

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *M-banking* pada Penerapan Model UTAUT 2

¹*Yura Karlinda Wiasa Putri, ²Ni Luh Nyoman Sherina Devi, ³IA Rayhita Santhi
Universitas Mahasaraswati Denpasar, Indonesia

¹yurakarlinda@unmas.ac.id

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 17/12/2022

Diterima : 09/01/2023

Dipublikasi : 09/01/2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai hubungan UTAUT 2 dengan minat menggunakan *m-banking* dengan pengalaman sebagai pemoderasi. Penelitian ini mengembangkan model UTAUT dengan menambahkan indikator teknologi konsumen. Tiga konstruksi penting yang ditambahkan adalah motivasi *hedonis*, nilai harga, dan kebiasaan. Selain itu, karena ketidakkonsistenan hasil pengalaman ditambahkan sebagai variabel pemoderasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan model UTAUT 2. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar dan sampel penelitian menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu sehingga total sampel yang digunakan adalah 120 responden. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, kondisi fasilitasi, dan nilai harga berpengaruh positif terhadap minat pengguna *m-banking*. Ekspektasi bisnis, motivasi *hedonis* dan kebiasaan tidak berpengaruh dan pengalaman hanya mampu memoderasi hubungan antara nilai harga dan minat menggunakan *m-banking*.

Kata Kunci: *M-banking*, Minat Penggunaan, Perilaku Penggunaan, UTAUT 2

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada tahun 2022 menyebabkan segala macam kebutuhan menuntut sistem yang lebih strategis dan simpel. Kebutuhan akan teknologi sederhana yang harus mempermudah segala bentuk aktivitas masyarakat menuntut masyarakat untuk lebih mewaspadai perubahan transaksi yang masih bersifat konvensional, di era saat ini transaksi yang diharapkan lebih mengutamakan bentuk cashless. Selain itu, metode pembayaran melalui QRIS di platform belanja atau di toko mana pun mengharuskan siapa pun memiliki mobile banking untuk memfasilitasi transaksi yang sedang berlangsung (Indriani et al., 2023) (Arigawati & Cahyaningsih, 2021). Pada tahun 2017, menurut data yang ada, penggunaan internet di Indonesia mencapai 143,26 juta dari total penduduk di Indonesia. Layanan mobile banking yang diberikan oleh bank sebenarnya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan individu sebagai nasabah bank yang bersangkutan. Dalam hal ini kepuasan individu dititikberatkan pada mahasiswa Universitas Mahasaraswati yang memang pada usia sudah dituntut untuk sadar menggunakan cashless. Layanan perbankan berbasis internet yang paling populer adalah *m-banking* yang menggunakan sistem jaringan untuk melakukan transaksi (Ansori, 2019).

Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan dan pemanfaatan sistem dengan menggunakan model evaluasi. Salah satu model terbaru yang digunakan adalah UTAUT 1 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). Dimana model ini dianggap kurang objektif, maka muncul model UTAUT 2 yang menambahkan faktor objektif yang akan memudahkan individu dalam memutuskan suatu tindakan (Fadhilah, 2012). Faktor objektif tambahan yang ditambahkan dalam model UTAUT 2 adalah motivasi *hedonis*,

nilai harga, dan kebiasaan. Selain hubungan langsung, peneliti juga menambahkan faktor pengalaman sebagai variabel yang nantinya akan memoderasi hubungan antara model UTAUT 2 dengan minat menggunakan mobile banking.

II. STUDI LITERATUR

UTAUT merupakan model yang menjelaskan bagaimana seorang individu menerima keberadaan suatu teknologi baru, dimana model ini dikembangkan oleh (Venkatesh & Xu, 2012). UTAUT berfokus untuk menjelaskan minat seseorang terhadap penerimaan dan penilaian mereka terhadap teknologi baru, dimana teknologi baru tersebut akan sangat mempengaruhi tindakan mereka sehari-hari. Model UTAUT 2 yang digunakan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dari individu eksternal dan internal, dimana tingkat objektivitas penilaian berfokus pada model UTAUT 2 yang merupakan pengembangan dari model UTAUT sebelumnya. (Bandyopadhyay & Fraccastoro, 2019)

Ekspektasi kinerja merupakan ekspektasi seseorang menggunakan sistem, dimana penggunaan sistem diharapkan dapat membantunya mendapatkan tingkat keuntungan yang lebih tinggi, bila dikaitkan dengan mobile banking dimana keberadaan *m-banking* akan membantu individu melakukan transaksi perbankan dengan lebih cepat. Selanjutnya, bagian dari model UTAUT mengenai ekspektasi bisnis, dimana hal ini menyiratkan kemudahan yang diberikan oleh teknologi yang ada (*m-banking*) sehingga individu dapat mengurangi upaya berupa tenaga dan waktu untuk menyelesaikan pekerjaannya (Kissi et al., 2017). Bagian ketiga dari model UTAUT adalah faktor sosial dan budaya yang berhubungan dengan tingkat kepercayaan individu terhadap sistem baru dan keyakinannya dalam menggunakan sistem tersebut. Selain ketiga hal tersebut, kondisi fasilitasi yang juga merupakan bagian dari UTAUT dapat diartikan sebagai struktur teknis yang disediakan oleh sistem yang digunakan untuk mendukung penggunaan sistem tersebut (Mahendra, 2016). Selanjutnya adalah faktor motivasi *hedonis* yang merupakan konstruk tambahan pada model UTAUT sehingga menjadi UTAUT 2, yang dapat diartikan sebagai perasaan senang ketika memakai teknologi atau sistem baru dan nantinya berperan penting bagi individu untuk menerima dan menerima. menggunakan teknologi yang ada. Nilai harga menjadi faktor selanjutnya dimana terdapat kesenjangan antara manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi baru dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh individu atas manfaat tersebut. Yang terakhir adalah kebiasaan dimana yang dimaksud dengan ini adalah bagaimana individu berperilaku secara otomatis menggunakan suatu teknologi karena terbiasa menggunakan teknologi tertentu.

Semua elemen dalam UTAUT 2 mempengaruhi minat individu dalam menggunakan teknologi yang disediakan. Minat seseorang dalam memanfaatkan teknologi informasi adalah keinginan seorang pengguna teknologi untuk menggunakan teknologi yang sama secara terus menerus, dan diasumsikan bahwa teknologi tersebut mempermudah segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh individu yang bersangkutan. Variabel pengalaman dimasukkan dalam penelitian untuk memperkuat atau memperlemah konstruk baru yang ditambahkan pada model UTAUT 2 terhadap minat penggunaan teknologi. Pengalaman disini menurut (Venkatesh & Xu, 2012) mengasumsikan bahwa individu yang berpengalaman lebih mampu memanfaatkan dan menggunakan teknologi yang tersedia dibandingkan dengan individu yang minim pengalaman terhadap teknologi sejenis.

III. METODE

Rancangan penelitian menggambarkan rencana dan struktur penelitian yang mengarahkan proses penelitian agar hasil penelitian menjadi valid, objektif, efektif, efisien, dan dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian ini menggunakan penggunaan *m-banking* sebagai variabel dependen, ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, faktor sosial budaya, kondisi fasilitasi, motivasi *hedonis*, nilai harga, kebiasaan, minat menggunakan *m-banking* dan perilaku menggunakan *m-banking* sebagai variabel independen dan pengalaman sebagai variabel moderasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan model UTAUT 2. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar, dan sampel penelitian menggunakan teknik purposive sampling dengan

kriteria tertentu sehingga total sampel yang digunakan adalah 120 responden.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Inner Model adalah cara untuk mengukur ketepatan model yang digunakan dalam penelitian ini dan melihat model secara keseluruhan. Model ini dibentuk dengan menggunakan beberapa variabel yang ada dan harus disertai dengan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Evaluasi model ini menggunakan pendekatan struktural dan harus melalui beberapa tahapan yaitu a) R-Square (R^2), b) Q-Square Predictive Relevance (Q^2), dan c) Goodness of Fit (GoF).

Evaluasi Model Struktural Melalui R-Square (R^2)

R-Square (R^2) yang diperoleh nantinya akan digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pengaruh yang dapat ditunjukkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R-Square (R^2) ini juga akan dijadikan pedoman kekuatan model penelitian yang digunakan peneliti. Nilai R-Square (R^2) sebesar 0,67 tergolong model kuat, R-Square (R^2) model sedang sebesar 0,33, dan R-Square (R^2) sebesar 0,19 merupakan model yang lemah.

Tabel 1.
Evaluasi Model Struktur R-Square (R^2).

Variabel	Deskripsi/ Konstruksi	R persegi
Y1	Minat Pengguna	0,867
Y2	Perilaku Pengguna	0,662

Sumber: data olahan, 2022

Tabel 1 menunjukkan nilai R^2 Y1 atau minat menggunakan *m-banking* sebesar 0,867; berdasarkan kriteria (Ulum & Purwanto, 2014) maka model termasuk kriteria model kuat, kemudian nilai R^2 Y2 atau perilaku pengguna internet banking sebesar 0,662 juga termasuk kriteria model kuat.

Evaluasi Model Struktural melalui Q-Square Predictive Relevance (Q^2)

Q-Square Predictive Relevance (Q^2) adalah ukuran seberapa baik pengamatan yang dilakukan memberikan hasil pada model penelitian. Nilai Q-Square Predictive Relevance (Q^2) berkisar antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Semakin mendekati 0 nilai Q-Square Predictive Relevance (Q^2), memberikan indikasi bahwa model penelitian semakin buruk, sebaliknya semakin jauh dari 0 (nol) dan semakin mendekati nilai 1 (satu), hal ini berarti model penelitian semakin baik. Kriteria kekuatan model yang diukur berdasarkan Q-Square Predictive Relevance (Q^2) menurut (Ulum & Purwanto, 2014) adalah sebagai berikut: 0,35 (model kuat), 0,15 (model sedang), dan 0,02 (model lemah).

Meja 2.
Evaluasi Model Struktural R-Square (R^2)

Variabel	Deskripsi/ Konstruksi	Kotak Q
Y1	Minat Pengguna	0,713
Y2	Perilaku Pengguna	0,748

Sumber: data diolah, 2022

Pada Tabel 2 diperoleh nilai Q Square terhadap Y1 sebesar 0,713. Hasil Q Square ini dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel UTAUT2 terhadap penggunaan *m-banking* pada Y1 memberikan nilai sebesar 0,713. Artinya variabel laten dependen dapat dijelaskan oleh variabel laten independen sebesar 71,3%. Dari Tabel 2 diatas, nilai Q Square terhadap Y2 adalah 0,748. Hasil Q Square ini dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel UTAUT2 terhadap penggunaan *m-banking* pada Y2 memberikan nilai sebesar 0,748. Artinya variabel laten dependen dapat dijelaskan oleh variabel laten independen sebesar 74,8%.

Analisis Jalur

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). PLS adalah metode untuk membangun model yang dapat diprediksi ketika ada terlalu banyak faktor. Analisis PLS meliputi Outer Model dan Inner Model Test. Setelah langkah satu dan dua dilakukan, agar hasilnya lebih mudah dipahami (hasil desain inner model dan outer model) maka dibangun dalam bentuk flow chart. Outer model digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas indikator, sedangkan Inner model digunakan untuk menguji signifikansi parameter yang dirumuskan dalam hipotesis. Sesuai dengan desain penelitian, sistem persamaan struktural berikut dibuat. Sub struktur 1, yaitu sub struktur yang menjelaskan hubungan antara ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, faktor sosial budaya, kondisi yang memudahkan, motivasi *hedonis*, nilai harga, kebiasaan, pengalaman bertanya kepada pengguna *m-banking*. Substruktur 1 disusun sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 |X_4 - M| + \beta_9 |X_5 - M| + \beta_{10} |X_6 - M| + \beta_{11} |X_7 - M| + e..... (1)$$

Sub struktur 2, yaitu sub struktur yang menjelaskan hubungan antara ekspektasi kinerja, ekspektasi bisnis, faktor sosial budaya, kondisi yang memudahkan, motivasi *hedonis*, nilai harga, kebiasaan, pengalaman terhadap perilaku pengguna *m-banking*. Substruktur 2 disusun sebagai berikut:

$$Y_2 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 |X_4 - M| + \beta_9 |X_5 - M| + \beta_{10} |X_6 - M| + \beta_{11} |X_7 - M| + e.....(2)$$

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui PLS, diperoleh nilai standard error berdasarkan R-square persamaan 1 sebesar 0,879 dengan nilai jalur dan nilai p untuk masing-masing jalur disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Jalur Persamaan 1

Variabel	Deskripsi Hubungan	Nilai Jalur	Nilai P	SE
X1 - y1	ekspektasi kinerja – minat	0,194	0,013	0,086
x2 - y1	ekspektasi bisnis – tanyakan	0,058	0,257	0,089
x3 - y1	sosial budaya – minat	0,122	0,083	0,088
x4 - y1	kondisi fasilitasi – minat	0,319	0,001	0,084
x5 - y1	<i>hedonis</i> – minat	0,098	0,136	0,088
x6 - y1	harga nilai – minat	0,235	0,003	0,085
x7 - y2	kebiasaan – perilaku	0,605	0,001	0,078
y1 - y2	minat – perilaku	0,234	0,004	0,085
m - x5 - y1	pengalaman moderasi <i>hedonis</i> - minat	0,098	0,136	0,088
m - x6 - y1	pengalaman moderasi nilai harga – minat	0,211	0,008	0,086
m - x7 - y1	mengalami kebiasaan moderasi - minat	0,058	0,258	0,089

Sumber: data olahan, 2022

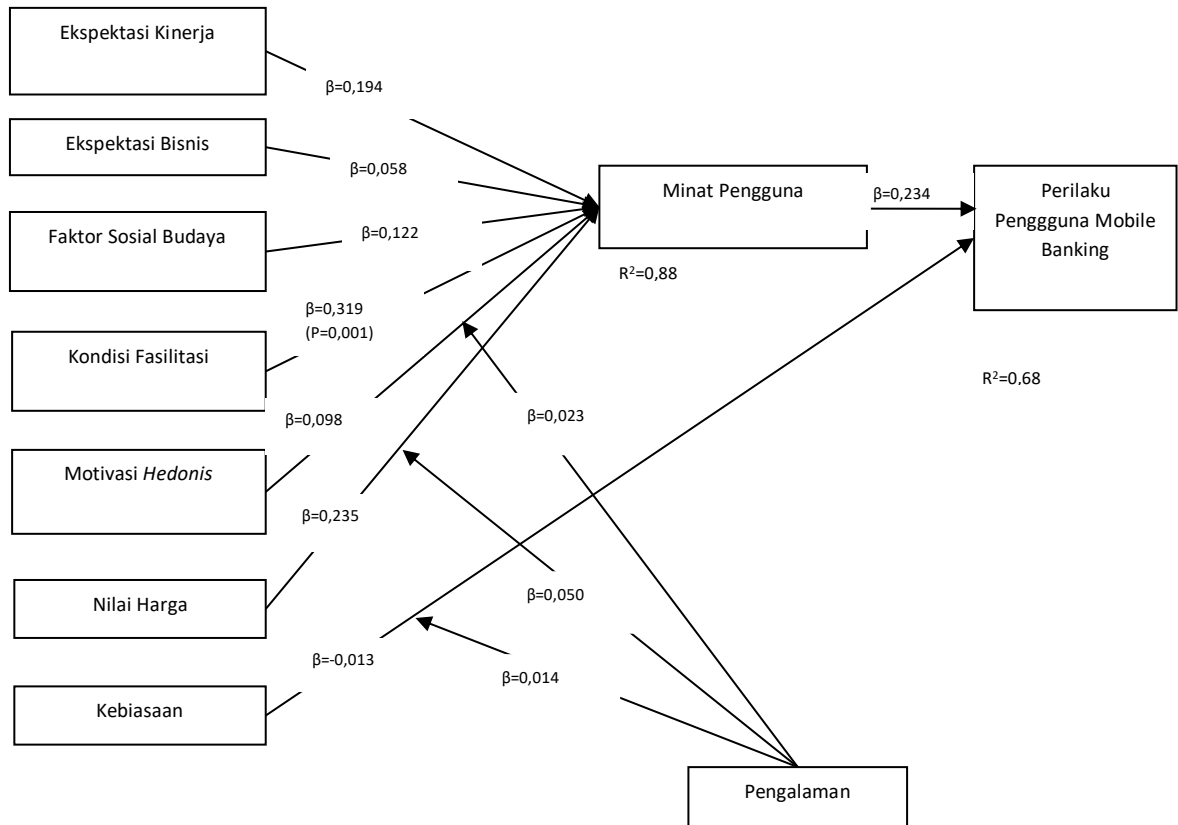
Berdasarkan hasil pengolahan data melalui PLS, diperoleh nilai standard error berdasarkan R-square persamaan 2 sebesar 0,676 yang disajikan pada Tabel 4. Kemudian diperoleh diagram jalur akhir yang ditunjukkan pada Gambar 2.

Tabel 4. Hasil Analisis Jalur Persamaan 2

Variabel	Deskripsi Hubungan	Nilai Jalur	Nilai P	SE
x1 - y2	harapan – perilaku	0,046	0,237	0,063
x2 - y2	ekspektasi bisnis – tanyakan	0,014	0,415	0,064
x3 - y2	sosial budaya – minat	0,029	0,326	0,064

x4 - y2	kondisi fasilitasi – minat	0,075	0,118	0,063
x5 - y2	hedonis – minat	0,023	0,360	0,064
x6 - y2	harga nilai – minat	0,055	0,193	0,063
x7 - y2	kebiasaan – perilaku	-0,003	0,480	0,064
m - x5 - y2	pengalaman moderasi <i>hedonis</i> - minat	0,023	0,360	0,064
m - x6 - y2	pengalaman moderasi nilai harga – minat	0,05	0,217	0,063
m - x7 - y2	mengalami kebiasaan moderasi - minat	0,014	0,416	0,064
x1 - y2	minat – perilaku	0,046	0,237	0,063

Sumber: data olahan, 2022



Uji validasi koefisien jalur pada masing-masing jalur untuk pengaruh langsung sama dengan analisis regresi, dengan menggunakan p dari uji t yaitu pengujian koefisien regresi variabel standar parsial. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai masing-masing p dan signifikansinya telah memenuhi persyaratan nilai p (sig.t) < 0,05 sehingga semua jalur dapat digunakan, hasil penelitian adalah disajikan pada Tabel 5. di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Pengaruh Antar Variabel

Efek Variabel	Efek Total	Sig.	Informasi
Ekspektasi Kinerja (X1) terhadap Minat Pengguna <i>m-banking</i> (Y1)	0,194	0,013	Efek positif
Ekspektasi Bisnis (X2) terhadap Minat Pengguna <i>m-banking</i> (Y1)	0,058	0,257	Tidak berpengaruh
Faktor Sosial Budaya (X3) terhadap Minat Pengguna <i>m-banking</i> (Y1)	0,122	0,033	Efek positif
Kondisi Fasilitasi (X4) terhadap minat pengguna <i>m-banking</i> (Y1)	0,319	0,001	Efek positif
Motivasi <i>hedonis</i> (X5) terhadap minat pengguna <i>m-banking</i> (Y1)	0,098	0,136	Tidak berpengaruh
Nilai harga (X6) pada minat pengguna <i>m-banking</i>	0,235	0,003	Efek positif

(Y1)			
Kebiasaan (X7) Perilaku Pengguna <i>m-banking</i> (Y2)	-0,016	0,441	Tidak berpengaruh
Minat Pengguna (Y1) pada Perilaku Pengguna (Y2)	0,234	0,004	Efek positif
Pengalaman (M) tentang Motivasi <i>Hedonis</i> (X5) tentang Ketertarikan Pengguna <i>m-banking</i> (Y1)	0,121	0,136	Tidak berpengaruh
Pengalaman (M) pada nilai harga (X6) pada minat pengguna <i>m-banking</i> (Y1)	0,261	0,008	Efek positif
Pengalaman (M) tentang Kebiasaan (X7) tentang Perilaku Pengguna <i>m-banking</i> (Y2)	0,072	0,258	Tidak berpengaruh

Sumber: data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 5. di atas dapat dibuktikan secara empiris bahwa berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *m-banking*; Ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *m-banking*. Hal ini dikarenakan responden yang dijadikan sampel penelitian sudah terlalu lama tidak menggunakan fasilitas *m-banking* yang disediakan oleh platform perbankan yang bersangkutan, sehingga responden tersebut belum merasakan manfaat dari layanan yang diberikan. Faktor sosial budaya berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *m-banking*. Kondisi fasilitasi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *m-banking*. Motivasi *hedonis* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *m-banking*. Responden penelitian yang menggunakan layanan *m-banking* fokus pada kelebihan dan manfaat dari sistem yang diberikan dibandingkan dengan perasaan menyenangkan yang mereka dapatkan saat menggunakan sistem tersebut. Nilai harga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *m-banking*. Kebiasaan tidak berpengaruh terhadap perilaku menggunakan *m-banking*. Setiap sistem memiliki cara kerja yang berbeda, begitu pula layanan sistem *m-banking* yang disediakan oleh berbagai bentuk perbankan. Kebiasaan pelanggan yang menggunakan sistem sebelumnya membuat batasan untuk langsung menerima sistem baru, sehingga kebiasaan menggunakan sistem lama tidak membantu pelanggan (yang menjadi responden dalam penelitian) menggunakan sistem layanan yang telah disediakan. Minat pengguna berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *m-banking*. Pengalaman tidak mampu memoderasi pengaruh motivasi *hedonis* terhadap minat menggunakan *m-banking*. Bagi mahasiswa yang menggunakan layanan *m-banking*, hal-hal yang menyenangkan dalam menggunakan sistem tidak terlalu mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan sistem layanan yang disediakan, pengalaman yang dimiliki mahasiswa cenderung membuat mahasiswa tersebut memiliki perspektif atau harapan awal yang berbeda ketika menerapkan sistem baru tersebut. digunakan. Hal ini membuat pengalaman mahasiswa sebelumnya tidak dapat mempengaruhi hubungan antara motivasi *hedonis* dengan minat menggunakan *m-banking*. Pengalaman memperkuat hubungan antara nilai harga dan minat menggunakan *m-banking*. Pengalaman tidak mampu memoderasi hubungan kebiasaan pada perilaku penggunaan *m-banking*. Kebiasaan yang dimiliki seseorang cenderung melakukan gerakan otomatis atas kebiasaan yang selama ini sering dilakukan, bagi mahasiswa yang menggunakan layanan *m-banking* yang terbiasa menggunakan sistem sebelum diperkenalkannya sistem layanan *m-banking* akan lebih mudah dalam penggunaan sistem lama dibandingkan dengan mempelajari sistem baru. Tidak berbeda dengan pengalaman, pengalaman dengan apa yang biasa dilakukan tidak akan mempengaruhi minat menggunakan *m-banking*.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bukti empiris bahwa ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, dan kondisi fasilitasi yang merupakan bagian dari faktor UTAUT 1 mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking, sedangkan ekspektasi bisnis tidak berpengaruh. Pada model UTAUT 2 hanya nilai harga yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan perbankan, sedangkan motivasi dan kebiasaan *hedonis* tidak mempengaruhinya. Pengalaman dalam hal ini tidak mampu memoderasi hubungan antara

motivasi *hedonis* dengan kebiasaan menggunakan *m-banking* tetapi mampu memperkuat hubungan antara nilai harga dengan minat mahasiswa dalam menggunakan *m-banking*.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkategorikan responden secara lebih spesifik yaitu responden yang benar-benar aktif menggunakan *m-banking* dalam aktivitasnya yang berhubungan dengan bisnis atau aktivitas lain yang berhubungan dengan perbankan yang tidak dibatasi oleh jam operasional bank saja sehingga nantinya diperoleh hasil penelitian yang lebih baik. diharapkan lebih relevan dengan kondisi siswa yang sebenarnya dimasa yang akan datang.

VI. REFERENSI

Ansori. (2019). Penerapan E-Banking Syariah pada Sistem Informasi Manajemen Perbankan Syariah. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 3(1).

Arigawati, D., & Cahyaningsih. (2021). Pengaruh sistem e-payment terhadap peningkatan motivasi belanja online dan aktivitas sektor riil. *Goodwill*, 3(2).

Bandyopadhyay, & Fraccastoro. (2019). Effect of Culture on User Acceptance of Information Technology. *Communications of the Association for Information Systems*.

Fadhilah. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Dalam Implementasi Sistem Sap Dengan Menggunakan Model Utaut (unified theory of acceptance and usage of technology) Yang Dimodifikasi (Studi Kasus Pada Wilmar Internasional Jakarta)*.

Indriani, Syamsul, & Lestari. (2023). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), Penjualan dan Kepuasan Pelanggan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4).

Kissi, P. S., Oluwatobiloba, & Berko. (2017). Factors Affecting University Students Intentions to Use Debit Card Services: An Empirical Study Based on UTAUT. *Business. Management and Education*, 15(2).

Mahendra,. (2016). Analisa Penerimaan Sistem Enterprise Resource Planning (ERP) Pada PT GBS Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 12(2).

Ulum, G., & Purwanto. (2014). Konstruksi model pengukuran kinerja dan kerangka kerja pengungkapan modal intelektual. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)*, 5(3).

Venkatesh, V., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1).