

PENGARUH COMPUTER SELF-EFFICACY DAN PENERAPAN MODEL UTAUT TERHADAP USER ACCEPTANCE DIGITAL PAYMENT

Anindya Putri Cahyogumilang

E-mail: anindyagumilang@gmail.com

ABSTRACT

This research examines the effect of computer self-efficacy and the application of the UTAUT model to user acceptance digital payment. The purpose of this study is to find out how performance expectancy, effort expectancy, social influence, computer self-efficacy, and facilitating conditions can influence the interests and behavior of Indonesian people in using digital payments. Researcher collected data using a questionnaire (Google Forms). The research sample is all digital payment users registered with Bank Indonesia. The results showed that performance expectancy, social influence, and computer self-efficacy have a significant effect on intention to use digital payments. Facilitating conditions can significantly influence the frequency (behavior) of using digital payments, while user interest shows the opposite results.

Keywords: digital payment, utaut model, computer self-efficacy

JEL Classification: C88, L86

PENDAHULUAN

Keterbatasan industri perbankan melayani masyarakat daerah tertentu menjadi salah satu alasan terbesar

munculnya inovasi teknologi di bidang keuangan. *Financial technology* adalah inovasi finansial yang menggabungkan antara teknologi dan fitur keuangan (Chen, Wu, & Yang, 2019). Inovasi yang dilakukan bertujuan untuk memberikan kemudahan akses, transparansi, kenyamanan, keamanan, kepraktisan, dan efisiensi. Layanan yang ditawarkan *fintech* berpotensi memberikan keuntungan kepada banyak pihak, mulai dari pelaku usaha, konsumen, bahkan dipercaya mampu mengatasi inklusi keuangan di suatu negara. Meskipun *digital payment* terbukti mampu memberikan berbagai manfaat masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengenal dan menerima *digital payment* sebagai alternatif alat pembayaran. Mereka masih lebih memilih melakukan transaksi pembayaran menggunakan uang tunai. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian yang dapat menjelaskan faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keinginan seseorang untuk menggunakan dan menerima kehadiran *digital payment*.

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* menjelaskan perilaku penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi (Venkatesh & Davis, 2000). *Performance expectancy (PE)*, *effort expectancy (EF)*, *social influence (SI)*, dan *facilitating condition (FC)* menjadi empat konstruk utama yang memiliki pengaruh langsung terhadap minat dan penggunaan suatu teknologi (*digital payment*). Peneliti menambahkan variabel independen *computer self-efficacy (CS)* untuk melengkapi penelitian penga-

ruh model UTAUT terhadap minat dan perilaku *digital payment*.

Computer self-efficacy dapat menjadi faktor penting apakah seseorang tertarik untuk mengoperasikan suatu teknologi. Seseorang yang memiliki keyakinan diri bahwa mereka mampu memahami dan mengoperasikan teknologi akan lebih mudah menerima perkembangan di dunia teknologi (He & Lee, 2009). Penelitian empiris yang dilakukan oleh McKenna, Tuunanen, & Gardner (2013) menemukan bahwa CS berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk menguji lebih lanjut bagaimana variabel PE, EF, SI, CS, dan FC mampu mempengaruhi minat dan perilaku masyarakat Indonesia terhadap penggunaan *digital payment*.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Digital Payment

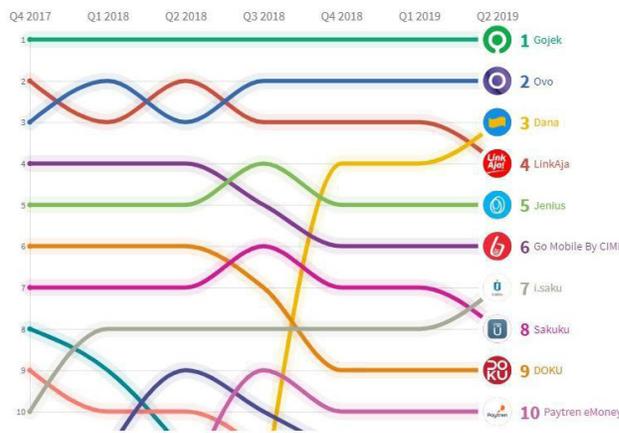
Digital payment merupakan dampak perkembangan *fintech* yang secara umum dibagi menjadi *e-money (chip)* dan *e-wallet (server)*. Peraturan BI tentang Uang Elektronik 20/6/PBI/2018 Pasal 1 mendefinisikan uang elektronik sebagai alat pembayaran mikro yang diterbitkan atas dasar nilai uang disetor kepada penerbit dan disimpan secara elektronik dalam media *server* atau *chip*. Nilai uang yang dikelola oleh penerbit

bukan merupakan simpanan (Bank Indonesia, 2018). Kehadiran uang elektronik bertujuan untuk mengurangi tingkat penggunaan uang tunai sehingga tercipta *cashless society*.

Bank Indonesia melaporkan terdapat 38 dompet digital yang sudah terdaftar dan memiliki lisensi resmi. BI mengatur seluruh penyelenggaraan *e-wallet* dalam PBI 19/12/PBI/2017 sebagai bentuk dukungan terhadap kehadiran *digital payment* di Indonesia (Bank Indonesia, 2018). Gopay, Ovo, Dana, LinkAja, dan Jenius menempati posisi lima besar *digital payment (e-wallet)* yang paling diminati masyarakat Indonesia pada kuartal II tahun 2019.

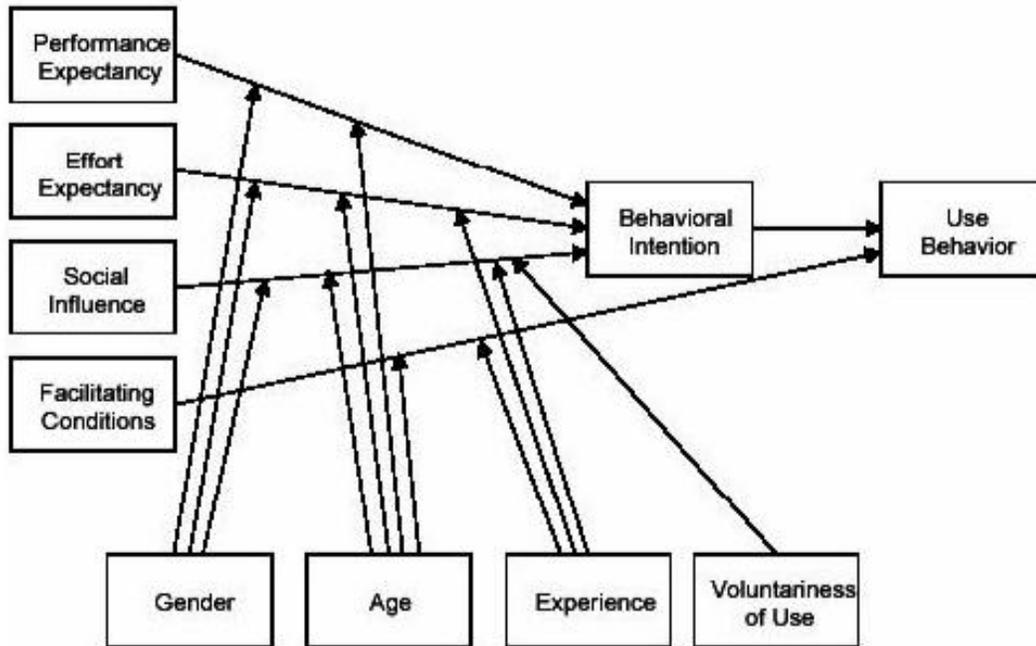
Model UTAUT

UTAUT adalah model *user acceptance* yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.*, (2016) dengan merumuskan empat konstruk utama sebagai faktor yang dapat mendorong manusia untuk menerima dan menggunakan teknologi. UTAUT mampu menjelaskan 77 persen varians dalam niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan teknologi dan 52 persen varians dalam penggunaan teknologi (*use behavior*). Menurut Wang (2005) tujuan utama model ini adalah untuk mengetahui bagaimana reaksi manusia (*user*) terhadap kehadiran teknologi baru.



Sumber: iPrice, 12 Agustus 2019

Gambar 1
Daftar Dompet Digital Terbesar di Indonesia Kuartal IV 2017 - Kuartal II 2019



Sumber: (Venkatesh & Morris, 2003)

Gambar 2
Model UTAUT

Variabel PE, EF, dan SI diteorikan untuk mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan teknologi. *Behavioral intention* dan FC menentukan perilaku penggunaan teknologi. Selain itu, usia, jenis kelamin, dan latar belakang pendidikan sebagai variabel yang akan memoderasi empat konstruk utama.

Pengaruh PE terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Ekspektasi kinerja (PE) adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap kemampuan suatu sistem memberikan keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan yang dilakukan (Venkatesh & Morris, 2003). Seseorang yang meyakini *digital payment* dapat meningkatkan kinerjanya akan lebih bermenimbulkan minat dalam dirinya untuk menggunakan *digital payment* tersebut. Venkatesh *et al.* (2000) dan Kusuma & Puspansingih (2016) dalam penelitiannya membuktikan bahwa variabel PE berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan suatu sistem. Berdasar penjelasan

tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*

Pengaruh EF terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Variabel EF didefinisikan sebagai tingkat kemudahan penggunaan teknologi. Variabel ini merupakan gabungan dari variabel *perceived easy of use* (TAM), kompleksitas (MPCU), dan kemudahan penggunaan (IDT) (Venkatesh & Morris, 2003). Seorang individu akan berminat menggunakan *digital payment* jika ia tidak menemukan kesulitan dalam penggunaannya. Venkatesh *et al.* (2000) dan Marchewka & Kostiwa (2007) telah membuktikan bahwa variabel EF memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu sistem. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H2: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*

Pengaruh SI terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Pengaruh sosial (SI) adalah tingkat pengaruh orang lain terhadap individu untuk melakukan atau menggunakan sistem baru yang dapat membantu pekerjaannya. Pengguna yang menganggap teknologi baru sesuai dengan nilai-nilai mereka dengan antusias akan menerima kehadiran teknologi baru tersebut (Galletta, 1999). Venkatesh *et al.* (2000) membuktikan bahwa SI memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu sistem sedangkan penelitian Marchewka & Kostiwa (2007) memiliki pendapat berbeda, yaitu SI tidak berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan suatu sistem. Oleh karena itu, peneliti ingin membuktikan apakah SI akan berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H3: *Social influence* berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*

Pengaruh CS terhadap *Intention to Use Digital Payment*

CS merupakan definisi khusus *self-efficacy* yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas tertentu (Strong, Dishaw, & Brent Bandy, 2006). Peneliti berpendapat individu yang merasa dirinya mampu dan siap untuk menerima teknologi baru akan lebih berminat untuk menggunakan teknologi baru tersebut. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H4: *Computer self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*

Pengaruh FC terhadap *Use Behavioral of Digital Payment*

Kondisi yang memfasilitasi dapat berupa dukungan teknis, administrasi, pengetahuan, dan sumber daya lain (Nikou & Economides, 2017). Venkatesh *et al.* (2000) menyatakan ketersediaan FC mempengaruhi frekuensi penggunaan terhadap suatu sistem. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H5: *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *use behavioral of digital payment*

Pengaruh *Intention to Use Digital payment* terhadap *Use Behavioral of Digital Payment*

Individu yang berminat menggunakan suatu sistem

meyakini bahwa sistem tersebut akan memberikan banyak manfaat dan menggunakannya secara terus menerus (Venkatesh & Morris, 2003). Gao & Deng (2012) membuktikan *intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan suatu sistem. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Venkatesh *et al.* (2000). Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H6: *Intention to use digital payment* berpengaruh positif terhadap *use behavioral digital payment*

Peneliti mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan aplikasi *Google Form* (primer). Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna *digital payment* (Gopay, Ovo, Dana, LinkAja, Jenius, dan lain-lain) di Indonesia. Skala Likert 4 point (nilai 1 untuk pilihan sangat tidak setuju sampai dengan 4 untuk pilihan sangat setuju) dipilih peneliti sebagai skala pengukuran. Peneliti mengolah data menggunakan teknik analisis SEM (AMOS 23).

HASIL PENELITIAN

Total respon kuesioner yang diterima sebanyak 291 tetapi yang dapat diolah hanya sebesar 288 karena ada 3 responden yang tidak menggunakan aplikasi *digital payment* tetapi tetap mengisi kuesioner penelitian ini. Berikut rincian statistika deskriptif:

Tabel 1

Karakteristik Responden Menurut Gender

Gender	Jumlah Responden	Persentase
Pria	98	34,03%
Wanita	190	65,97%
Total	288	100%

Tabel 2

Karakteristik Responden Menurut Usia

Usia (tahun)	Jumlah Responden	Persentase
17-22	83	28,82%
23-28	134	46,53%
29-34	25	8,68%
35-40	18	6,25%
41-46	4	1,39%
>46	24	8,33%
Total	288	100%

Tabel 3
Karakteristik Responden Menurut Jenjang Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SMA/ sederajat	55	19,10%
D3	9	3,13%
S1	171	59,38%
S2	39	13,54%
S3	14	4,86%
Total	288	100%

Tabel 4
Status Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Mahasiswa/ Pelajar	105	36,46%
Ibu Rumah Tangga	7	2,43%
Wiraswasta/ Pengusaha	22	7,64%
Guru/ Dosen	46	15,97%
Karyawan	91	31,60%
Pekerjaan lainnya	17	5,90%
Total	288	100%

Tabel 5
Frekuensi Penggunaan Digital Payment

Frekuensi (kali/minggu)	Jumlah Responden	Persentase
1-3	161	55,90%
4-7	70	24,31%
>7	57	19,79%
Total	288	100%

Peneliti melakukan pengujian kualitas data untuk seluruh item pertanyaan kuesioner dengan menggunakan SPSS dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Sig. (2 tailed)	Simpulan
PE1	0,000	Valid
PE2	0,000	Valid
PE3	0,000	Valid
EF1	0,000	Valid
EF2	0,000	Valid
EF3	0,000	Valid
SI1	0,000	Valid
SI2	0,000	Valid
CS1	0,000	Valid
CS2	0,000	Valid
FC1	0,000	Valid
FC2	0,000	Valid
FC3	0,000	Valid
BI1	0,000	Valid
BI2	0,000	Valid

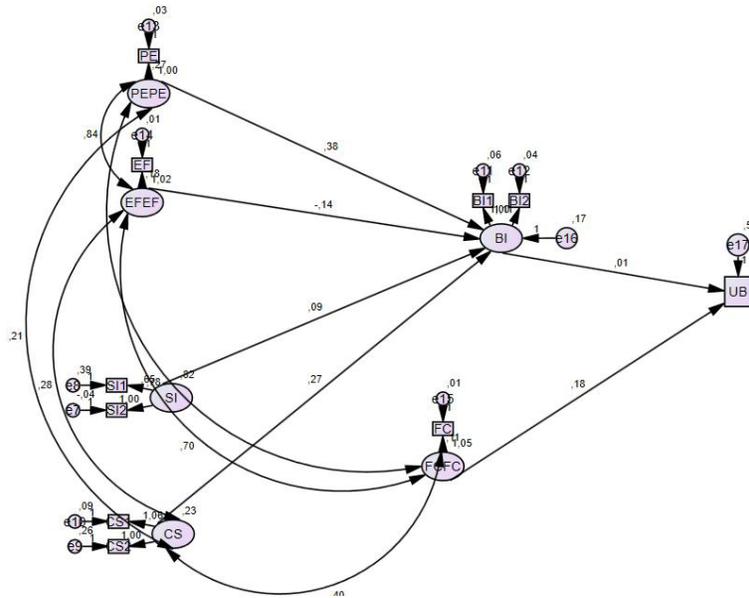
Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas

Total Item	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
15	0,826	Sangat reliable

Seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel. Peneliti melanjutkan pengujian model dan hipotesis dengan menggunakan AMOS 23. Sebuah model penelitian dapat digunakan jika memenuhi *goodness of fit*, maka dari itu sebelum menguji model penelitian peneliti terlebih dahulu melakukan *composite indicators*. *Composite indicators* adalah pengukuran indikator konstruk yang menggambarkan derajat indikator konstruk laten yang tidak terlihat (Ariani, 2012).

Tabel 8
Lambda dan Epsilon

Konstruk	Lambda (λ)	Epsilon (ϵ)
PE	0,27164	0,03053
EF	0,17937	0,01278
FC	0,10521	0,01172



Gambar 3 Hasil Analisis Jalur SEM AMOS

Tabel 9 Goodness of Fit Indices (GoFI)

GoFI	Hasil	Keterangan
CMIN	CMIN = 43,807 dengan <i>p-value</i> = 0,022 < 0,05	Not Achieved
CFI	0,985 ≥ 0,90	Achieved
GFI	0,971 ≥ 0,90	Achieved
AGFI	0,942 ≥ 0,80	Achieved
NFI	0,963 ≥ 0,90	Achieved
TLI	0,976 ≥ 0,90	Achieved
RMSEA	0,047 ≤ 0,08	Achieved
χ^2/df	1,622 ≤ 2,00	Achieved

Tabel 10 Ringkasan Hasil Hipotesis

Hipotesis	Sig.	Keputusan
H1	P < 0,001	Terdukung
H2	P = 0,188	Tidak Terdukung
H3	P = 0,039 < 0,05	Terdukung
H4	P = 0,009 < 0,05	Terdukung
H5	P = 0,007 < 0,05	Terdukung
H6	P = 0,918	Tidak Terdukung

PEMBAHASAN

PE terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Analisis sebelumnya menunjukkan hipotesis 1 dinyatakan terdukung bahwa PE berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment* dilihat dari *p-value* < 0,001. Hasil penelitian konsisten dengan penelitian milik Venkatesh *et al.*, (2000) dan Kusuma & Puspaningsih (2016) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* seorang individu mampu

meningkatkan minat individu tersebut dalam menggunakan sistem teknologi dan informasi.

Digital payment dipercaya responden sebagai bentuk pengembangan teknologi di bidang keuangan yang mampu memberikan keuntungan-keuntungan kinerja bagi penggunaannya. Kehadiran *digital payment* dapat membantu pengguna dalam meningkatkan performa kinerja penggunaannya. Manfaat yang didapatkan dari penggunaan *digital payment* mendorong minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi dan layanan *digital payment*. Hasil ini menunjukkan bahwa aplikasi dan layanan *digital payment* berperan langsung dalam aktivitas sehari-hari masyarakat Indonesia.

EF terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Berdasar analisis sebelumnya, hipotesis 2 dinyatakan tidak terdukung bahwa EF tidak mampu mempengaruhi *intention to use digital payment* dilihat dari $p\text{-value} = 0,188 > 0,05$. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian milik Venkatesh *et al.* (2000) dan Marchewka & Kostiwa (2007) yang menyatakan bahwa ekspektasi kemudahan penggunaan SI mampu mendorong minat penggunaannya.

Peneliti menduga hal ini terjadi karena peneliti menghilangkan variabel moderasi usia dan gender yang dimungkinkan mampu memberikan hasil yang berbeda. Dugaan lain karena aplikasi *digital payment* masih tergolong baru sehingga menurut responden layanan dan fitur aplikasi ini masih tergolong sulit untuk dipahami sehingga membutuhkan waktu yang lebih untuk mempelajari *digital payment*. Masyarakat masih merasa membutuhkan usaha yang lebih dalam pengaplikasian *digital payment* dan merasa asing dengan kehadiran *digital payment* sebagai salah satu alternatif pembayaran.

SI terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Analisis sebelumnya menunjukkan hipotesis 3 dinyatakan terdukung bahwa SI berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment* dilihat dari $p\text{-value} 0,039 < 0,05$. Hasil penelitian konsisten dengan penelitian milik Venkatesh *et al.* (2000) namun bertolak belakang dengan hasil penelitian milik Marchewka & Kostiwa (2007) yang menyatakan bahwa SI tidak mampu mendorong minat seseorang dalam menggunakan teknologi informasi.

Menurut responden, peran orang-orang yang

mereka anggap penting sangat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan *digital payment*. Peneliti menduga hal ini terjadi karena banyak masyarakat Indonesia yang memutuskan untuk menggunakan *digital payment* karena saran dan pengaruh dari lingkungannya. Beberapa orang memutuskan untuk menggunakan *digital payment* karena mendengar manfaat dan berbagai keuntungan yang didapatkan kerabatnya meskipun mereka belum merasakan secara langsung sehingga mereka tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut.

CS terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Berdasar analisis sebelumnya menyatakan bahwa hipotesis 4 terdukung. Pengujian hipotesis AMOS 23 menunjukkan nilai sig atau $p\text{-value} = 0,039 < 0,05$. Variabel CS merupakan variabel independen di luar model UTAUT yang ditambahkan peneliti sebagai salah satu faktor yang dianggap mampu mendorong minat individu dalam menggunakan *digital payment*. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa seseorang yang memiliki keyakinan bahwa mereka mampu memahami dan mengoperasikan teknologi meskipun mengalami kesulitan akan lebih mudah menerima *digital payment* (He & Lee, 2009).

FC terhadap *Use Behavioral of Digital payment*

Analisis sebelumnya menunjukkan hipotesis 5 dinyatakan terdukung bahwa FC mampu memberikan pengaruh positif terhadap *use behavioral of digital payment*. Nilai sig atau $p\text{-value} = 0,007 < 0,05$. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian milik Venkatesh *et al.* (2000) yang menyatakan bahwa FC dapat meningkatkan perilaku (frekuensi) penggunaan *digital payment*.

Fasilitas yang dimiliki responden seperti *smartphone*, pengetahuan, dan *internet* menjadi faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi seberapa sering responden menggunakan *digital payment* sebagai alat pembayaran. Ketiga faktor ini tidak dapat dipisahkan. Jika seseorang memiliki *smartphone* dan *internet* tetapi tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang pengaplikasian *digital payment*, mereka pasti enggan melakukan transaksi dengan bantuan *digital payment* karena takut dengan berbagai risiko yang mungkin timbul begitu pula sebaliknya.

Intention to Use Digital Payment terhadap Use Behavioral of Digital Payment

Hipotesis 6 tidak didukung karena nilai sig atau *p-value* = 0,918. Hasil tersebut tidak konsisten dengan penelitian milik Venkatesh et al. (2000) dan Gao & Deng (2012) yang menyatakan bahwa *intention to use* memiliki pengaruh yang positif terhadap *use behavioral*. Peneliti menduga hal ini terjadi karena frekuensi penggunaan *digital payment* untuk bertransaksi tidak semata-mata hanya dipengaruhi oleh minat penggunaan saja. Di Indonesia masih banyak tempat usaha yang belum dapat menerima pembayaran melalui *digital payment* khususnya warung kaki lima dan warung klontong. Beberapa tempat usaha masih bertahan dengan menerima pembayaran menggunakan uang tunai.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Digital payment dipercaya sebagai bentuk pengembangan *fintech* yang mampu memberikan berbagai keuntungan bagi penggunaannya (*performance expectancy*). Kehadiran *digital payment* dapat membantu pengguna dalam meningkatkan performansi kinerjanya. Manfaat kinerja yang didapatkan mampu mendorong minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi dan layanan *digital payment* sebagai alternatif pembayaran *modern*. Berbeda dengan ekspektasi kinerja yang mampu mendorong minat pengguna *digital payment*, ekspektasi usaha ternyata tidak memberikan pengaruh. Peneliti menduga hal ini terjadi karena aplikasi *digital payment* masih tergolong baru untuk sebagian orang sehingga membutuhkan waktu lebih untuk mempelajarinya. Masyarakat masih merasa membutuhkan usaha yang lebih dalam pengaplikasian *digital payment* karena sudah terlanjur nyaman bertransaksi menggunakan uang tunai. Pengaruh lingkungan sekitar menjadi salah satu alasan pengguna memutuskan untuk menggunakan *digital payment*. Mereka mendengar berbagai manfaat yang didapatkan kerabatnya meskipun belum merasakan secara langsung. Selain itu, rasa percaya jika dirinya mampu memahami dan mengoperasikan *digital payment* meskipun tanpa bantuan orang lain memantapkan diri mereka untuk berminat menggunakan *digital payment* sebagai alternatif pembayaran.

Frekuensi penggunaan *digital payment* tidak semata-mata hanya dipengaruhi oleh minat penggunaan saja, tetapi harus dilengkapi dengan fasilitas yang memadai. Fasilitas tersebut dapat berupa *smartphone*, *internet*, pengetahuan, dan *merchant* yang menerima pembayaran melalui *digital payment*.

Saran

Beberapa saran untuk penelitian selanjutnya berdasar hasil, pembahasan, simpulan, dan keterbatasan yang telah peneliti sampaikan, yaitu 1) Mengembangkan dan menguji faktor-faktor lain yang mampu mempengaruhi minat dan perilaku pengguna dalam penggunaan *digital payment* selain model UTAUT; 2) Menambahkan variabel moderasi yang dapat memperkuat/ memperlemah pengaruh antara variabel independen terhadap minat dan perilaku penggunaan *digital payment*; 3) Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menghubungkan peran *digital payment* sebagai pengendali (*control*) dalam aktivitas bisnis perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu 1) Kuesioner penelitian tidak menyediakan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden untuk memberikan opini lebih lengkap; 2) Peneliti tidak bertatap muka langsung (*face to face*) dengan responden sehingga jika ada pertanyaan yang kurang jelas peneliti tidak dapat menjelaskan maksud dari pertanyaan tersebut; 3) Penelitian ini tidak memasukkan variabel moderasi yang mungkin mampu memberikan hasil yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. W. 2012. Relationship Motives , Personality , and Organizational Citizenship Behavior in Academic Staffs in Indonesia. *International Journal of Business and Social Science*, 3(20), 311–319.
- Bank Indonesia. 2018. *Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik*. 35.

- Chen, M. A., Wu, Q., & Yang, B. 2019. How Valuable Is FinTech Innovation? *Review of Financial Studies*, 32(5), 2062–2106. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhy130>.
- Galletta, D. F. 1999. *Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence : Theoretical Bases and Empirical Validation* Yogesh Malhotra Katz School of Business. 00(c), 1–11.
- Gao, T., & Deng, Y. 2012. A study on users' acceptance behavior to mobile e-books application based on UTAUT model. *ICSESS 2012 - Proceedings of 2012 IEEE 3rd International Conference on Software Engineering and Service Science*, 376–379. <https://doi.org/10.1109/ICSESS.2012.6269483>.
- He, J., & Lee, F. 2009. Are men more technology-oriented than women? The role of gender on the development of general computer self-efficacy of college students. *15th Americas Conference on Information Systems 2009, AMCIS 2009*, 8(2), 5546–5557.
- Kusuma, D. H., & Puspaningsih, A. 2016. Model Penerimaan User Dalam Implementasi SAP (Systems Application and Product) dengan Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 15(9), 1799–1822. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol15.iss9.art3>.
- Marchewka, J., & Kostiwa, K. 2007. An Application of the UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software. *Communications of the IIMA*, 7(2), 10.
- McKenna, B., Tuunanen, T., & Gardner, L. 2013. Consumers' adoption of information services. *Information and Management*, 50(5), 248–257. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.04.004>.
- Nikou, S. A., & Economides, A. A. 2017. Mobile-based assessment: Investigating the factors that influence behavioral intention to use. *Computers and Education*, 109, 56–73. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.02.005>.
- Strong, D. M., Dishaw, M. T., & Brent Bandy, D. 2006. Extending Task Technology Fit with Computer Self-Efficacy. *Data Base for Advances in Information Systems*, 37, 96– 107. <https://doi.org/10.1145/1161345.1161358>.
- Venkatesh, V., Davis, F. D., Venkatesh, V., & Davis, F. D. 2000. *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies*. (October 2018), 185–204.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. 2016. Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>.
- Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, G. B. D. and F. D. D. 2003. *MIS Quarterly*. <https://doi.org/10.2307/30036540>.