

Studi Literatur: Model Konseptual Penerimaan Pengguna pada Aplikasi PeduliLindungi

Millenia Puji Arbaningrum¹, Rahadian Bisma²

^{1,2} Sistem Informasi, Teknik Informatika, Universitas Negeri Surabaya

millenia.18064@mhs.unesa.ac.id

rahadianbisma@unesa.ac.id

Abstrak— Penelitian ini berupa studi literatur yang bertujuan untuk memberi gambaran faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi bagaimana penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi baru. Studi literatur ini menggunakan konstruk-konstruk dari UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) sebagai acuan kerangka dari sebuah model konseptual penelitian yang akan dibuat nantinya. Konstruk-konstruk yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* dengan asumsi bahwa konstruk-konstruk tersebut mampu memberikan pengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi PeduliLindungi (*Behavioral Intention*) sehingga akan diketahui penerimaan pengguna aplikasi PeduliLindungi berdasarkan kebiasaan penggunaannya (*Use Behavior*). Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan literatur-literatur penelitian terdahulu mengenai penerimaan pengguna lalu kemudian melakukan analisis terhadap literatur-literatur tersebut sehingga didapatkan rujukan guna menentukan variabel penelitian yang akan digunakan untuk menentukan model konseptual. Penelitian ini secara umum akan menyoroti pentingnya memahami konstruk-konstruk yang memengaruhi penerimaan pengguna dan menggunakan temuan-temuan penelitian terdahulu untuk meningkatkan penerimaan aplikasi. Studi literatur ini adalah sebuah studi pendahuluan untuk menjadi panduan bagi penelitian lebih lanjut mengenai analisis kepuasan pengguna aplikasi PeduliLindungi.

Kata Kunci— Penerimaan Pengguna, UTAUT 2, PeduliLindungi

I. PENDAHULUAN

Wabah *Coronavirus Disease 2019* atau biasa disebut dengan Covid-19 yang disebabkan oleh Virus Corona merupakan wabah yang ditetapkan *World Health Organization* (WHO) sebagai pandemi, yang berarti virus ini telah menyebar meliputi ke daerah geografis secara luas hingga ke seluruh dunia. Virus ini menyerang siapa saja, baik balita hingga lansia. Di Indonesia, pandemi ini berdampak merugikan tidak hanya terhadap bidang kesehatan, namun juga merugikan bidang perekonomian, pendidikan, dan juga sosial.

Beruntung teknologi di Indonesia dapat dikatakan sudah cukup maju dan mumpuni untuk menjadi solusi mengatasi Covid-19. Hal ini menimbulkan inisiatif dari Ditjen Penyelenggara Pos dan Informatika (PPI) untuk membuat suatu aplikasi yang dapat melacak penyebaran Virus Corona. Atas dasar inisiatif itulah pemerintah Indonesia bahu-membahu untuk mewujudkan terciptanya sebuah aplikasi yang tidak hanya untuk *tracking* namun juga dapat digunakan sebagai

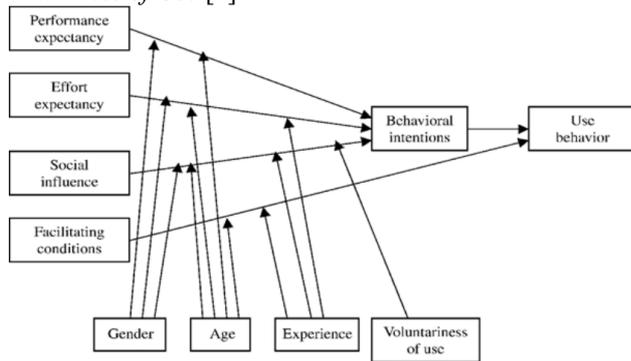
dokumen perjalanan. Selanjutnya aplikasi ini dikembangkan oleh KOMINFO yang juga bekerja sama dengan Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KPCPEN), Kementerian Kesehatan, dan BUMN yang kemudian aplikasi ini diberi nama PeduliLindungi.

Fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi PeduliLindungi antara lain, *QR Code* untuk melakukan *check-in* jika hendak mengakses fasilitas publik seperti *mall* atau taman hiburan. Fitur ini merupakan upaya *contact tracing* yaitu menyimpan dan menampilkan riwayat perjalanan pengguna. Fitur lainnya yaitu Paspor Digital yang berfungsi untuk menampilkan sertifikat vaksin dan hasil tes pemeriksaan Covid-19 yang dapat diunduh ke ponsel pengguna. Fitur lain yang tidak kalah penting yaitu Teledokter, dengan fitur ini pengguna yang sedang melakukan isolasi mandiri atau pengguna yang memiliki gejala Covid-19 dapat berkonsultasi dengan dokter spesialis secara *online*.

Sayangnya, dengan segala fitur hebat yang ditawarkan tentu saja aplikasi ini mendapat keluhan dan ketidakpuasan dari penggunanya. Selain potensi kebocoran data yang ramai dibicarakan masyarakat, pengguna sering kali mengeluhkan tentang sulitnya memindai *QR Code* saat akan mengakses fasilitas publik dikarenakan aplikasi yang terus meminta *update* ke versi terbaru dan kesulitan saat melakukan *log in* ke dalam aplikasi. Tidak hanya itu, PeduliLindungi juga dianggap sebagai penyebab baterai ponsel cepat habis karena terus meminta akses GPS selama 24 jam walau aplikasi sedang tidak digunakan. Sedangkan dari hasil analisis *User Experience* aplikasi PeduliLindungi dinilai masih banyak kekurangan dan mendapatkan hasil dibawah rata-rata untuk penilaian daya tarik, kejelasan, efisiensi, stimulasi, kebaruan, hingga nilai buruk dalam kriteria ketepatan. Sehingga PeduliLindungi disebut belum bisa menunjang proses bisnis berkelanjutan bagi pihak terkait [1].

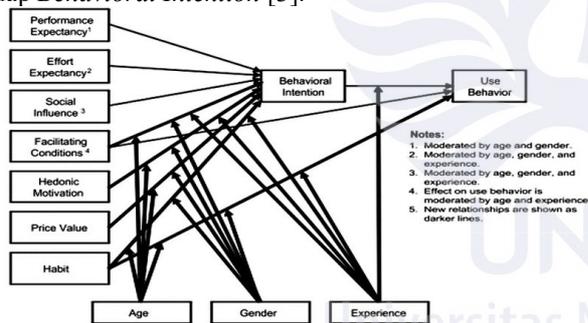
Berlandaskan pemaparan tersebut, dibutuhkan suatu evaluasi mengenai penerimaan pengguna sebagai solusinya. Untuk mengetahui perilaku penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi baru diperlukan sebuah model penelitian yang tepat, yaitu dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Jika dibandingkan dengan metode penerimaan yang lebih sering digunakan, yakni *Technology Acceptance Model* (TAM), UTAUT jelas lebih unggul dikarenakan TAM tidak mempertimbangkan faktor pengaruh sosial dalam penerimaan teknologi baru. Pada UTAUT terdapat empat konstruk yang menjadi faktor dalam mempengaruhi niat penggunaan teknologi, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*),

ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan ketersediaan fasilitas (*facilitating conditions*), dengan pemoderasinya adalah *Gender*, *Age*, *Experience*, dan *Voluntariness of Use* [2].



Gbr. 1 Model konseptual UTAUT (Venkatesh, 2003).

Namun, agar diperoleh hasil penelitian yang reliabel dan relevan dengan waktu penelitian, maka penelitian ini menggunakan model UTAUT yang terbaru yaitu UTAUT 2. Dikembangkan berdasarkan metode UTAUT terdahulu, UTAUT 2 menambahkan motivasi hedonisme (*hedonic motivation*), nilai keuntungan (*price value*), dan kebiasaan (*habit*) sebagai konstruk yang mempengaruhi niat penggunaan teknologinya, dengan pemoderasi *Age*, *Gender*, dan *Experience* tanpa *Voluntariness of Use* karena pada model UTAUT 2 konstruk *Facilitating Conditions* memiliki hubungan langsung terhadap *Behavioral Intention* [3].



Gbr. 2 Model konseptual UTAUT 2 (Venkatesh, 2012).

II. METODE

Sebanyak 49 jurnal yang memiliki topik terkait dengan UTAUT 2 dan penerimaan pengguna ditinjau sebagai bagian dari studi literatur penelitian. Hasil dari berbagai tinjauan jurnal yang berbeda ini akan digunakan sebagai panduan untuk menetapkan variabel-variabel penelitian yang akan digunakan untuk membuat model konseptual yang paling sesuai.

III. PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan oleh Macedo (2017) dalam memprediksi penerimaan serta penggunaan teknologi informasi dan komunikasi terhadap lansia telah memberikan bukti yang mendukung validitas UTAUT 2 sebagai dasar teori

yang relevan untuk secara efektif menjelaskan niat perilaku dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di antara kelompok populasi ini [4]. Begitu pula dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handoko (2019), dari pengaplikasian teori UTAUT dalam pembelajaran daring pada perguruan tinggi, diketahui bahwa variabel-variabel eksogenya mampu memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel endogenya [5]. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ronaghi (2020) terkait penerimaan *Internet of Things* (IoT) terhadap *smart farming* di negara-negara Kawasan Timur Tengah yang menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian menggunakan model UTAUT mampu menerangkan penerimaan teknologi yang diteliti [6]. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk-konstruk yang terdapat pada UTAUT 2 mampu mengukur bagaimana penerimaan pengguna terhadap sebuah teknologi dilihat dari niat penggunaan terhadap kebiasaan penggunaan teknologi tersebut.

A. Performance Expectancy

Performance Expectancy atau ekspektasi kinerja diinterpretasikan sebagai sebesar apa ekspektasi pengguna terhadap kinerja sistem yang digunakan sehingga pengguna dapat merasakan manfaat untuk menggunakan sistem tersebut dan dapat memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan sistem [2].

Performance Expectancy diketahui sebagai faktor yang mempengaruhi dalam penerimaan dan adopsi terhadap sebuah sistem informasi. Sabas & Kiwango (2021) mengevaluasi pengaruh *Performance Expectancy* terhadap adopsi sistem informasi di perguruan tinggi, hasilnya sistem informasi yang digunakan mampu membuat pengguna menyelesaikan tugas-tugasnya secara cepat dan efisien [7]. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan Hamzat & Mabawonku (2018) tentang pengaruh *Performance Expectancy* dan *Facilitating Conditions* pada penggunaan Sistem informasi perpustakaan digital oleh dosen teknik di universitas-universitas yang berada di daerah Barat Daya Nigeria. *Performance Expectancy* para dosen teknik menunjukkan bahwa mereka memiliki dampak *relative advantage*, *intrinsic motivation* dan *extrinsic motivation* yang tinggi dalam penggunaan perpustakaan digital. Hal ini membuat mereka memanfaatkan sumber daya perpustakaan digital untuk melakukan penelitian kolaboratif skala global [8].

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk *Performance Expectancy* adalah:

1) *Perceived Usefulness*. Perasaan kepercayaan pengguna terhadap sistem untuk meningkatkan kinerja aktivitas penggunaannya. Maksud dari indikator satu ini adalah dengan ekspektasi agar pengguna aplikasi PeduliLindungi percaya bahwa dengan menggunakan PeduliLindungi dapat meningkatkan kinerja dari aktivitas yang mereka lakukan.

2) *Extrinsic Motivation*. Motivasi untuk menggunakan sistem karena dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti peningkatan gaji, kenaikan jabatan, atau karena ingin mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan. Dikarenakan penggunaan aplikasi PeduliLindungi adalah bersifat wajib bagi

seluruh masyarakat Indonesia, maka pengguna PeduliLindungi menggunakan aplikasi PeduliLindungi agar dapat beraktivitas tanpa menyebabkan permasalahan.

3) *Job-fit*. Kecocokan sistem dalam aktivitas yang dilakukan pengguna sehingga mampu meningkatkan kinerja aktivitas penggunaannya. Penggunaan aplikasi PeduliLindungi diharapkan cocok dengan aktivitas yang dilakukan oleh para penggunanya dan diharapkan dapat meningkatkan kinerja aktivitasnya. Terutama pengguna yang beraktivitas di tempat-tempat yang perlu untuk melakukan *scan QR Code* ketika akan memasuki wilayah untuk melakukan aktivitas mereka.

4) *Relative Advantage*. Penggunaan sistem yang memiliki inovasi dianggap lebih baik daripada sebelumnya. Dengan menggunakan aplikasi PeduliLindungi, pengguna akan merasakan keuntungan dalam melakukan aktivitasnya daripada sebelumnya saat belum menggunakan PeduliLindungi. Keuntungan relatif ini seperti penggunaan PeduliLindungi dapat menyelesaikan aktivitas pengguna lebih cepat, dapat membuat aktivitas pengguna lebih mudah, bahkan dapat meningkatkan kualitas aktivitas pengguna.

5) *Outcome Expectations*. Indikator ini berhubungan dengan konsekuensi dari kebiasaan yang dilakukan pengguna dalam menggunakan sistem. Sewaktu menggunakan aplikasi PeduliLindungi, pengguna mengharapkan hasil yang baik dari penggunaan aplikasi tersebut. Sehingga pengguna berharap kualitas hasil aktivitas yang mereka lakukan akan meningkat jika menggunakan PeduliLindungi.

Dapat dicontohkan bahwa, dengan menggunakan PeduliLindungi maka pengguna dapat melihat dan mengunduh sertifikat vaksinya dengan cepat karena PeduliLindungi dapat mempermudah aktivitas penggunaannya. Sehingga diharapkan pengguna aplikasi PeduliLindungi bisa merasakan dampak dari kepuasan pada faktor *Performance Expectancy* yang memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dan terus memiliki kepercayaan untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi, seperti hasil penelitian dari Loureiro (2018) [9].

B. *Effort Expectancy*

Effort Expectancy diinterpretasikan untuk menunjukkan tingkat harapan pengguna terkait kemudahan dalam penggunaan sistem. Jika pengguna merasa bahwa sistem mudah digunakan, maka akan timbul kenyamanan dalam menggunakannya sehingga ekspektasi usaha dapat memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan sistem [2].

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh Okumus (2018), Purnamaningsih (2019), dan Utomo (2021) mampu membuktikan bahwa *Effort Expectancy* adalah salah satu faktor yang berperan penting dalam mempengaruhi *Behavioral Intention* karena kepuasan pengguna sistem akan meningkat apabila mereka merasakan kemudahan dalam pengoperasian sistemnya ([10], [11], [12]).

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *Effort Expectancy* adalah:

1) *Perceived Ease of Use*. Kepercayaan pengguna bahwa sistem mudah untuk digunakan. Maksud dari indikator ini adalah seberapa besar taraf kepercayaan pengguna ketika menggunakan aplikasi PeduliLindungi mereka tidak perlu mengeluarkan *effort* yang besar demi hasil yang diinginkan. Dengan kata lain, seberapa besar tingkatan kepercayaan pengguna untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dari mengakses fitur-fitur aplikasi PeduliLindungi dengan mudah tanpa perlu merasa kesulitan.

2) *Complexity*. Sistem dianggap relatif sulit untuk dipahami dan digunakan. Pengguna mungkin merasakan kesulitan saat menggunakan aplikasi PeduliLindungi dikarenakan tampilan aplikasi yang membingungkan sehingga pengguna sulit untuk memahami apa yang sedang ditampilkan. Atau mungkin pengguna juga memerlukan waktu yang lama untuk memahami dan mempelajari cara penggunaan aplikasi PeduliLindungi.

3) *Ease of Use*. Adanya perubahan atau inovasi yang diterapkan ke dalam sistem dianggap mudah untuk digunakan. Hal ini merupakan sebuah perasaan pengguna yang merasakan kemudahan saat menggunakan aplikasi PeduliLindungi. Kemudahan yang dirasakan dapat berupa kemudahan untuk mempelajari cara mengoperasikan aplikasi, kemudahan dalam menggunakan aplikasi, kemudahan untuk mengerti cara berinteraksi aplikasi, kemudahan untuk menjadi ahli dalam menggunakan aplikasi, dan kemudahan untuk menemukan aplikasi PeduliLindungi pada aplikasi lain.

Dengan tampilan aplikasi PeduliLindungi yang sederhana, maka pengguna PeduliLindungi dapat mempelajari penggunaan aplikasi PeduliLindungi dengan mudah dan cepat. Diharapkan hendaknya pengguna aplikasi PeduliLindungi hanya menggunakan sedikit usaha saat menggunakan sistem, sehingga akan menciptakan persepsi bahwa sistem yang digunakan bisa membantu aktivitas sehari-hari dan akan memberikan manfaat yang selayaknya diinginkan [13]. Pengguna juga lebih senang jika menggunakan sistem yang mudah dan efisien dalam penggunaannya, hal ini mampu mendorong niat untuk menggunakan sistem tersebut dalam jangka panjang [14].

C. *Social Influence*

Social Influence adalah faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan sebuah sistem dengan pengaruh dari lingkungan sosial sekitar mereka dan juga dapat membuat individu mempertimbangkan apakah ia harus menggunakan sistem atau tidak [15].

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *Social Influence* adalah:

1) *Subjective Norm*. Sebuah persepsi dari seorang individu bahwa sebagian besar orang yang penting baginya, mempengaruhinya untuk menggunakan sebuah sistem. Indikator ini dapat menjelaskan jika pengguna terpengaruh untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi karena orang-orang yang menjadi panutan pengguna tersebut atau penting bagi pengguna tersebut menggunakan aplikasi PeduliLindungi.

2) *Social Factors*. Pengaruh dari lingkungan dan orang-orang sekitar atau lingkungan internal sehingga pengguna menggunakannya sebagai faktor pendorong penggunaan sistem. Faktor sosial merupakan faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi, yang pengaruhnya berasal dari suatu kelompok atau akibat kesepakatan yang telah dibuat dalam situasi sosial tertentu. Ibaratnya, pengguna menggunakan aplikasi PeduliLindungi karena rekan kerja pengguna tersebut mendukung penggunaan PeduliLindungi. Atau karena organisasi si pengguna memaksa untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi.

3) *Image*. Penggunaan sebuah sistem didasarkan atas kepedulian pengguna terhadap pemikiran orang lain agar ia memiliki reputasi yang baik. Pengguna memiliki pemikiran bahwa jika menggunakan aplikasi PeduliLindungi, maka pengguna akan dianggap lebih hebat dari orang lain sehingga nantinya akan terlihat memiliki citra yang baik dan status sosial yang lebih tinggi.

Pengguna aplikasi PeduliLindungi merasa penggunaan PeduliLindungi tidak cukup bermanfaat dalam aktivitas mereka sehari-hari, namun karena orang-orang di sekitar mereka menggunakan PeduliLindungi, maka mereka merasa terdorong untuk menggunakan PeduliLindungi pula. *Social Influence* terbilang menjadi salah satu faktor yang paling mempengaruhi *Behavioral Intention* karena itu membuat pengguna berniat untuk menggunakan sistem, seperti hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Hao (2017), Patel (2018), dan Revyathi (2019) ([16], [17], [18]). Dan lagi, menurut Raza (2021) pada kenyataannya keputusan pengguna untuk menggunakan sistem terkadang memang dipengaruhi oleh lingkungan eksternalnya atau orang-orang di sekitar mereka, seperti teman maupun keluarga bahkan saat di masa-masa *social distancing* [19].

D. *Facilitating Conditions*

Facilitating Conditions didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa ketersediaan fasilitas di sekitarnya maupun secara teknis dapat mendukung penggunaan sistem [2].

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *Facilitating Conditions* adalah:

1) *Perceived Behavioral Control*. Menggambarkan persepsi pengguna mengenai ada atau tidak adanya faktor untuk menggunakan suatu sistem. Indikator ini merupakan salah satu faktor pengaruh untuk menggunakan sistem yang berasal dari diri pengguna itu sendiri. Seperti alasan pengguna untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi adalah karena pengguna melakukannya dengan sukarela. Atau alasan lainnya adalah karena pengguna merasa aman jika menggunakan aplikasi PeduliLindungi.

2) *Facilitating Conditions*. Fasilitas atau sumber daya yang tersedia untuk membuat pengguna merasa mudah untuk menggunakan sistem. Sumber daya yang dimaksudkan untuk keperluan dalam menggunakan aplikasi PeduliLindungi adalah bantuan dari orang lain yakni teman atau keluarga yang ada di sekitar pengguna. Selain itu, sumber daya yang lain dapat

berupa petunjuk penggunaan aplikasi PeduliLindungi beserta fitur-fiturnya yang telah tersedia di laman web PeduliLindungi.

3) *Compability*. Kemampuan sistem untuk dijalankan dan digunakan di suatu perangkat dengan baik serta tidak terdapat adanya masalah. Faktor ini merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung niat penggunaan sebuah sistem, karena jika *software* aplikasi PeduliLindungi kompatibel dengan ponsel yang para pengguna gunakan, maka pengguna akan merasa nyaman saat menggunakan aplikasi PeduliLindungi.

Aplikasi PeduliLindungi termasuk sebagai aplikasi baru yang masih terasa asing dalam penggunaannya, mulai dari fitur, kegunaan, tampilan, hingga cara kerjanya. Untuk itu, pengguna memerlukan bantuan dalam menggunakan aplikasi tersebut dari segi sumber daya maupun perangkat yang digunakan untuk menjalankan aplikasi. Bersumber pada penelitian lanjutan mengenai penerimaan dan penggunaan pengguna terhadap sistem yang dilakukan oleh Venkatesh (2012), *Facilitating Conditions* dapat dijadikan sebagai pemicu perilaku dalam penggunaan sistem. Dengan kata lain, jika semakin banyak pengguna yang memahami ketersediaan fasilitas dan pengetahuan maupun dukungan untuk menggunakan sebuah sistem, maka mereka akan semakin yakin untuk menggunakan sistem tersebut. Kesimpulan ini didukung pula berdasarkan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Berlilana (2017), Catherine (2017), dan Persada (2019), dimana *Facilitating Conditions* menjadi faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan sebuah sistem ([20], [21], [22]). *Facilitating Conditions* juga terbukti mampu memberi pengaruh secara signifikan terhadap perilaku penggunaan dengan moderasi usia, jenis kelamin, dan pengalaman. Sesuai dengan hasil penelitian dari Yunis (2017), Maruping (2017), dan Sobti (2019) ([23], [24], [25]).

E. *Hedonic Motivation*

Hedonic Motivation atau juga bisa disebut sebagai motivasi hedonisme merupakan perasaan senang yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem dan telah terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan sistem [3]. Indikator yang bisa digunakan untuk mengukur *Hedonic Motivation* adalah *Perceived Enjoyment* yang artinya motivasi dalam menggunakan sistem yang mencerminkan kesenangan maupun kenikmatan. Indikator ini diadopsi dari Martins (2013) yang memaparkan bahwa *Perceived Enjoyment* adalah faktor yang lebih kuat dari *Perceived Usefulness* dalam mempengaruhi niat penggunaan sebuah sistem [26]. Ketika menggunakan aplikasi PeduliLindungi, pengguna mengaku bahwa PeduliLindungi adalah aplikasi yang menarik. Oleh sebab itu muncul perasaan senang dan pengguna merasa terhibur saat menggunakan aplikasi tersebut. Pengguna aplikasi PeduliLindungi merasakan kesenangan dan kenyamanan dalam menggunakan PeduliLindungi, sehingga penerimaan pengguna dapat tercapai.

Dalam evaluasi penerimaan sistem, *Hedonic Motivation* telah terbukti berhasil kuat mempengaruhi *Behavioral Intention* penggunaannya. Mulai dari penelitian mengenai penerimaan aplikasi perbankan berbasis *mobile* oleh Alalwan

(2017) dan Khatimah (2019) ([27], [28]), perbelanjaan dan pembelian secara *online* oleh Novela (2021) dan Akram (2021) ([29], [30]), perilaku dalam bermedia sosial oleh Herrero (2017), Dhir (2018), dan Tamilmanni (2019) ([31], [32], [33]), hingga sistem pembelajaran daring oleh El-Masri (2017) dan Muangmee (2021) ([34], [35]). Selain itu, motivasi hedonisme juga mampu memberi pengaruh secara signifikan terhadap *Behavioral Intention* dengan moderasi usia, jenis kelamin, dan pengalaman, sesuai dengan hasil penelitian dari Madan (2018) dan Choi (2019) ([36], [37]).

F. Price Value

Price Value atau nilai harga dalam penelitian ini dapat disebut sebagai nilai yang setara dengan harga, yakni seberapa berharganya kualitas sistem yang digunakan sehingga dapat dirasakan keuntungan penggunaan sistem tersebut [3].

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *Price Value* adalah:

1) *Perceived Quality*. Persepsi pengguna terhadap kualitas sistem yang digunakan. Indikator ini akan mengukur apakah aplikasi PeduliLindungi memiliki kualitas yang baik secara keseluruhan, baik dari tampilan aplikasi, fitur-fitur yang dapat digunakan, kecepatan proses sistem ketika digunakan, hingga *output* yang dihasilkan dari aplikasi ini.

2) *Perceived Value*. Persepsi pengguna mengenai manfaat sistem yang digunakan dan mereka bandingkan dengan sistem yang lain. Berkesinambungan dengan indikator *Perceived Quality*, indikator ini adalah faktor yang menentukan apakah kualitas aplikasi PeduliLindungi sepadan dengan harga yang dikeluarkan penggunaannya. Mereka akan membandingkan harga yang mereka keluarkan untuk membeli kuota internet dengan hasil yang mereka dapatkan ketika menggunakan aplikasi PeduliLindungi.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Al-Azawei & Alowayr (2020) mengenai studi banding di dua negara Timur Tengah dalam memprediksi niat menggunakan sistem dan motivasi hedonisme untuk pembelajaran *mobile*, diketahui bahwa *Price Value* menjadi konstruk yang signifikan dalam mempengaruhi *Behavioral Intention* pembelajaran *mobile* terhadap siswa-siswa di Iraq [38]. Penelitian lain mengenai penerimaan *mobile banking* pada perbankan syariah oleh Raza (2019) menunjukkan bahwasanya jika pengguna merasakan penggunaan *mobile banking* dapat menghemat waktu dan mengurangi biaya transaksi, maka akan tercipta niat yang nantinya mengarah kepada penggunaan yang sesungguhnya [39]. Ada pula penelitian dari Kwateng (2019) dan Alam (2020), dengan menggunakan variabel moderasi usia, jenis kelamin, dan pengalaman, *Price Value* mampu memberi pengaruh terhadap *Behavioral Intention* ([40], [41]).

G. Habit

Habit atau kebiasaan menunjukkan sejauh mana pengguna cenderung menggunakan sistem secara otomatis karena penggunaan sistem yang digunakan secara berulang terus menerus [3]. Indikator yang digunakan untuk mengukur *Habit* adalah *Automatic Behavior* atau bisa juga diartikan sebagai

perilaku yang dilakukan pengguna tanpa sadar dan tampaknya dilakukannya tidak berada di bawah kendali kesadaran. Menurut Limayem (2003), *Habit* mencerminkan kecenderungan *Automatic Behavior* yang dikembangkan berdasarkan sejarah masa lampau setiap individu, sehingga rangsangan tertentu memunculkan perilaku tersebut bahkan ketika individu tersebut tidak menginstruksikan dirinya sendiri untuk melakukannya [42].

Pengguna aplikasi PeduliLindungi yang telah terbiasa menggunakan aplikasinya akan secara otomatis membuka aplikasi PeduliLindungi dan menggunakan fitur *scan QR Code* saat hendak memasuki area publik. Namun sebelum para pengguna terbiasa untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi, diperlukan strategi guna membantu pengguna dalam memahami dan mempelajari bagaimana penggunaan sistemnya. Ketika proses pembelajaran berhasil, maka secara otomatis pengguna akan merasa bahwa sistem mudah digunakan lalu kemudian pengguna akan terbiasa menggunakan sistem tersebut. Beberapa penelitian sebelumnya pun telah mendukung teori ini, misalnya penelitian di bidang *social commerce* yang dijelaskan oleh Sheikh (2017), di bidang *e-commerce* oleh Tak (2017), di bidang pariwisata oleh Gupta (2017) dan Gupta (2018) ([43], [44], [45], [46]). Juga penelitian mengenai adopsi teknologi diantara para siswa yang dilakukan oleh Handoko 2020, menyebutkan bahwa *Habit* adalah faktor yang mempengaruhi niat pengguna dalam mengadopsi teknologi [47]. Selain itu, hasil penelitian Kwateng (2019) menyatakan bahwa *Habit* mampu memberi pengaruh secara signifikan terhadap perilaku penggunaan dengan moderasi usia, jenis kelamin, dan pengalaman [40].

H. Behavioral Intention

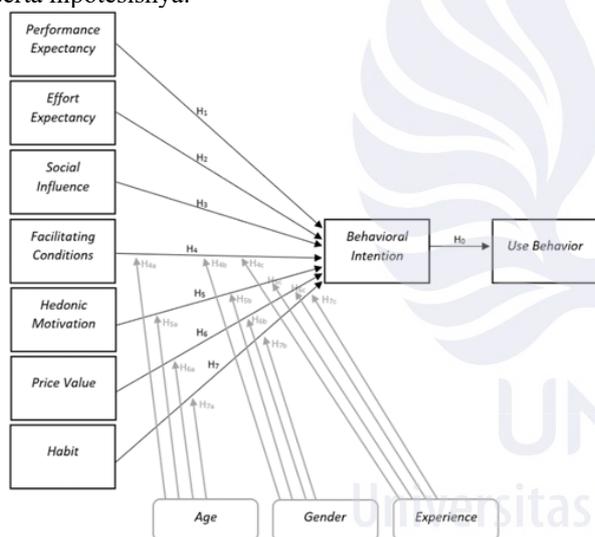
Behavioral Intention ialah maksud atau niat seorang individu untuk menggunakan suatu sistem, niat ini bisa memberikan pengaruh pada pengguna dalam penggunaan suatu sistem (*Use Behavior*) ([2], [3]). Indikator yang digunakan untuk mengukur *Behavioral Intention* adalah *Behavioral Intention to Use the System* yakni niat perilaku pengguna dalam menggunakan sistem, sedangkan indikator pengukur *Use Behavior* adalah *Attitude Toward Using Technology* atau sikap maupun reaksi pengguna dalam menggunakan sistem [2]. Ketika ketujuh konstruk-construct yang telah dijelaskan di atas mampu mempengaruhi pengguna untuk memiliki niat agar menggunakan aplikasi PeduliLindungi, maka niat tersebut dapat membuat pengguna untuk menggunakan aplikasi PeduliLindungi secara terus menerus. Sehingga, dapat dikatakan bahwa *Behavioral Intention* memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* karena dinilai berdasarkan tujuh konstruk tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Abbad (2021) mengenai penggunaan model UTAUT dalam memahami penggunaan sistem *e-learning* oleh siswa di negara berkembang, hasilnya menunjukkan bahwa penerimaan dan penggunaan sistem *e-learning* oleh siswa dapat diprediksi oleh niat perilaku mereka yang mana niat tersebut dipengaruhi oleh konstruk-construct pembentuknya [48]. Tidak hanya itu, Alkhowaiter (2022) dalam penelitiannya mengenai

penggunaan dan niat perilaku dalam melakukan *m-payment* pada negara-negara GCC (*Gulf Cooperation Council*) menunjukkan bahwa semua hasil penelitian menunjukkan korelasi yang sangat kuat antara niat perilaku dan perilaku penggunaan, yang menjelaskan bagaimana niat perilaku dapat mengarah pada perilaku akhir [49]. Sehingga dapat dikatakan jika kebiasaan pengguna untuk menggunakan teknologi informasi dipengaruhi oleh *Behavioral Intention*.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan studi literatur yang telah disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk menggunakan model evaluasi penerimaan pengguna terhadap sistem yang tepat, seperti UTAUT, merupakan faktor terpenting dalam menilai penerimaan pengguna yang diteliti pada pengguna aplikasi PeduliLindungi. Bagaimana tanggapan penerimaan pengguna terhadap aplikasi PeduliLindungi akan mengindikasikan kualitas dari *output* aplikasi tersebut. Adapun konstruk-construct UTAUT 2 yang dijadikan acuan guna menentukan variabel penelitian sehingga akan diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan pengguna aplikasi PeduliLindungi. Konstruk-construct tersebut digambarkan dalam model konseptual penelitian pada Gbr. 3 di bawah ini beserta hipotesisnya.



Gbr. 3 Model konseptual penelitian.

H0. *Behavioral Intention* memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior*.

H1. *Performance Expectancy* memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

H2. *Effort Expectancy* memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

H3. *Social Influence* memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

H4. *Facilitating Conditions* memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

H4a. *Age* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*.

H4b. *Gender* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*.

H4c. *Experience* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention*.

H5. *Hedonic Motivation* memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

H5a. *Age* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*.

H5b. *Gender* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*.

H5c. *Experience* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*.

H6. *Price Value* memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

H6a. *Age* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*.

H6b. *Gender* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*.

H6c. *Experience* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Price Value* terhadap *Behavioral Intention*.

H7. *Habit* memberikan pengaruh terhadap *Behavioral Intention*.

H7a. *Age* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Habit* terhadap *Behavioral Intention*.

H7b. *Gender* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Habit* terhadap *Behavioral Intention*.

H7c. *Experience* memberikan dampak moderasi hubungan antara *Habit* terhadap *Behavioral Intention*.

REFERENSI

- [1] E. Haerani and A. Rahmatulloh, "Analisis User Experience Aplikasi Peduli Lindungi untuk Menunjang Proses Bisnis Berkelanjutan," *SATIN –Sains dan Teknologi Informasi*, 2021, doi: 10.33372/stn.v7i1.762.
- [2] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *MIS Q*, vol. 27, no. 3, pp. 425–478, 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [3] V. Venkatesh, S. M. Walton, and J. Y. L. Thong, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *MIS Q*, vol. 36, no. 1, pp. 157–178, 2012, [Online]. Available: <http://about.jstor.org/terms>
- [4] I. M. Macedo, "Predicting the acceptance and use of information and communication technology by older adults: An empirical examination of the revised UTAUT2," *Comput Human Behav*, vol. 75, pp. 935–948, Oct. 2017, doi: 10.1016/j.chb.2017.06.013.
- [5] B. L. Handoko, "Application of UTAUT theory in higher education online learning," in *ACM International Conference Proceeding Series*, Jul. 2019, pp. 259–264. doi: 10.1145/3345035.3345047.
- [6] M. H. Ronaghi and A. Forouharfar, "A contextualized study of the usage of the Internet of things (IoTs) in smart farming in a typical Middle Eastern country within the context of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology model (UTAUT)," *Technol Soc*, vol. 63, Nov. 2020, doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101415.
- [7] J. Sabas and T. A. Kiwango, "Accountancy and Business Review Evaluating the Influence of Performance Expectancy on the Adoption of Students' Information System in Higher Learning Institutions," *The Accountancy and Business Review*, vol. 13, no. 2, pp. 39–50, 2021.
- [8] S. Hamzat and I. Mabawonku, "Influence of Performance Expectancy and Facilitating Conditions on use of Digital Library by Engineering Lecturers in universities in South-west, Nigeria," *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 2018, [Online]. Available: <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac>
- [9] S. M. C. Loureiro, L. Cavallero, and F. J. Miranda, "Fashion brands on retail websites: Customer performance expectancy and e-word-

- of-mouth," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 41, pp. 131–141, Mar. 2018, doi: 10.1016/j.jretconser.2017.12.005.
- [10] B. Okumus, F. Ali, A. Bilgihan, and A. B. Ozturk, "Psychological factors influencing customers' acceptance of smartphone diet apps when ordering food at restaurants," *Int J Hosp Manag*, vol. 72, pp. 67–77, Jun. 2018, doi: 10.1016/j.ijhm.2018.01.001.
- [11] Purnamaningsih, T. P. Erhan, and N. Rizkalla, "BEHAVIORAL INTENTION TOWARDS APPLICATION-BASED SHORT-DISTANCE DELIVERY SERVICES ADOPTION IN INDONESIA," *Review of Behavioral Aspect in Organizations and Society*, vol. 1, no. 1, pp. 77–86, 2019.
- [12] P. Utomo, F. Kurniasari, and P. Purnamaningsih, "The Effects of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, and Habit on Behavior Intention in Using Mobile Healthcare Application," 2021. [Online]. Available: <https://dinkes.tangerangseltankota.go.id/uploads/lkip/10.pdf>
- [13] Y. Zhang *et al.*, "Factors influencing patients' intention to use diabetes management apps based on an extended unified theory of acceptance and use of technology model: Web-based survey," *Journal of Medical Internet Research*, vol. 21, no. 8. JMIR Publications Inc., Aug. 01, 2019, doi: 10.2196/15023.
- [14] P. Y. Chua, S. Rezaei, M. L. Gu, Y. M. Oh, and M. Jambulingam, "Elucidating social networking apps decisions: Performance expectancy, effort expectancy and social influence," *Nankai Business Review International*, vol. 9, no. 2, pp. 118–142, Jun. 2018, doi: 10.1108/NBRI-01-2017-0003.
- [15] V. H. Venkatesh Robert Smith and M. G. Morris, "WHY DON'T MEN EVER STOP TO ASK FOR DIRECTIONS? GENDER, SOCIAL INFLUENCE, AND THEIR ROLE IN TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND USAGE BEHAVIOR 1," 2000.
- [16] S. Hao, V. P. Dennen, and L. Mei, "Influential factors for mobile learning acceptance among Chinese users," *Educational Technology Research and Development*, vol. 65, no. 1, pp. 101–123, Feb. 2017, doi: 10.1007/s11423-016-9465-2.
- [17] K. J. Patel and H. J. Patel, "Adoption of internet banking services in Gujarat: An extension of TAM with perceived security and social influence," *International Journal of Bank Marketing*, vol. 36, no. 1, pp. 147–169, 2018, doi: 10.1108/IJBM-08-2016-0104.
- [18] A. Revythi and N. Tselios, "Extension of technology acceptance model by using system usability scale to assess behavioral intention to use e-learning," *Educ Inf Technol (Dordr)*, vol. 24, no. 4, pp. 2341–2355, Jul. 2019, doi: 10.1007/s10639-019-09869-4.
- [19] S. A. Raza, W. Qazi, K. A. Khan, and J. Salam, "Social Isolation and Acceptance of the Learning Management System (LMS) in the time of COVID-19 Pandemic: An Expansion of the UTAUT Model," *Journal of Educational Computing Research*, vol. 59, no. 2, pp. 183–208, Apr. 2021, doi: 10.1177/0735633120960421.
- [20] Berliliana, T. Hariguna, and Nurfiaizah, "Understanding of Public Behavioral Intent to Use e-Government Service: An Extended of Unified Theory of Acceptance Use of Technology and Information System Quality," in *Procedia Computer Science*, 2017, vol. 124, pp. 585–592. doi: 10.1016/j.procs.2017.12.193.
- [21] N. Catherine, K. M. Geoffrey, M. B. Moya, and G. Aballo, "Effort Expectancy, Performance Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions as Predictors of Behavioural Intentions to use ATMS with Fingerprint Authentication in Ugandan Banks," *Global Journal of Computer Science and Technology*, vol. 17, no. E5, pp. 9–25, 2017.
- [22] S. F. Persada, B. A. Miraja, and R. Nadlifatin, "Understanding the generation z behavior on D-learning: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) approach," *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, vol. 14, no. 5, pp. 20–33, 2019, doi: 10.3991/ijet.v14i05.9993.
- [23] R. Yunis, Sudarto, A. Tiana, and F. Astuti, *Analisis Penerimaan Pengguna Akhir dengan Model UTAUT : Peran Gender, Age, dan Experience dalam Menggunakan NOSS-F Systems*, vol. 112, no. 061. 2017.
- [24] L. M. Maruping, H. Bala, V. Venkatesh, and S. A. Brown, "Going beyond intention: Integrating behavioral expectation into the unified theory of acceptance and use of technology," *J Assoc Inf Sci Technol*, vol. 68, no. 3, pp. 623–637, Mar. 2017, doi: 10.1002/asi.23699.
- [25] N. Sobti, "Impact of demonetization on diffusion of mobile payment service in India: Antecedents of behavioral intention and adoption using extended UTAUT model," *Journal of Advances in Management Research*, vol. 16, no. 4, pp. 472–497, Oct. 2019, doi: 10.1108/JAMR-09-2018-0086.
- [26] C. I. Martins, "MESTRADO EM CIÊNCIAS EMPRESARIAIS TRABALHO FINAL DE MESTRADO DISSERTAÇÃO EXPLORING DIGITAL MUSIC ONLINE: USER ACCEPTANCE AND ADOPTION OF ONLINE MUSIC SERVICES," 2013.
- [27] A. A. Alalwan, Y. K. Dwivedi, and N. P. Rana, "Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust," *Int J Inf Manage*, vol. 37, no. 3, pp. 99–110, Jun. 2017, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002.
- [28] H. Khatimah, U. Bhayangkara, and J. Raya, "Hedonic motivation and social influence on behavioral intention of e-money: The role of payment habit as a mediator," 2019. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/332873164>
- [29] S. Novela, Y. O. Sihombing, Novita, E. Caroline, and R. Octavia, "The Effects of Hedonic and Utilitarian Motivation toward Online Purchase Intention with Attitude as Intervening Variable," *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, pp. 75–80, 2020, doi: 10.1109/ICIMTech50083.2020.9211197.
- [30] U. Akram, M. Junaid, A. U. Zafar, Z. Li, and M. Fan, "Online purchase intention in Chinese social commerce platforms: Being emotional or rational?," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 63, Nov. 2021, doi: 10.1016/j.jretconser.2021.102669.
- [31] Á. Herrero, H. San Martín, and M. del M. Garcia-De los Salmones, "Explaining the adoption of social networks sites for sharing user-generated content: A revision of the UTAUT2," *Comput Human Behav*, vol. 71, pp. 209–217, Jun. 2017, doi: 10.1016/j.chb.2017.02.007.
- [32] A. Dhir, P. Kaur, and R. Rajala, "Why do young people tag photos on social networking sites? Explaining user intentions," *Int J Inf Manage*, vol. 38, no. 1, pp. 117–127, Feb. 2018, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2017.07.004.
- [33] K. Tamilmani, N. P. Rana, N. Prakasam, and Y. K. Dwivedi, "The battle of Brain vs. Heart: A literature review and meta-analysis of 'hedonic motivation' use in UTAUT2," *International Journal of Information Management*, vol. 46. Elsevier Ltd, pp. 222–235, Jun. 01, 2019, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2019.01.008.
- [34] M. El-Masri and A. Tarhini, "Factors affecting the adoption of e-learning systems in Qatar and USA: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)," *Educational Technology Research and Development*, vol. 65, no. 3, pp. 743–763, Jun. 2017, doi: 10.1007/s11423-016-9508-8.
- [35] C. Muangmee, S. Kot, N. Meekaewkunchorn, N. Kassakorn, S. Tiranawatananun, and B. Khalid, "Students' use behavior towards e-learning tools during COVID-19 pandemics: Case study of higher educational institutions of Thailand," *International Journal of Evaluation and Research in Education*, vol. 10, no. 4, pp. 1166–1175, Dec. 2021, doi: 10.11591/IJERE.V10I4.21821.
- [36] K. Madan and R. Yadav, "Understanding and predicting antecedents of mobile shopping adoption: A developing country perspective," *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, vol. 30, no. 1, pp. 139–162, 2018, doi: 10.1108/APJML-02-2017-0023.
- [37] D. Choi and K. K. P. Johnson, "Influences of environmental and hedonic motivations on intention to purchase green products: An extension of the theory of planned behavior," *Sustain Prod Consum*, vol. 18, pp. 145–155, Apr. 2019, doi: 10.1016/j.spc.2019.02.001.
- [38] A. Al-Azawei and A. Alowayr, "Predicting the intention to use and hedonic motivation for mobile learning: A comparative study in two Middle Eastern countries," *Technol Soc*, vol. 62, Aug. 2020, doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101325.
- [39] S. A. Raza, N. Shah, and M. Ali, "Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 10, no. 1, pp. 357–376, Feb. 2019, doi: 10.1108/JIMA-04-2017-0038.

- [40] K. O. Kwateng, K. A. O. Atiemo, and C. Appiah, "Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2," *Journal of Enterprise Information Management*, vol. 32, no. 1, pp. 118–151, Jan. 2019, doi: 10.1108/JEIM-03-2018-0055.
- [41] M. Z. Alam, M. R. Hoque, W. Hu, and Z. Barua, "Factors influencing the adoption of mHealth services in a developing country: A patient-centric study," *Int J Inf Manage*, vol. 50, pp. 128–143, Feb. 2020, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2019.04.016.
- [42] M. Limayem and S. Hirt, "Force of Habit and Information Systems Usage: Theory and Initial Validation," *J Assoc Inf Syst*, vol. 4, no. 1, pp. 65–97, 2003, doi: 10.17705/1jais.00030.
- [43] Z. Sheikh, T. Islam, S. Rana, Z. Hameed, and U. Saeed, "Acceptance of social commerce framework in Saudi Arabia," *Telematics and Informatics*, vol. 34, no. 8, pp. 1693–1708, Dec. 2017, doi: 10.1016/j.tele.2017.08.003.
- [44] P. Tak and S. Panwar, "Using UTAUT 2 model to predict mobile app based shopping: evidences from India," *Journal of Indian Business Research*, vol. 9, no. 3, pp. 248–264, 2017, doi: 10.1108/JIBR-11-2016-0132.
- [45] A. Gupta and N. Dogra, "Tourist adoption of mapping apps: A UTAUT2 perspective of smart travellers," *Tourism and Hospitality Management*, vol. 23, no. 2. University of Rijeka, pp. 145–161, Nov. 01, 2017. doi: 10.20867/thm.23.2.6.
- [46] A. Gupta, N. Dogra, and B. George, "What determines tourist adoption of smartphone apps?: An analysis based on the UTAUT-2 framework," *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, vol. 9, no. 1, pp. 48–62, 2018, doi: 10.1108/JHTT-02-2017-0013.
- [47] B. L. Handoko, "UTAUT 2 Model for Entrepreneurship Students on Adopting Technology," *2020 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, pp. 191–196, 2020, doi: 10.1109/ICIMTech50083.2020.9211185.
- [48] M. M. M. Abbad, "Using the UTAUT model to understand students' usage of e-learning systems in developing countries," *Educ Inf Technol (Dordr)*, vol. 26, no. 6, pp. 7205–7224, Nov. 2021, doi: 10.1007/s10639-021-10573-5.
- [49] W. A. Alkhowaiter, "Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity," *Journal of Innovation and Knowledge*, vol. 7, no. 4, Oct. 2022, doi: 10.1016/j.jik.2022.100240.

