

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Behavior Intention* Terhadap Penggunaan *Digital Payment* : *Systematic Literature Review*

Sri Ayem¹, Enggar Kartika Cahyaning², Idris Ramadhan³, Merna Nurlitawati⁴, Hiskia Langkodi⁵,
Filynsia Amelia Trasno⁶

¹Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia, sriayemfeust@gmail.com

²Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia, enggar.kartikac@gmail.com

³Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia, ramadhanidris7@gmail.com

⁴Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia, mernanurlitawati@gmail.com

⁵Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia, hizkialangkody@gmail.com

⁶Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia, tranof@gmail.com

DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p196-206>

Article history

Received

7 January 2024

Revised

1 March 2024

Accepted

28 March 2024

How to cite

Ayem, S., Cahyaning, S.K., Ramadhan, I., Nurlitawati, M., Langkodi, H., & Trasno, F.A.. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Behavior Intention* Terhadap Penggunaan *Digital Payment*: *Systematic Literature Review*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(2), 196-206,

<https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p196-206>

Kata Kunci: Behavior intention penggunaan Digital Payment; Performance Expectancy; Effort Expectancy; Social Influence; Facilitating Condition

Keywords: Behavioral intention, Digital Payments; Performance Expectancy; Effort Expectancy; Social Influence; Facilitating Condition

Corresponding author

Idris Ramadhan

ramadhanidris7@gmail.com

Abstrak

Kemajuan teknologi yang terus meningkat pada era Revolusi Industri 4.0 telah membawa pada transfigurasi sikap pelanggan pada pemanfaatan teknologi digital dan hampir setiap aspek kehidupan sudah tergitalisasi, termasuk pembayaran non-tunai atau biasa disebut dengan *digital payment*. Riset ini bermaksud untuk mengidentifikasi serta menganalisa pengaruh model UTAUT terhadap *Behavior Intention* saat menggunakan *digital payment*. Penelitian ini menggunakan Teknik SLR atau tinjauan penelitian sebelumnya untuk 4 aspek utama model UTAUT yaitu FE, EE, SI, dan FC dilakukan untuk mengetahui apakah hal tersebut mempengaruhi perilaku penggunaan *digital payment*. Dalam penelitian ini, menggunakan data sekunder dari *article journey* di mulai dari tahun 2019-2023 dari *Publish or Perish*. Hasil riset memperlihatkan bahwa *Performance Expectancy* (FE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), dan *Facilitating Condition* (FC) berpengaruh terhadap niat perilaku saat menggunakan *digital payment*. Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi referensi dan sumber informasi mengenai faktor-faktor apapun yang dapat berpengaruh kepada *Behavior Intention* saat menggunakan *digital payment*.

Abstract

The increasing technological advances in the era of the Industrial Revolution 4.0 have led to a transfiguration of customer attitudes towards the use of digital technology and almost every aspect of life has been digitized, including non-cash payments or commonly referred to as digital payments. This research intends to identify and analyze the influence of the UTAUT model on Behavior Intention when using digital payments. This research uses a systematic literature review technique or a review of previous research for the 4 main aspects of the UTAUT model, namely FE, EE, SI, and FC, to determine whether it affects the behavior of using digital payments. In this study, using secondary data from article journeys starting from 2019-2023 from Publish or Perish. The results showed that Performance Expectancy (FE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), and Facilitating Conditions (FC) affect behavioral intentions when using digital payments. The results of the study are expected to be a reference and source of information regarding factors that can influence Behavior Intention when using digital payments.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi yang semakin beragam, memberikan dampak dalam berbagai sektor terutama sektor ekonomi. Perkembangan tersebut telah menyebabkan sejumlah proses bisnis yang beralih ke basis elektronik, menciptakan kebutuhan untuk meningkatkan proses pembayaran (Tomic, 2023). Dimulainya perdagangan digital dan lahirnya *e-commerce* telah mendapatkan perhatian dunia, karena tulang perkembangan transaksi moneter yang diselesaikan menggunakan perangkat seluler melalui layanan pembayaran seluler. Banyaknya masyarakat yang mempunyai akses terhadap internet dan *smartphone* telah menghasilkan berbagai peluang bisnis, salah satunya adalah di bidang jasa keuangan (Nur & Panggabean, 2021).

Digital payment merupakan salah satu contoh hasil dari adanya fenomena tersebut. Layanan yang terdapat di *digital payment* mengubah cara orang melakukan aktivitas keuangan, mulai dari dengan berbelanja dengan nyaman tanpa meninggalkan rumah (Purwanto, et al., 2023). Saat ini, pembayaran seluler lebih banyak digunakan dalam bentuk aplikasi khusus yang diinstal pada *smartphone* (Nur & Panggabean, 2021) dan (Tomic, 2023). Layanan tersebut dapat memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi, bahkan dapat juga memungkinkan mereka untuk membeli dan menjual barang atau layanan dari mana saja, hanya dengan menggunakan ponselnya saja (Aljabbar & Sari, 2020).

Berdasarkan hasil olahan data Bank Indonesia, penggunaan pembayaran elektronik atau *e-money* terus naik dengan pesat dimulai dari 76,675 miliar pada tahun 2008 berubah 3,319 triliun pada tahun 2014. Berdasarkan data yang dikeluarkan dari BPS ketika tahun 2018, sejumlah produk uang elektronik yang beredar mencapai 167,205,587 dengan kapasitas transaksi 2,922,698,905 (Anonymous, 2019) dalam (Glady & Rantung, 2020). Pada tahun 2022 penggunaan uang elektronik pada tahun 2022 kembali meningkat sebesar 34,28% dari tahun sebelumnya.

Dampak yang dapat dirasakan Indonesia setelah masyarakat menerapkan *digital payment* yaitu meningkatkan efisiensi dan produktivitas perekonomian dengan mengurangi kebutuhan untuk menggunakan uang tunai atau cek (Andrianto, 2020) dan (Auliya & Arransyah, 2023). Dengan adanya kegiatan tersebut dapat menghemat waktu, tenaga, serta dapat meningkatkan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Selain itu, adanya *digital payment* dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan inklusi keuangan, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, serta masih banyak lainnya (Glady J & Rantung R, 2020). Selain itu, adanya *digital payment* juga dapat memudahkan akuntan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses akuntansi,

meningkatkan akurasi dan keandalan data akuntansi dengan menyediakan catatan transaksi yang lebih lengkap, dan tentunya masih banyak manfaatnya (anugrah & ompusunggu, 2021; Auliya & Arransyah, 2023). Oleh karena itu perlu dorongan kepada masyarakat untuk menggunakan digital payment agar manfaatnya semakin terlihat (Alkhowaiter, 2022). Dirancang secara resmi oleh Agus D.W. Martowarjo selaku Gubernur Bank Indonesia untuk mendorong masyarakat menggunakan sistem pembayaran digital Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) di tanggal 14 Agustus 2014 (Glady & Rantung, 2020) ; (Arianita, Alfansi, & Anggarawati, 2023). Namun, beberapa faktor dapat menjadi perhatian yang penting untuk keberlangsungan penggunaan *digital payment* antara lain kenyamanan, jaringan cepat, biaya, dan ketersediaan informasi yang memadai (Tan, Purba, & Widjaya, 2018). Maka, diperlukan analisis lebih lanjut terkait penerimaan masyarakat dalam penggunaan digital payment.

Teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yaitu teori yang dapat dipergunakan ketika mengukur perilaku manusia ketika pemanfaatan teknologi yang telah dikembangkan (Venkatesh et al., 2012). UTAUT dikembangkan dengan menggabungkan model dari teori-teori lainnya seperti TAM dan TPB (Arianita, Alfansi, & Anggarawati, 2023). Dalam teori tersebut Venkatesh et al., (2012) menyebutkan adanya empat konsep atau faktor utama yang dapat dan mampu menyatakan niat dari penggunaan teknologi yaitu *Performance Expectancy* (FE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), dan *Facilitating Condition* (FC) (Alkhowaiter, 2022) (Nur & Panggabean, 2021).

Performance Expectancy ialah kepercayaan masyarakat ketika menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka ketika melakukan berbagai tugas (Venkatesh et al., 2003). Pernyataan tersebut, sesuai seperti pada model TAM (Tang, Aik, & Choong, 2021). Orang-orang akan mengadopsi sistem pembayaran seluler ketika mereka menyadari bahwa sistem tersebut bermanfaat bagi kebutuhan perdagangan dan masalah keuangan mereka. Ekspektasi kinerja penting untuk memperjelas tujuan penggunaan teknologi pembayaran seluler (Alkhowaiter, 2022). Kedua, Tingkat kenyamanan yang diharapkan seseorang ketika menggunakan salah satu sistem atau teknologi sering disebut sebagai *Effort Expectancy*. Hal ini juga mencakup persepsi individu bahwa penggunaan sistem memerlukan sedikit usaha. Faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna terhadap teknologi salah satunya ialah *Effort Expectancy*. Semakin rendah upaya yang diharapkan, semakin besar kemungkinan seseorang akan menggunakan teknologi tersebut. Faktor ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi kemudahan penggunaan dan kompleksitas sistem (Glady & Rantung, 2020).

Faktor selanjutnya adalah pengaruh sosial atau *Social Influence*, dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang memandang kepentingannya sebagaimana diyakini orang lain, dan dengan demikian dapat mempengaruhi mereka untuk dapat mengoperasikan system baru (Wei, Luh, Huang, & Chang, 2021). Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa *social Influence* merupakan faktor yang kuat untuk menjelaskan bagaimana individu berniat dan berperilaku dalam menerima suatu sistem pembayaran berbasis digital atau *digital payment* (Fadila & Herlina, 2023). Hal tersebut dapat diartikan sebagai kesediaan suatu individu tersebut ketika menggunakan suatu system bisa dipengaruhi oleh opini dari berbagai individu sekitarnya (Anugrah & Ompusunggu, 2021). Terakhir, *Facilitating Condition*, dijabarkan seperti sejauh apa individu mempercayai bahwa pembangunan organisasi serta teknis disediakan untuk membantu dan mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). FC mengacu dari persepsi *retailers* terhadap dukungan penyedia mereka terhadap penggunaan m-pembayaran. Selain itu, *Facilitating Condition* memeriksa apakah *retailers* tedapat pengetahuan pribadi serta sumber daya yang dibutuhkan dalam penggunaan system (Esawe, 2022). Studi mengenai *digital payment* baru-baru ini menunjukkan bahwa *facilitating condition* merupakan prediktor langsung pada *behavior invitation* (Ariffin et al., 2020) dalam (Esawe, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan dalam penelitian ini relevan dengan situasi pada era digitalisasi saat ini. Penelitian ini melanjutkan penelitian sebelumnya yang berkaitan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat ketika menggunakan *digital payment* melalui model UTAUT. Namun berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian kali ini merupakan sebuah review dari sejumlah penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Dengan menggunakan analisis sistematis, penelitian ini bertujuan untuk mengenali kecenderungan dan pola yang konsisten, serta menyajikan sintesis sebagai dasar untuk pemahaman mendalam tentang fenomena tersebut. Faktor yang mempengaruhi dalam penelitian ini yaitu *Performance Expectancy* (FE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), dan *Facilitating Condition* (FC).

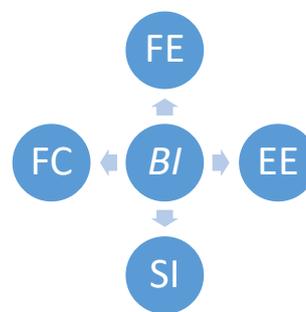
METODE

Metode *Systematic Literature Reviewer* (SLR) dipilih dalam penelitian ini karena *Systematic Literature Reviewer* (SLR) diartikan sebagai proses kegiatan tinjauan literatur melibatkan penemuan, evaluasi, dan analisis data yang berkaitan dengan masalah penelitian tertentu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diberikan. (Kitchenham & Piagam 2007) dan (Aliyah & Mulawarman, 2020) dalam (Ayem, et al., 2023).

Tahapan SLR pada temuan ini menggunakan model *Prreferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-analyses* (PRISMA). Model ini terbagi menjadi beberapa langkah yaitu, (1) pendefinisian kriteria kelayakan, (2) mendefinisikan berbagai sumber informasi, (3) memilih literatur, (4) mengumpulkan ata dari literatur yang dipilih, (5) terakhir, memilih item data yang telah diperoleh (Handayani, n.d.).

Oleh karena itu setelah menemukan data untuk dipelajari, peneliti memilih penelitian mana yang akan digunakan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Pedoman akreditasi jurnal digunakan untuk memilih jurnal untuk penelitian (Ayem, et al., 2023). Jurnal (1) membahas penerapan model UTAUT dalam penggunaan digital payment, (2) jurnal terdapat kesamaan dalam variabel independen dan dependen, (3) relevan, dan (4) jurnal diakui. Referensi bersumber dari 30 jurnal yang terdiri dari 15 jurnal internasional dan 15 jurnal nasional, termasuk terbitan dalam lima tahun terakhir. Informasi dan sumber referensi semuanya diambil dari *Publish or Perish*.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2. Pengaruh Variabel Independen ke Dependen

Tabel 1. Kerangka Hasil Penelitian

No	Peneliti	Judul	Variabel	Teori yang digunakan	Metode	Hasil Penelitian
1	Tomic, N., et al. (2023)	Menggunakan model UTAUT untuk menganalisis niat pengguna untuk menerima sistem pembayaran elektronik di Serbia	X: <i>Performance expectancy</i> , <i>Effort expectancy</i> , <i>Perceived security</i> , <i>trust</i> , <i>convertibility</i> , <i>privacy</i> , <i>financial costs</i> Y: <i>user behavioral intention to use EPS</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	<i>Performance expectancy</i> , <i>Perceived security</i> , <i>Convertibility</i> , <i>Trust</i> , dan <i>Financial costs</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> Harapan usaha, dan privasi tidak mempengaruhi niat perilaku
2	Purwanto, E., et al. (2023)	Penerimaan Pembayaran Elektronik di Kalangan Perkotaan: Studi Empiris Model C-UTAUT-IRT	X: <i>Performance expectancy</i> , <i>Effort expectancy</i> , <i>Social Influence</i> , <i>Facilitating Condition</i> , <i>Technology Usage</i> , <i>Technology Value</i>	Teori model UTAUT dan <i>Innovation Resistance Theory</i> (IRT)	Kuantitatif	<i>Performance expectancy</i> , <i>Technology Value</i> , <i>Technology Risk</i> , <i>Traditional</i> , dan <i>Technology Image</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i> Harapan usaha, kondisi memfasilitasi, dan penggunaan

Ayem, S., Cahyaning, S.K., Ramadhan, I., Nurlitawati, M., Langkodi, H., & Trasno, F.A.. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi...

			<i>Technology Risk, Traditional, dan Technology Image</i>			teknologi memiliki dampak terhadap niat perilaku		dengan Menggunakan Model UTAUT 2	kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, risiko potensial, keamanan yang dirasakan, niat penggunaan, dan perilaku penggunaan Y: niat dan perilaku pengguna		nilai harga, kebiasaan, potensi risiko, serta persepsi keamanan masing-masing berdampak pada keinginan dan praktek penggunaan dompet digital		
3	Arianita, A., et al. (2023)	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Pembayaran Digital dengan Model Extended UTAUT	Y : <i>Behavior Intention</i> X: <i>Performance expectancy, Effort expectancy, Social Influence, Facilitating conditions, Perceived Innovativeness, trust, loyalty, dan Word-Of-Mouth,</i> Y: <i>Behavioral Intention digital payment</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Persepsi tentang harapan kinerja, kondisi memfasilitasi, harapan usaha, dan pengaruh sosial tidak memiliki dampak pada Niat Perilaku. konstruk kepercayaan, persepsi inovasi, WOM dan loyalitas berpengaruh terhadap <i>Behavior Intention</i>	8	Audriyani, F. & Meiranto, W. (2023)	Penerapan Model UTAUT 2 pada Niat Penggunaan Electronic Payment ShopeePay di Kota Semarang	X: Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, motivasi hedonis, dan nilai harga. Y: niat penggunaan e-payment shopee	TPB dan UTAUT 2	Kuantitatif	Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kebiasaan, motivasi hedonis, dan nilai harga berpengaruh terhadap niat penggunaan e-Payment shopee
4	Sudirjo, F., et al. (2023)	Pengukuran Tingkat Perenerimaan dan Penggunaan Teknologi Elektronik Menggunakan Model UTAUT	X: <i>performance expectancy, effort expectancy, perceived security, perceived trust, hedonic motivation, price value, habit, and facilitating condition</i> Y: <i>affects user behavior</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	<i>The factors of PE (performance expectancy), EE (effort expectancy), PS (perceived security), PT (perceived trust), PV (price value), and HT (habit) contribute to user acceptance. HM (hedonic motivation) influences user acceptance</i> <i>FC (facilitating condition) affects user behavior, but does not affect user acceptance</i>	9	Alduais, F. & Al-Smadi. (2022)	Niat Menggunakan Pembayaran Elektronik dari Perspektif Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT): Bukti dari Yaman	X: <i>Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, dan Facilitating conditions</i> Y: Niat perilaku untuk menggunakan pembayaran elektronik	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Pandangan mengenai harapan kinerja, upaya yang diantisipasi, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung berpengaruh pada niat perilaku penggunaan e-payment
5	Namhoo, K. & Jantasari, V. (2023)	Integrasi model UTAUT dalam adopsi sistem pembayaran tanpa uang tunai di Thailand: peran mediasi dari persepsi risiko dan kepercayaan	X: <i>Performance expectancy, Effort expectancy, social influence, Perceived risk, Trust, Performance expectancy, Effort expectancy, dan social influence</i> Y: <i>use a cashless payment system</i> Z: <i>risk dan trust</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Hasilnya terungkap bahwa persepsi risiko dan kepercayaan semuanya mempengaruhi secara signifikan terhadap penggunaan BI sistem pembayaran non-tunai (e-payment)	10	Alshannag, F., et al. (2022)	E-payment Acceptance: Extended UTAUT Model with Security Factor	X : Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, dan keamanan. Y: e-payment adoption by bank consumers	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, dan keamanan memiliki korelasi positif dengan niat perilaku (<i>behavioural intention</i>)
6	Auliya, P. N., & Arransyah, M. F. (2023).	Penerapan Model UTAUT untuk Memahami Niat Perilaku Konsumen dalam Menggunakan QRIS	X: Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas Y1: <i>Behavioral intention, Use behavior</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial memiliki dampak terhadap niat penggunaan QRIS Niat berperilaku dan Kondisi yang memfasilitasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan	11	Esawe, T. (2022)	Mengeksplorasi Niat Perilaku Pengecer dalam Menggunakan M-Payment: Memperluas UTAUT dengan Persepsi Risiko dan Kepercayaan	X: <i>Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating conditions, Trust, dan Perceived risk</i> Y: <i>Behavioural Intentions Towards Using M-payment</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Pengaruh sosial, harapan kinerja, harapan usaha, kondisi memfasilitasi, kepercayaan, dan risiko yang dirasakan terhadap niat perilaku terkait penggunaan M-payment Gender dan Age tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam pengaruh konstruksi laten pada BIU
7	Fadila, W. & Herlina, M. (2023)	Implementasi Metode Analisis Struktur Komponen Umum pada Pengguna Dompet Digital	X: Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial,	Teori model UTAUT 2	Kuantitatif	Pemahaman mengenai persepsi terkait kinerja yang diharapkan, upaya yang diantisipasi, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis,	12	Alkhowaiter, W. (2022)	Penggunaan dan niat perilaku	X: Ekspektasi Kinerja,	TPB dan UTAUT	Kuantitatif	Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha,

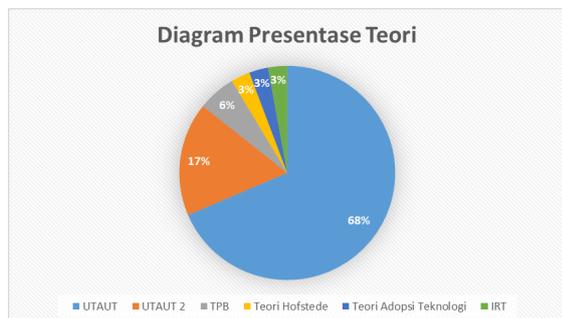
		pembayaran m di negara- negara GCC: Memperluas meta-UTAUT dengan amanah dan religiusitas Islam	Ekspektasi Upaya, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Kepercayaan, Sikap, Kegunaan, dan Agama Islam Y: <i>Behavioural Intentions to use m-payment</i>			pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, kepercayaan, sikap, penggunaan, dan agama Islam memiliki dampak terhadap Niat Perilaku untuk menggunakan <i>M-payment</i>	16	Maulana, A., & Cahyadi, R. (2022).	Evaluasi Penggunaan Produk Uang Elektronik <i>E-Money</i> Menggunakan Model UTAUT 2 (Studi Kasus: Mahasiswa Kota Medan)	Makanan & Minuman di Kota Jambi)	digital payment QRIS	X: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan	Teori model UTAUT 2	Kuantitatif	Pandangan mengenai kinerja yang diantisipasi, upaya yang diharapkan, pengaruh sosial, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan memiliki dampak pada keinginan perilaku pengguna untuk mengadopsi aplikasi OVO
13	Hamzah, N. N., & Setiawati, C. I. (2022)	Analisis Penerapan Model Utaut 2 pada Adopsi Gopay di Kota Bandung	X: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan Y: Niat perilaku dan perilaku penggunaan Gopay	Teori model UTAUT 2	Kuantitatif	Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, motivasi hedonis tidak mempunyai dampak pada niat perilaku pengguna Gopay Nilai Harga, Kebiasaan, dan Niat Perilaku mempengaruhi perilaku penggunaan pengguna Gopay	17	Anugrah, M. D., & Ompusunggu, H. (2021).	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan E-money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model UTAUT		X: Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitasi, keyakinan diri, kecemasan, sikap terhadap penggunaan teknologi	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan sikap terhadap penggunaan teknologi, Ekspektasi usaha dan fasilitas pemfasilitasi memiliki pengaruh terhadap minat individu terhadap penggunaan <i>e-money</i>	
14	Kurniasari, S., et al. (2022)	Faktor Penentu Adopsi Layanan Pembayaran Fintech di Indonesia menggunakan Pendekatan UTAUT	X: Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi memfasilitasi Y: Kepercayaan Pelanggan adopsi pembayaran digital di Indonesia Z: budaya nasional dan kebijakan Pemerintah	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Persepsi tentang harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kebijakan pemerintah, dan kondisi memfasilitasi tidak memiliki dampak pada Kepercayaan Pelanggan <i>National culture</i> dapat memperkuat pengaruh social influence terhadap <i>Customer Trust</i> Dimensi jarak kekuasaan, dan dimensi penghindaran mempunyai efek penguatan menciptakan pengaruh sosial terhadap <i>Customer Trust</i> budaya maskulinitas atau feminisme, orientasi jangka panjang tidak mengalami penguatan berpengaruh dalam menciptakan pengaruh sosial terhadap <i>Customer Trust adoption of fintech digital payment</i> kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Trust adoption of fintech digital payment</i>	18	Alkhalifah, A. (2021)	<i>Understanding IoT Mobile Payment Adoption: An Incorporating the UTAUT Theory with the Trust Acceptance Model</i>	X: <i>performance expectancy, effort expectancy, trust, social influence, Facilitating conditions, and Price value</i> Y: <i>consumers behavioural intention to use IoT mobile payment</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Efek dari konstruk efikasi diri dan kecemasan tidak mempengaruhi hasrat individu untuk memanfaatkan <i>e-money</i>		
19	Tang, K., et al. (2021)											X: <i>convenience, trust, effort expectancy and performance expectancy</i> Y: <i>behavioural intention to use m-payment</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Kenyamanan, persepsi tentang harapan usaha, dan persepsi tentang harapan kinerja berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan <i>m-payment</i>
15	Pangestu, M., & Pasaribu, J. (2022)	<i>Behavior Intention</i> Penggunaan QRIS Berdasarkan Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use</i> (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri	X: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi Y: niat perilaku penggunaan	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Pandangan terhadap kinerja yang diharapkan, upaya yang diantisipasi, pengaruh sosial, dan kondisi yang mendukung memiliki dampak pada keinginan perilaku menggunakan pembayaran digital QRIS	20	Nur, T. & Gosal, G. (2021)	<i>Mobile Payment Usage in Online Shopping among Gen Z in the JABODETABE K Area: META-UTAUT Approach</i>	X: <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, compatibility, Perceived Information Security, Perceived Social Pressure,</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	<i>Performance expectancy, Social influence, Resistance to Change, Facilitating conditions, dan Perceived Social Pressure</i> tidak berpengaruh terhadap BI <i>effort expectancy, Compatibility, Perceived Information Security, Perceived</i>		

Ayem, S., Cahyaning, S.K., Ramadhan, I., Nurlitawati, M., Langkodi, H., & Trasnno, F.A.. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi...

			<i>Perceived Innovativeness in IT, Resistance to Change Perceived Enjoyment attitude</i>			<i>Innovativeness in IT, Perceived Enjoyment, dan attitude berpengaruh terhadap BI</i>	25	Gladi, J. & Rantung, R. (2020)	Analisis Determinan Niat Menggunakan E-Money Di Kalangan Millennials Dengan Pendekatan Utaut	X: harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, keamanan, kondisi fasilitas dan efikasi diri	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Keyakinan terkait kinerja, usaha yang diantisipasi, pengaruh sosial, keamanan, dan efikasi diri mempengaruhi keinginan untuk penggunaan e-money
21	Wei, M., et al. (2021)	<i>Young Generation's Mobile Payment Adoption Behavior: Analysis Based on an Extended UTAUT Model</i>	X: <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence, Facilitating conditions, promotional activities, and perceived risk</i> Y: <i>customers' intention to use mobile payments</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	<i>Performance expectancy, effort expectancy, Social influence, Facilitating conditions, promotional activities, dan perceived risk berpengaruh terhadap niat penggunaan Mobile payments</i>	26	Aljabbaru, I. H., & Sari, D. (2020).	Analisis Penggunaan Mobile Payment Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)	X: Harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, biaya yang dirasakan, kondisi yang memfasilitasi	Teori model UTAUT dan Teori Adopsi Teknologi	Kuantitatif	kondisi fasilitas tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan e-money Ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, persepsi biaya, dan ekspektasi usaha berpengaruh terhadap behavioral intention Kondisi fasilitas tidak berpengaruh terhadap behavioral intention
22	Musyaffi, A., et al. (2021)	<i>Understanding of Digital Payment Usage During COVID-19 Pandemic: A Study of UTAUT Extension Model in Indonesia</i>	X: <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence, Facilitating conditions, perceived security, personal innovativeness, and behavioral intention</i> Y: <i>behavioral intention to use digital payment</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	<i>Performance expectancy, effort expectancy, Facilitating conditions, perceived security, dan personal innovativeness berpengaruh terhadap BI</i> <i>Social influence tidak berpengaruh terhadap BI</i>	27	Fithri Meuthia, R., Putra Ananto, R., & Afni, Z. (2020).	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Padang	X: Harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, jarak kekuasaan, orientasi jangka panjang	Teori model UTAUT dan Teori Hofstede	Kuantitatif	Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, jarak kekuasaan, kondisi yang memfasilitasi dan orientasi jangka panjang berpengaruh terhadap behavioral intention
23	Maharani, Y. (2021)	<i>Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2</i>	X: <i>ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan kepercayaan</i> Y: <i>niat generasi z untuk menggunakan kembali transaksi mobile payment</i>	Teori model UTAUT 2	Kuantitatif	<i>Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, dan price value tidak berdampak terhadap minat penggunaan m-payment</i> <i>Kebiasaan dan kepercayaan memiliki dampak terhadap minat penggunaan m-payment</i>	28	Andrianto, A. (2020)	Faktor Yang Mempengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT 2	X: <i>Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Nilai Harga, Motivasi Hedonis, dan Kebiasaan</i> Y: <i>Behavior Intention</i>	Teori model UTAUT 2	Kuantitatif	Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, Motivasi Hedonis, dan Kebiasaan tidak berpengaruh terhadap Behavior Intention Nilai harga berpengaruh positif terhadap Behavior Intention
24	Nur, t. & Panggabean, R. (2021)	<i>Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Method among Generation Z: the Extended UTAUT Approach</i>	X: <i>Performance expectancy, Effort Expectancy, Social Influences, Facilitating Condition, Perceived Enjoyment, dan Trust</i> Y: <i>Behavioral Intention to use mobile payments</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	<i>Performance Expectancy, Social Influences, Facilitating Condition, Perceived Enjoyment, dan Trust memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan payments</i> <i>Effort Expectancy tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan mobile payments</i>	29	Mugni, N. N., & Rikumu, B. (2019).	Analisis Niat Perilaku Penggunaan E-Money Berbasis Chip Menggunakan Model Modifikasi UTAUT (Studi Kasus Pada Pengguna Flazz E-Money Di Kota Bandung)	X: <i>Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial, Persepsi risiko, Persepsi biaya</i> Y: <i>Behavioral intention pada penggunaan flazz e-money</i>	Teori model UTAUT	Kuantitatif	Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, persepsi risiko dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap BI Persepsi biaya tidak berpengaruh terhadap BI
						<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, Perceived cost, Intention to use, dan Citizen empowerment berpengaruh terhadap BI</i>	30	Sharma, M. & Sharma, S. (2019)	<i>Theoretical Framework for Digital Payments in Rural India: Integrating UTAUT and Empowerment Theory</i>	X: <i>Performance expectancy, effort expectancy, dan social influence, Perceived cost, Intention to</i>	UTAUT	Kuantitatif	

use, Citizen
empowerme
nt

Y: intention
to use
digital
payments

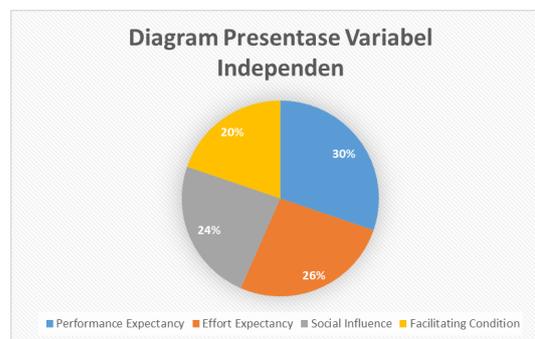


Gambar 3. Diagram Presentasi Teori

Berdasarkan gambar 3 tersebut terlihat bahwa dari 30 jurnal terdahulu dari peneliti terdahulu, 68% jurnal terdahulu menggunakan teori model UTAUT, 17% menggunakan teori model UTAUT 2, 6% menggunakan TPB, 3% menggunakan teori hosted, 3% menggunakan teori adopsi teknologi, dan 3% menggunakan teori IRT.

Teori model UTAUT mempunyai presentasi tertinggi yang berarti 68% dari sumber referensi menggunakan UTAUT dan karena memang penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model UTAUT dalam mempengaruhi niat perilaku. Hal tersebut berarti UTAUT sering menjadi hipotesis dalam penelitian sebelumnya. Keterkaitan dari UTAUT dengan *behavior intention* penggunaan *digital payment* yaitu didasarkan pada pemahaman mengenai perilaku individu-individu dalam penggunaan teknologi informasi seperti internet seluler, mobile banking, pembayaran seluler (Slade et al. 2015; Kapoor et al. 2015), dan layanan yang dilakukan secara daring (Oh dan Yoon 2014) dalam (Sharma & Sharma, 2019). Selanjutnya, UTAUT 2 menjadi hipotesis ke 2 yang sering dipakai. UTAUT 2 dapat dikatakan sebagai teori yang muncul atas pengembangan dari UTAUT. Pada teori UTAUT 2 terdapat beberapa penambahan dari beberapa variabel yang sebelumnya belum ada pada UTAUT. Tujuan dari adanya UTAUT 2 tentu saja tidak berbeda dengan UTAUT yaitu untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi pada sisi konsumen (Andrianti, 2020). Teori berikutnya yaitu Hofstede, kaitannya dengan BI yaitu dengan budaya masyarakat Indonesia yang sering hidup kolektif dan berkelompok sehingga dapat mempengaruhi satu individu dengan individu lainnya dalam penggunaan teknologi (Mugni & Rukumahu, 2019). Teori adopsi teknologi berkaitan dengan BI karena pada teori ini menjelaskan dan meneliti tentang individu yang memilih untuk menerima ataupun menolak inovasi tertentu, namun biasanya dalam inovasi tertentu tidak hanya menerimanya

saja bahkan mengukur bagaimana dan sejauh mana suatu inovasi tersebut terintegrasi dan digabungkan dalam suatu konteks yang sesuai (Straub, 2009) dalam (Alkhowaiter, 2022). Pada TPB menjelaskan mengenai perilaku individu dalam menggunakan suatu teknologi. Sehingga, TPB juga memungkinkan digunakan untuk mengetahui sejauh mana perilaku individu dapat menerima suatu teknologi yang baru (Andrianti, 2020) (Audriani & Meiranto, 2023). Teori yang jarang digunakan dan paling sedikit dalam 30 jurnal referensi yaitu ITR.



Gambar 4. Diagram Presentase Variabel Independen

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari dalam jurnal referensi sebelumnya, ternyata ditemukan bahwa yang menyebabkan niat untuk menggunakan *digital payment* sebagai alat transaksi yaitu 30% berasal dari *performance expectancy*, 26% dari *effort expectancy*, 24% dari *social influence*, serta 20% berasal dari *facilitating condition* yang tercantum dalam diagram pada Gambar 3.

Berdasarkan hasil survey dari 30 penelitian jurnal, terdapat 30% atau 23 hasil penelitian yang menyatakan bahwa *performance expectancy* atau ekspektasi kinerja dapat mempengaruhi niat penggunaan *digital payment (behavior intention to use digital payment)*. Hasil survey tersebut didukung dengan adanya hasil penelitian dari beberapa peneliti terdahulu yaitu Tomic, N., et al., (2023), Sharma, M. & Sharma, S. (2019), dan Gladi, J. & Rantung, R. (2020). Dinyatakan bahwa semakin tingginya tingkat dari kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan dari teknologi *digital payment* untuk memudahkan dan semakin meningkatkan performa kerjanya, maka akan semakin besar juga keinginan dan harapan masyarakat untuk mengaplikasikan dan memanfaatkan *digital payment* sebagai metode transaksi digital yang mudah dan aman (Pangestu & Pasaribu, 2022).

Niat penggunaan *digital payment (behavior intention to use digital payment)* juga dapat dipengaruhi oleh *effort expectancy*. Hal tersebut terlihat pada data hasil survey yang menunjukkan bahwa 26% atau 20 hasil penelitian menyatakan *effort expectancy* dapat mempengaruhi niat penggunaan *digital payment*. Selain

itu, penelitian dari Musyaffi, A., et al. (2021), Esawe, T. (2022), dan Nur, T. & Gosal, G. (2021) juga menyatakan hal yang serupa. Semakin teknologi itu mudah digunakan maka otomatis semakin tinggi niat masyarakat atau seseorang untuk memanfaatkan dan menggunakan teknologi itu. Hal tersebut berarti semakin mudah *digital payment* digunakan maka akan semakin tinggi juga individu yang menggunakan transaksi melalui *digital payment* (Anugrah & Ompusunggu, 2021).

Social influence telah terbukti memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan *digital payment* dalam 18 penelitian sebelumnya. Pengaruh tersebut memiliki arti bahwa semakin besar pengaruh social seseorang terhadap penggunaan teknologi baru, maka secara otomatis akan semakin besar niat orang lain untuk mempergunakan teknologi itu (Anugrah & Ompusunggu, 2021). Pernyataan di atas didukung dari penelitian dari Wei, M., et al. (2021) dan Hamzah, N. N., & Setiawati, C. I. (2022) yang juga menyebutkan bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap niat dari penggunaan *digital payment*.

Beberapa penelitian juga menyebutkan bahwa *facilitating condition* dapat mempengaruhi niat penggunaan *digital payment*. Didukung dengan adanya 20% atau 15 jurnal peneliti terdahulu yang menyatakan hal tersebut, yang dinyatakan juga oleh Nur, t. & Panggabean, R. (2021), Alkhowaiter, W. (2022), dan Esawe, T. (2022).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan survey yang telah dikumpulkan dari 30 jurnal peneliti terdahulu ditemukan bahwa ada 23 penelitian yang menyatakan bahwa *Performance Expectancy* (FE) dapat mempengaruhi *behavior intention* penggunaan *digital payment*. Dari 30 jurnal tersebut, 20 penelitian menyatakan bahwa *Effort Expectancy* (EE) dapat mempengaruhi *behavior intention* penggunaan *digital payment*, 18 penelitian juga membuktikan adanya *Social Influence* (SI) mempunyai pengaruh pada *behavior intention* penggunaan *digital payment*. Sedangkan 15 penelitian menyatakan *Facilitating Condition* (FC) dapat mempengaruhi *behavior intention* penggunaan *digital payment*. Dapat disimpulkan bahwa *Performance Expectancy* (FE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), dan *Facilitating Condition* (FC) memiliki peran yang signifikan dalam membentuk niat perilaku penggunaan digital payment. Adanya pengaruh positif dari masing-masing faktor tersebut memperlihatkan bahwa tingkat harapan dari kinerja, kemudahan penggunaan, pengaruh dari aspek sosial, serta kondisi yang memfasilitasi secara bersama-sama memengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsi metode *digital payment*. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap aspek-aspek ini dapat menjadi kunci untuk merancang strategi yang efektif

dalam meningkatkan adopsi digital payment di masyarakat.

Performance Expectancy mempunyai pengaruh paling besar kepada *behavior intention* dalam menggunakan *digital payment*, karena *Performance Expectancy* merupakan faktor utama yang mendorong seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Ketika seseorang yakin bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat yang diinginkan, maka ia akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut (Pangestu & Pasaribu, 2022). Hal tersebut tidak jauh berbeda dengan *Effort Expectancy*, dikarenakan kemudahan dari memakai suatu teknologi adalah dasar dari penilaian seseorang untuk serta merta menggunakan suatu teknologi yang baru atau yang sudah ada. Sistem pembayaran yang mudah dan praktis akan selalu diikuti dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, tidak membutuhkan usaha yang ekstra, sehingga akan terus mendorong seseorang untuk menggunakan *digital payment* (Pangestu & Pasaribu, 2022). Sebelumnya dijelaskan bahwa semakin tingginya pengaruh sosial individu dalam penggunaan teknologi yang baru, maka secara otomatis akan semakin tinggi juga niat dari individu lain untuk mempergunakan teknologi tersebut (Anugrah & Ompusunggu, 2021). Namun hal tersebut masih menjadi pertimbangan, karena lebih banyak seseorang lebih mengutamakan manfaat nyata kegunaan dari *digital payment* sehingga mereka tergerak secara individu untuk melakukan adopsi *digital payment*. Akan tetapi tidak jarang juga seseorang yang menggunakan *digital payment* sebagai alat transaksi karena pengaruh dari lingkungan. Sehingga, faktor *Social Influence* belum terlalu berpengaruh terhadap *behavior intention* penggunaan *digital payment* (Pangestu & Pasaribu, 2022). Faktor yang paling lemah atau paling sedikit dalam mempengaruhi dalam *behavior intention* penggunaan *digital payment*, adalah *Facilitating Condition*. Hal ini dikarenakan kebanyakan individu dalam mengadopsi serta penggunaan teknologi lebih mementingkan manfaat dan kemudahan dari penggunaan teknologi tersebut (Audriani & Meiranto, 2023).

Hasil temuan diharapkan untuk dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan yang baru dan bisa menjadi acuan untuk penelitian mendatang untuk membahas hal yang sama, yaitu mengenai faktor-faktor yang dapat menyebabkan *behavior intention* penggunaan *digital payment*, berdasarkan model UTAUT yang disajikan dalam model yang sederhana sehingga dapat mudah dipahami.

Penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh empat faktor, yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*. Namun, masih terdapat faktor-faktor lain yang mungkin dapat

mempengaruhi niat perilaku penggunaan digital payment, seperti faktor demografis, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan tingkat pendidikan maupun menggunakan pendekatan selain model UTAUT. Oleh sebab itu, penelitian berikutnya diharapkan mampu dan menyajikan pemahaman yang lebih dalam mengenai elemen-elemen yang memengaruhi niat perilaku penggunaan digital payment. Pemahaman yang lebih mendalam tersebut dapat digunakan untuk merancang strategi yang efektif dalam meningkatkan adopsi digital payment di masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam riset ini, kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu kami dalam menyelesaikan artikel ini sesuai ketentuan yang berlaku. Kontribusi itu menjadi salah satu kunci dari berhasilnya artikel ini untuk dapat disajikan dalam bentuk jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkhowaiter, W. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1-11. Aljabbar, I. H., & Sari, D. (2020). Analisis Penggunaan Mobile Payment Linkaja Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (utaut). *EProceedings of Management*, 7(1).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11612>
- Andrianto, A. (2020). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIOR INTENTION UNTUK PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111–122.
<https://doi.org/10.35760/EB.2020.V25I2.2412.G2009>
- anugrah, meilinda dwi, & ompusunggu, hermaya. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN E-MONEY MELALUI APLIKASI PEMBAYARAN BERBASIS DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 47–56.
<https://doi.org/10.31849/JIEB.V18I1.5465>
- Auliya, P. N., & Arransyah, M. F. (2023). Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 885–892.
<https://doi.org/10.47065/EKUITAS.V4I3.2808>
- Esawe, A. T. (2022). Exploring Retailers' Behavioural Intentions Towards Using M-payment: Extending UTAUT with Perceived Risk and Trust.

<https://doi.org/10.1177/09718907221091717>, 26(1), 8–28.
<https://doi.org/10.1177/09718907221091717>

- Fadila, W., & Herlina, M. (2023). Penerapan Metode Generalized Structure Component Analysis pada Pengguna Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT 2. *Jurnal Riset Statistika*, 27–34.
<https://doi.org/10.29313/JRS.V3I1.1772>
- Glady J, & Rantung R. (2020). *View of ANALISIS DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN E-MONEY DI KALANGAN MILLENNIALS DENGAN PENDEKATAN UTAUT*. *Klabat Journal of Management*,
<https://ejournal.unklab.ac.id/index.php/kjm/article/view/451/449>
- Handayani, P. W. (n.d.). *Systematic Review dengan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-analyses)*.
- Andrianti, A. (2020). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIOR INTENTION UNTUK PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 111-122.
- Anugrah, M., & Ompusunggu, H. (2021). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN E-MONEY MELALUI APLIKASI PEMBAYARAN BERBASIS DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 47-56.
- Arianita, A., Alfansi, L., & Anggarawati, S. (2023). ANALYSIS FACTOR AFFECTING THE USE OF DIGITAL PAYMENT WITH THE EXTENDED UTAUT MODEL. *The Manager Review*, 17(1), 91-108.
- Ayem, S., Cahyaning, E. K., Sari, P. R., Sogen, A. H. A., Puspita, A., & Priambodo, D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya Financial Distress. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(6), 3057-3076.
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i6.2971>
- Esawe, A. (2022). Exploring Retailers' Behavioural Intentions Towards Using M-payment: *Extending UTAUT with Perceived Risk and Trust*. *Sage Journals*, 26(1), 8-28.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/09718907221091717>
- Fadila, W., & Herlina, M. (2023). Penerapan Metode Generalized Structure Component Analysis pada Pengguna Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT 2. *Jurnal Riset Statistika*, 3(1), 27-34.

<https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRS/article/view/1772>

- Glady, J., & Rantung, R. (2020). DETERMINAN ANALYSIS OF INTENTION TO USE E - MONEY AMONG MILLENNIALS USING UTAUT. *Journal of Management*, 1(1), 90-104. <https://ejournal.unklab.ac.id/index.php/kjm/article/view/451>
- Khalifah, A. (2022). Understanding IoT Mobile Payment Adoption: An Incorporating the UTAUT Theory with the Trust Acceptance Model. *JOURNAL OF ENGINEERING AND COMPUTER SCIENCES*, 14(2), 24-56. <https://jecs.qu.edu.sa/index.php/jec/article/view/2310>
- Kurniasari, F., Urus, S., Utomo, P., Hamid, N., Jimmy, S., & Othman, I. (2022). Determinants of Adoption Fintech Payment Services in Indonesia using the UTAUT Approach. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, 17(1) 97-125. <http://dx.doi.org/10.24191/APMAJ.V17i1-04>
- Mugni, N., & Rukumahu, B. (2019). ANALISIS NIAT PERILAKU PENGGUNAAN E-MONEY BERBASIS CHIP MENGGUNAKAN MODEL MODIFIKASI UTAUT(STUDI KASUS PADA PENGGUNA FLAZZ E-MONEY DI KOTA BANDUNG). *Jurnal Mitra Manajemen Onliene (JMM Online)*, 3(5), 614-627. <http://ejournalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/237>
- Musyaffi, A., Sari, D., & Respati, D. (2021). Understanding of Digital Payment Usage During COVID-19 Pandemic: A Study of UTAUT Extension Model in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 0475-0482. <http://dx.doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0475>
- Nur, T., & Panggabean, R. (2021). Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Method among Generation Z: the Extended UTAUT Approach. *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 4(1), 14-28. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3824425
- Pangestu, M., & Pasaribu, J. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *JURNAL MANAJEMEN (JUMANAGE)*, 1(1) 29-37. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/view/23>
- Purwanto, E., Sjarief, R., Dawan, A., Kurniawan, S., Pertiwi, N., & Zahra, N. (2023). The Acceptance of Electronic Payment Among Urban People: An Empirical Study of the C-Utaut-Irt Model. *JOURNAL OF FLAW AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT*, 8(7), 1-25. <http://dx.doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.2909>
- Sharma, M., & Sharma, S. (2019). Theoretical Framework for Digital Payments in Rural India: Integrating UTAUT and Empowerment Theory. *International Working Convergence on Transfer and Diffusion IT*, 212-223. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-20671-0_15
- Sudirjo, F., Bakri, A., Ismail, A., Haes, P., & Hakim, S. (2023). Level of Acceptance and Use Measurement of Electronic Money Technology Using UTAUT Model. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 5(3), 11-16. <https://jsisfotek.org/index.php/JSisfotek/article/view/275>
- Tang, K., Aik, N., & Choong, W. (2021). A MODIFIED UTAUT IN THE CONTEXT OF M-PAYMENT USAGE INTENTION IN MALAYSIA. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), 40-59. https://jasemjournal.com/wp-content/uploads/2021/03/JASEMV_51_05_Leongetal-2021.pdf
- Tomic, N. K. (2023). Using the UTAUT. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), 40-59. https://jasemjournal.com/wp-content/uploads/2021/03/JASEMV_51_05_Leongetal-2021.pdf
- Sari, D. (2020). Analisis Penggunaan Mobile Payment Linkaja Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (utaut). *EProceedings of Management*, 7(1). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11612>
- Andrianto, A. (2020). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIOR INTENTION UNTUK PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111-122. <https://doi.org/10.35760/EB.2020.V25I2.2412.G2009>
- anugrah, meilinda dwi, & ompusunggu, hermaya. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN E-MONEY MELALUI APLIKASI PEMBAYARAN BERBASIS DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 47-56. <https://doi.org/10.31849/JIEB.V18I1.5465>
- Auliya, P. N., & Arransyah, M. F. (2023). Penerapan Model UTAUT untuk Mengetahui Minat Perilaku Konsumen dalam Penggunaan QRIS. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 885-892. <https://doi.org/10.47065/EKUITAS.V4I3.2808>
- Esawe, A. T. (2022). Exploring Retailers' Behavioural Intentions Towards Using M-payment: Extending UTAUT with Perceived Risk and Trust.

<https://doi.org/10.1177/09718907221091717>,
26(1), 8–28.
<https://doi.org/10.1177/09718907221091717>

Fadila, W., & Herlina, M. (2023). Penerapan Metode Generalized Structure Component Analysis pada Pengguna Dompot Digital Menggunakan Model UTAUT 2. *Jurnal Riset Statistika*, 27–34.
<https://doi.org/10.29313/JRS.V3I1.1772>

Glady J, & Rantung R. (2020). *View of ANALISIS DETERMINAN NIAT MENGGUNAKAN E-MONEY DI KALANGAN MILLENNIALS DENGAN PENDEKATAN UTAUT*. Klabat Journal of Management,
<https://ejournal.unklab.ac.id/index.php/kjm/article/view/451/449>

Handayani, P. W. (n.d.). *Systematic Review dengan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-analyses)*.

AUT model to analyze user intention to accept. *Portuguese Economic Journal*, 251–270.

Wei, M., Luh, Y., Huang, Y., & Chang, Y. (2021). Young Generation's Mobile Payment Adoption Behavior: Analysis Based on an Extended UTAUT Model. *Journal of Theoretical Appl. Electron. Commer*, 618–63.