aplikasi dompet digital adalah simbol status sosial di lingkungan saya</p> <p>Orang-orang mempengaruhi perilaku saya dan menganggap saya harus memanfaatkan dompet digital</p> <p>Saya memanfaatkan aplikasi dompet digital karena kebanyakan orang disekitar saya juga menggunakan</p>
4	Kondisi Fasilitas	<p>Saya mempunyai kemampuan yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi dompet digital</p> <p>Dompet digital menghemat waktu saya dengan menghindari pergi ke kantor cabang bank serta menunggu dalam antrian</p> <p>Saya memiliki kualifikasi keahlian yang cukup untuk memanfaatkan aplikasi dompet digital</p> <p>Aplikasi dompet digital mendukung interoperabilitas dengan teknologi yang saya gunakan</p>
5	Motivasi Hedonis	<p>Saya senang menggunakan dompet digital</p> <p>Saya merasa termotivasi untuk memanfaatkan aplikasi dompet digital</p> <p>Saya merasakan petualangan baru, ketika memakai dompet digital</p> <p>Saya memanfaatkan dompet digital untuk mengikuti tren</p>
6	Nilai Harga	<p>Menggunakan aplikasi dompet digital menghemat uang, dibandingkan dengan layanan perbankan lainnya</p> <p>Aplikasi dompet digital membantu saya memanfaatkan berbagai diskon dan penawaran online</p> <p>Saya merasa dompet digital menawarkan nilai yang lebih baik untuk keuangan saya</p> <p>Menurut saya memakai aplikasi dompet digital itu mahal</p>

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel (lanjutan)

No	Faktor	Pertanyaan
7	Kebiasaan	Saya merasa familiar dan terbiasa dengan dompet digital.
		Saya merasa ketergantungan pada penggunaan dompet digital
		Saya merasa dompet digital sudah menjadi kebiasaan yang tak terpisahkan dari keseharian saya
		Saya harus menggunakan dompet digital dalam setiap aspek kehidupan saya (seperti mengecek saldo dan bertransaksi online)
8	Niat Perilaku	Saya berencana konsisten memanfaatkan dompet digital ke depannya
		Saya berkeinginan untuk mengadopsi dompet digital sebagai bagian keseharian saya
		Saya berniat untuk tetap memanfaatkan dompet digital.
		Saya akan mendukung penggunaan aplikasi dompet digital dan metode pembayaran online lainnya di masa mendatang
9	Perilaku Pengguna	Saya mengadopsi dompet digital minimal seminggu sekali
		saya secara konsisten menggunakan dompet digital
10	Persepsi Kepercayaan	Saya percaya bahwa aplikasi dompet digital aman dan dapat dipercaya
		Saya merasa yakin syarat dan ketentuan penggunaan dompet digital diuraikan dengan jelas pada aplikasi
		Saya merasa yakin aplikasi dompet digital dapat diandalkan dalam penyediaan layanan keuangan
		Saya percaya bahwa aplikasi dompet digital mengutamakan prioritas pengguna.
11	Persepsi Risiko	Saya merasa bertransaksi menggunakan dompet digital tidak aman
		Saya merasa informasi pribadi dan keuangan saya tidak aman
		Saya merasa bertransaksi dengan dompet digital tidak sepenuhnya aman
		Saya khawatir tentang risiko privasi saya ketika bertransaksi dengan dompet digital
12	Persepsi Keamanan	Bertransaksi menggunakan aplikasi dompet digital lebih aman dibandingkan dengan uang tunai
		Saya merasa yakin aplikasi dompet digital terlindungi dari serangan malware dan dapat melakukan pencegahan secara tepat waktu.
		Saya merasa yakin dan aman ketika menggunakan aplikasi dompet digital
		Aplikasi dompet digital mampu melindungi data privasi dan detail pribadi saya

Penelitian terdahulu terkait model UTAUT2 telah dibahas pada bagian sebelumnya, maka faktor yang menjadi kunci pada penelitian ini adalah harapan kinerja (PE), harapan usaha (EE), dampak sosial (SI), kondisi fasilitas (FC), motivasi hedonis (HM), nilai harga (PV), habit (HB), persepsi kepercayaan (PT), persepsi keamanan (PS) dan persepsi risiko (PR). Faktor yang diamati adalah niat perilaku (BI) dan perilaku pengguna (UB). Metode pengumpulan data yang digunakan, menggunakan kuesioner yang disebar secara daring. Penghitungan instrumen dengan skala likert dengan pernyataan sebagai berikut: sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Dalam penelitian ini menghilangkan opsi netral dengan alasan memiliki arti ganda atau dapat diartikan tidak memiliki jawaban. Teknik analisis menggunakan metode statistik

multivariat dengan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) dan pendekatan PLS (*Partial Least Squares*). Uji statistika dilakukan dengan dua pengujian yaitu pengujian *outer model* seperti uji validitas dan uji reabilitas. Dan pengujian *inner model* seperti Uji *R-square*, Uji *Q2*, *F-square*, Uji *Goodness of Fit Index (GoF Index)* dan Uji *t-statistics*. Definisi operasional variabel selengkapnya pada Tabel 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan sampel responden yang diperoleh dari kuesioner daring menggunakan *google form*, diperoleh sebanyak 76 responden. Periode pengumpulan data kuesioner bulan April 2023 dalam kurun waktu kurang lebih 3 minggu dengan lokasi responden yang berada di JABODETABEK. Diperoleh responden sejumlah 52,6% laki-laki atau sejumlah 40 orang dan 47,4% perempuan atau sejumlah 36 orang dengan tingkat pendidikan SMA sejumlah 9 orang atau 11,8%, D1/D3 ada 6 orang atau 7,9%, S1 sejumlah 58 orang atau 76,3% dan S2 sejumlah 3 orang atau 3,9%. Hal ini dapat dipahami bahwa pengguna dompet digital adalah mereka yang memiliki latar belakang pendidikan dimana sebagian besar adalah mereka yang berpendidikan tinggi yang artinya mereka mampu memahami dan membaca syarat dan ketentuan yang ada pada layanan dompet digital. Selain itu, dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan dompet digital rata-rata adalah mereka yang sudah memiliki penghasilan sendiri dengan rata-rata penghasilan > 9 juta sebanyak 31 orang, penghasilan antara 7 juta-9 juta sebanyak 8 orang, penghasilan 5juta-7 juta sebanyak 19 orang, penghasilan 3jutat-5 juta sebanyak 12 orang, penghasilan 1juta-3 juta sebanyak 5 orang dan kurang dari 1 juta sebanyak 1 orang. Jenis dompet digital yang paling banyak digunakan dan populer adalah Gopay, Ovo, ShopeePay, Dana dan LinkAja. Jenis layanan dompet digital yang sering digunakan mulai dari pembayaran, transfer dana, menyimpan dana, donasi dan investasi dengan demikian dapat dipahami bahwa responden menggunakan dompet digital sebagai alternatif layanan *financial* tanpa harus ke bank konvensional.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dilakukan untuk memastikan tingkat kelayakan atau tidaknya butir-butir pertanyaan yang diajukan pada kuesioner. Butir pertanyaan dapat dianggap layak jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Untuk nilai r_{tabel} dari nilai $n=76$ maka didapatkan $Df = n - 2 = 76 - 2 = 74$ dengan signifikansi 95% ($\alpha=5\%$) maka r_{tabel} sebesar 0,2257, dan nilai korelasi *cronbach's alpha* dari seluruh item pertanyaan kuesioner yang diajukan didapatkan sebesar 0.934. Hasil uji validitas menunjukkan terdapat satu variabel yang tidak lulus uji validitas yaitu pada variabel persepsi risiko, dimana variabel tersebut tidak lulus uji validitas dimana untuk nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$. Hasil uji validitas dan reliabilitas selengkapnya disajikan dalam Tabel 2 dan Tabel 4.

Uji R-Square

Hasil uji *R-square* menunjukkan niat perilaku sebesar 73,8 persen dipengaruhi oleh harapan kinerja (PE), harapan usaha (EE), pengaruh sosial (SI), kondisi fasilitas (FC), nilai harga(PV), kebiasaan (HB), kepercayaan yang dirasakan, persepsi keamanan, sedangkan 26,2 persen dipengaruhi oleh faktor lainnya. Perilaku pengguna(UB) dipengaruhi secara langsung oleh niat perilaku (BI) sebesar 39,1 persen, dimana 60,9 persen dipengaruhi oleh faktor lainnya, ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Elemen	Indikator	Outer Loadings	Deskripsi
Harapan Kinerja(PE)	PE01	0.773	Layak
	PE02	0.860	Layak
	PE03	0.841	Layak
	PE04	0.813	Layak
Harapan Usaha(EE)	EE01	0.890	Layak
	EE02	0.796	Layak
	EE03	0.873	Layak
	EE04	0.915	Layak
Pengaruh Sosial(SI)	SI1	0.788	Layak
	SI2	0.853	Layak
	SI3	0.886	Layak
	SI4	0.878	Layak
Kondisi Fasilitas (FC)	FC01	0.725	Layak
	FC02	0.833	Layak
	FC03	0.902	Layak
	FC04	0.887	Layak
Motivasi Hedonis (HM)	HM_2	1.000	Layak
Nilai Harga (PV)	PV1	0.838	Layak
	PV2	0.797	Layak
	PV4	0.857	Layak
Kebiasaan (HB)	HB1	0.880	Layak
	HB2	0.713	Layak
	HB3	0.753	Layak
	HB4	0.906	Layak
Niat Perilaku (BI)	BI1	0.910	Layak
	BI2	0.882	Layak
	BI3	0.927	Layak
	BI4	0.805	Layak
Perilaku Pengguna (UB)	UB1	0.905	Layak
	UB2	0.905	Layak
Persepsi Kepercayaan (PT)	PT01	0.855	Layak
	PT02	0.866	Layak
	PT03	0.840	Layak
	PT04	0.831	Layak
Persepsi Keamanan (PS)	PS1	0.848	Layak
	PS2	0.759	Layak
	PS3	0.845	Layak
	PS4	0.811	Layak

Tabel 3. Hasil Uji R-square

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Niat Perilaku(BI)	0.769	0.738
Perilaku pengguna(UB)	0.399	0.391

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Ghozali & Latan, 2015). Nilai uji reliabilitas dikatakan baik jika

memiliki nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 (Chin, 1998).

7777 Hasil uji reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Variable</i>	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>(rho_a)</i>	<i>(rho_c)</i>	<i>AVE</i>
Niat Perilaku(BI)	0.904	0.913	0.933	0.779
Harapan Usaha(EE)	0.892	0.907	0.925	0.756
Kondisi Fasilitas(FC)	0.863	0.908	0.905	0.705
Kebiasaan(HB)	0.832	0.871	0.888	0.668
Persepsi Keamanan(PS)	0.835	0.860	0.889	0.667
Persepsi Kepercayaan(PT)	0.871	0.885	0.911	0.719
Harapan Kinerja(PE)	0.841	0.851	0.893	0.676
Nilai Harga(PV)	0.776	0.777	0.870	0.691
Pengaruh Sosial(SI)	0.878	0.905	0.914	0.726
Perilaku Pengguna(UB)	0.780	0.780	0.901	0.820

Hipotesis dan Pembahasan

Hasil uji *t-statistic* dilakukan untuk melihat pengaruh setiap variabel untuk memperoleh hasil keputusan dalam penelitian. Hasil uji *t-statistics* telah dijabarkan secara rinci pada Tabel 5. Berikut ini adalah pembahasan untuk pengaruh setiap variabel sesuai dengan hipotesis penelitian ini:

Hipotesis 1: terdapat pengaruh harapan kinerja terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji *T-statistics* menemukan untuk nilai *t-values* sebesar $1,406 < 1,96$ dan untuk nilai *p-values* sebesar $0,160 > 0,05$, hal ini dapat diinterpretasikan bahwa h_0 diterima dan h_1 ditolak. Dengan kata lain untuk harapan kinerja tidak mempengaruhi niat perilaku. Hasil ini konsisten dengan hasil studi yang telah dilaksanakan oleh de Blanes Sebastián et al. (2023), Merhi et al. (2019), Rasli et al. (2020), Sankaran dan Chakraborty (2021); yang menemukan bahwa faktor harapan kinerja(PE) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku(BI) tetapi tidak sesuai dengan hasil studi Korkmaz et al. (2021), Nguyen et al. (2020); Nikolopoulou et al. (2021), Pratama dan Renny (2022), Singh et al. (2020) yang menemukan bahwa harapan kinerja(PE) mempengaruhi secara signifikan terhadap niat perilaku(BI).

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh harapan usaha terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji *t-statistics* menemukan untuk nilai *t-values* sebesar $1,082 < 1,96$ dan untuk nilai *p-values* sebesar $0,279 > 0,05$, maka dapat diartikan untuk h_0 diterima dan h_1 ditolak. Dengan kata lain harapan kinerja tidak mempengaruhi terhadap niat perilaku. Temuan ini sesuai dengan studi yang telah dilaksanakan oleh de Blanes Sebastián, et.al., (2023), Korkmaz et al. (2021); Muzaldin et al. 2022; Nikolopoulou, et.al.(2021), Schmitz, et.al.,(2022) yang menemukan harapan usaha (EE) tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap niat perilaku (BI), tetapi tidak sesuai dengan hasil studi Nguyen et al. (2020); Pratama dan Renny (2022), Rasli et al. (2020), Sankaran dan Chakraborty (2021) yang menemukan bahwa faktor harapan usaha (EE) mempengaruhi secara signifikan terhadap niat perilaku (BI).

Hipotesis 3: Terdapat pengaruh sosial terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji *t-statistics* menemukan untuk nilai *t-values* sebesar $2,143 > 1,96$ dan untuk nilai *p-values* sebesar $0,032 < 0,05$ nilai *original sample* $-0,146$. Hal ini dapat diartikan h_0 ditolak dan h_1 diterima. Dengan kata lain faktor pengaruh sosial berpengaruh

secara negatif terhadap niat perilaku. Temuan ini sesuai dengan hasil studi yang telah dilakukan oleh de Blanes Sebastián, et.al.(2023), Gharaibeh et al. (2020), Korkmaz et al. (2021), Nguyen et al. (2020), Singh et.al (2020) yang menemukan faktor pengaruh sosial (SI) berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku(BI). Hasil tersebut tidak sesuai dengan hasil studi Nikolopoulou, Gialamas, dan Lavidas (2021), Pratama dan Renny (2022), Rasli et al. (2020), Sankaran dan Chakraborty (2021), Schmitz, et.al. (2022) yang menemukan faktor pengaruh sosial (SI) tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap niat perilaku (BI). Hal ini dapat dipahami bahwa pengguna aplikasi dompet digital menggunakan layanan dompet digital bukan karena manfaat yang dimiliki, namun karena efek dari lingkungan baik keluarga atau rekan kerja yang mendorong untuk menggunakan dompet digital serta menganggap menggunakan dompet digital sebagai simbol status sosial

Hipotesis 4: Terdapat pengaruh kondisi fasilitas terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji *T-statistics* menemukan untuk nilai *t-values* sebesar 2,475 > 1,96 dan untuk nilai *p-values* sebesar 0,013 < 0,05 dan nilai *original sample* 0.230 maka dapat diinterpretasikan h_0 ditolak dan h_1 diterima. Dapat dikatakan kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap niat perilaku. Temuan ini sesuai dengan hasil studi yang telah dilakukan oleh (Gharaibeh et al. 2020; Pratama and Renny 2022) yang menemukan bahwa kondisi fasilitas (FC) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap niat perilaku (BI) namun tidak sesuai dengan hasil studi (de Blanes Sebastián et al. 2023; Korkmaz et al. 2021; Nguyen et al. 2020; Nikolopoulou et al. 2021; Rasli et al. 2020; Schmitz et al. 2022) yang menemukan bahwa kondisi fasilitas (FC) tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap niat perilaku (BI). Hal ini dapat dipahami bahwa aplikasi dompet digital telah memiliki kondisi infrastruktur, organisasi dan teknis yang memadai sehingga pengguna merasa mudah untuk menggunakan layanan ini, sehingga meningkatkan niat perilaku untuk memanfaatkan aplikasi dompet digital.

Hipotesis 5: Terdapat pengaruh motivasi hedonis terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji *t-statistics* menemukan untuk nilai *t-values* sebesar 3,000 > 1,96 dan untuk nilai *p-values* sebesar 0,003 < 0,05 dan nilai *original sample* 0,329 maka dapat diinterpretasikan h_0 ditolak dan h_1 diterima. Dapat dikatakan bahwa faktor motivasi hedonis mempengaruhi secara positif terhadap niat perilaku. Temuan ini sesuai dengan hasil studi yang telah dilakukan oleh (Gharaibeh et al. 2020; Muzaldin et al. 2022; Nguyen et al. 2020; Rasli et al. 2020) yang menemukan bahwa motivasi hedonis (HM) berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku(BI). Tetapi tidak sesuai dengan hasil studi (de Blanes Sebastián, et.al., 2023; Korkmaz et al. 2021; Pratama and Renny 2022; Schmitz, Díaz-Martín, and Yagüe Guillén 2022) yang menemukan bahwa motivasi hedonis(HM) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (BI). Dapat dipahami bahwa pengguna merasa senang dan puas dengan layanan dan penawaran yang diberikan dompet digital sehingga merasakan pengalaman baru, dan dompet digital sudah menjadi tren di kehidupan masyarakat saat ini.

Hipotesis 6: terdapat pengaruh nilai harga terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji *T-statistics* menemukan untuk nilai *t-values* sebesar 0,571 < 1,96 dan untuk nilai *p-values* sebesar 0,568 > 0,05 maka dapat diinterpretasikan untuk h_0 diterima dan h_1 ditolak. Dapat dikatakan untuk nilai harga tidak mempengaruhi terhadap niat perilaku. Temuan ini sesuai dengan hasil studi yang telah dilakukan oleh (de Blanes Sebastián et.al., 2023; Korkmaz et al. 2021; Nguyen et al. 2020) yang menemukan faktor nilai harga(PV) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku, temuan ini tidak sesuai dengan hasil studi (Pratama & Renny 2022; Rasli et al. 2020) yang menemukan

faktor nilai harga (PV) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat perilaku (BI).

Hipotesis 7: Terdapat pengaruh kebiasaan terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji *t-statistics* menemukan untuk nilai *t-values* sebesar $3,784 > 1,96$ dan untuk nilai *p-values* sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *original sample* 0.365 maka dapat diinterpretasikan untuk h_0 ditolak dan h_1 diterima. Dapat dipahami bahwa faktor kebiasaan berpengaruh positif terhadap niat perilaku. Temuan ini sesuai dengan hasil studi yang telah dilakukan oleh de Blanes Sebastián, et.al., (2023), Gharaibeh et al. (2020), Nguyen et al. (2020), Nikolopoulou, et.al (2021), Pratama dan Renny (2022) yang menemukan faktor kebiasaan (HB) berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku, tetapi tidak sesuai dengan hasil studi Schmitz, et.al (2022) yang menemukan faktor kebiasaan (HB) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku(BI). Hal ini dapat dipahami pengguna aplikasi dompet digital merasa familiar dan menganggapnya sebagai sesuatu yang alamiah atau spontan dalam penggunaan sehari-hari, sehingga dapat memacu niat untuk mengadopsi dompet digital.

Hipotesis 8: Terdapat pengaruh persepsi kepercayaan terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji *T-statistics* menemukan untuk nilai *t-values* sebesar $1.925 < 1.96$ dan untuk nilai *p-values* sebesar $0.054 > 0.05$ maka dapat dipahami untuk h_0 diterima dan h_1 ditolak. Dengan demikian persepsi kepercayaan tidak mempengaruhi niat perilaku. Temuan ini sesuai dengan hasil studi yang telah dilakukan oleh (Yeoh 2022) yang menemukan faktor persepsi kepercayaan(PT) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (BI), tetapi temuan ini tidak sejalan dengan hasil studi (Korkmaz et al. 2021; Muzaldin et al. 2022) yang menemukan faktor persepsi kepercayaan (PT) berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (BI).

Hipotesis 9: Terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji validitas menunjukkan untuk variabel *Perceived Risk* tidak lulus uji, maka untuk variabel persepsi risiko tidak dapat ditarik kesimpulan.

Hipotesis 10: Terdapat pengaruh persepsi keamanan terhadap niat perilaku yang positif dan signifikan. Hasil uji *t-statistics* (Tabel 5) menemukan untuk nilai *t-values* sebesar $0.735 < 1.96$ dan untuk nilai *p-values* sebesar $0.462 > 0.05$ maka dapat diartikan untuk h_0 ditolak dan h_1 diterima. Dengan kata lain persepsi keamanan tidak mempengaruhi niat perilaku. Temuan ini sesuai dengan hasil studi yang telah dilakukan oleh Pratama dan Renny (2022) yang menemukan bahwa persepsi keamanan(PS) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (BI), tetapi tidak sesuai dengan hasil studi Merhi, et.al (2019), Muzaldin et al. (2022), Yeoh (2022) yang menemukan faktor persepsi keamanan (PS) berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (BI).

Hipotesis 11: Terdapat pengaruh niat perilaku terhadap *use behavior* yang positif dan signifikan. Hasil uji *t-statistics* (pada Tabel 5) menemukan untuk nilai *t-values* sebesar $9.210 > 1.96$ dan untuk nilai *p-values* sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai *original sample* 0.632 maka dapat diartikan untuk h_0 ditolak dan h_1 diterima. Dengan kata lain niat perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna. Temuan ini sesuai dengan hasil studi yang telah dilakukan oleh Nikolopoulou et al. (2021), Pratama dan Renny (2022) yang menemukan faktor niat perilaku (BI) mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna(UB). Dapat dipahami bahwa keinginan pengguna dompet digital untuk mengadopsi layanan dompet digital dimasa depan berkaitan dengan adanya dukungan infrastruktur yang memadai, kesenangan, pengalaman pengguna dan dorongan dari lingkungan sekitar yang sudah menjadi tren dalam menggunakan aplikasi dompet digital, sehingga membuat pengguna terbiasa secara

alamiah untuk terus menggunakan aplikasi dompet digital kedepannya, serta mampu meningkatkan frekuensi penggunaan dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 5. Hasil Uji T-statistic

	Original Sample	t-values	P values	Ringkasan
<i>Behavior Intention</i> → <i>Use Behavior</i>	0.632	9.210	0.000	<i>Accepted</i>
Harapan Usaha(EE) → <i>Behavior Intention</i>	-0.102	1.082	0.279	<i>Rejected</i>
Kondisi Fasilitas(FC) → <i>Behavior Intention</i>	0.230	2.475	0.013	<i>Accepted</i>
Kebiasaan(HB) → <i>Behavior Intention</i>	0.365	3.784	0.000	<i>Accepted</i>
Motivasi Hedonis(HM) → <i>Behavior Intention</i>	0.329	3.000	0.003	<i>Accepted</i>
Persepsi Keamanan(PS) → <i>Behavior Intention</i>	0.065	0.735	0.462	<i>Rejected</i>
Persepsi Kepercayaan(PT) → <i>Behavior Intention</i>	0.135	1.925	0.054	<i>Rejected</i>
Harapan Kinerja(PE) → <i>Behavior Intention</i>	0.156	1.406	0.160	<i>Rejected</i>
Nilai Harga(PV) → <i>Behavior Intention</i>	0.046	0.571	0.568	<i>Rejected</i>
Nilai Sosial → <i>Behavior Intention</i>	-0.146	2.143	0.032	<i>Accepted</i>

SIMPULAN DAN SARAN

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa kondisi fasilitas, kebiasaan, motivasi hedonis mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat perilaku, serta niat perilaku berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna. Namun demikian ternyata faktor sosial berpengaruh negatif dan signifikan. Sebaliknya, harapan kinerja, harapan usaha, nilai harga, keamanan yang dirasakan dan risiko yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap niat perilaku.

Pihak jasa penyedia layanan dompet digital sebaiknya memperhatikan faktor kondisi fasilitas, *habit*, dan *hedonic motivation* dengan harapan pengguna aplikasi dompet digital akan terus meningkat. Selain itu, niat perilaku pengguna juga perlu diperhatikan karena berdampak pada intensitas pengguna dalam mengadopsi dompet digital. Implikasi dari hasil penelitian ini bagi penyedia jasa layanan dompet digital, khususnya pihak eksekutif dan manager dapat mengambil manfaat untuk strategi bisnis dan pemasaran, khususnya untuk meningkatkan pengguna dan intensitas penggunaan aplikasi dompet digital dimasa yang akan datang sehingga meningkatkan daya saing di pasar digital serta dapat mencapai tujuan kinerja perusahaan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023). *Survei internet APJII 2022*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Retrieved from: <https://survei.apjii.or.id/survei>.
- Bank Indonesia (2023). *Elektronifikasi*. Bank Indonesia. Retrieved from: <https://www.bi.go.id/id/fungsiutama/sistempembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- DataIndonesia. (2022). Mayoritas orang Indonesia belum punya dompet digital. Retrieved from: <https://dataindonesia.id/internet/detail/mayoritas-orang-indonesia-masih-belum-punya-dompet-digital>.

- de Blanes Sebastián, M. G., Antonovica, A., & Guede, J. R.S. (2023). What are the leading factors for using Spanish peer-to-peer mobile payment platform Bizum? The applied analysis of the UTAUT2 model. *Technological Forecasting and Social Change*, 187(November 2022), 1-16. doi.org:10.1016/j.techfore.2022.122235.
- Gharaibeh, N., Gharaibeh, M. K., Gharaibeh, O., & Bdour, W. (2020). Exploring intention to adopt mobile commerce: Integrating UTAUT2 with social media. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 3826–3833.
- Kapoor, A., Sindwani, R., Goel, M., & Shankar, A. (2022). Mobile wallet adoption intention amid COVID-19 pandemic outbreak: A novel conceptual framework. *Computers and Industrial Engineering*, 172(PB), 108646. doi.org:10.1016/j.cie.2022.108646.
- Korkmaz, H., Fidanoglu, A., Ozcelik, S., & Okumus, A. (2021). User acceptance of autonomous public transport systems: Extended UTAUT2 model. *Journal of Public Transportation*, 24(2022), 1-14. doi.org:10.5038/2375-0901.23.1.5.
- 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(July), 1-12. doi.org:10.1016/j.techsoc.2019.101151.
- Muzaldin, N., Abdul Rahman, S., Sarifudin, S.A., & Zaini, M.K. (2022). A study on behavioural intention to use mobile wallet with special reference to citizens in Shah Alam. *Journal of Mobile Technologies Knowledge and Society*, 2022, 1-16. doi.org:10.5171/2022.512221.
- Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Tran, T. T. M. (2020). Determinants of digital banking services in Vietnam: Applying utaut2 model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 680–697. doi.org:10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697.
- Nikolopoulou, K., Gialamas, V., & Lavidas, K. (2021). Habit, hedonic motivation, performance expectancy and technological pedagogical knowledge affect teachers' intention to use mobile internet. *Computers and Education Open*, 2(July), 1-9. doi.org:10.1016/j.caeo.2021.100041.
- Pratama, R. R. D., & Renny, R. (2022). The role of behavioral intentions to use mobile banking: Application of the Utaut2 method with security, trust and risk Factors. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 728–741.
- Rasli, M., Zulkefli, F., Salleh, N. S. A., Ghani, F.A., Razali, H., & Idris, H. (2020). Determinants of behavioural intention on online food delivery (OFD) Apps: Extending UTAUT2 with information quality. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 12(4), 679–689.
- Sankaran, R., & Chakraborty, S. (2021). Factors impacting mobile banking in India: Empirical approach extending UTAUT2 with perceived value and trust. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 11(1), 7-24. doi.org:10.1177/2320206820975219.
- Schmitz, A., Díaz-Martín, A. M., & Yagüe Guillén, M. J. (2022). Modifying UTAUT2 for a cross-country comparison of telemedicine adoption. *Computers in Human Behavior*, 130(May 2021), 1-12. doi.org:10.1016/j.chb.2022.107183.
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50(October 2018), 191–205.

- doi.org:10.1016/j.ijinfomgt.2019.05.022.
- 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. Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388
- Xie, J., Ye, L., Huang, W., & Ye, M. (2021). Understanding fintech platform adoption: Impacts of perceived value and perceived risk. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1893–1911. doi.org:10.3390/jtaer16050106.
- Yeoh, G. L. (2022). Factors affecting users' behavioural intention towards touch 'n go e-wallet in Malaysia. *International Journal of Applied Business and International Management*, 7(3), 108–120. doi.org:10.32535/ijabim.v7i3.2069.