

Analisis Penggunaan Mobile Banking oleh Generasi X di Indonesia

Daniel Edy Susanto¹⁾ Kamaludin²⁾ Effed Dartta Hadi³⁾ Rini Indriani⁴⁾ Rina Suthia Hayu⁵⁾ and Berto Usman⁶⁾

¹²³⁴⁵⁶Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bengkulu

Email : eldani483@gmail.com

ABSTRAK

Nowadays, people lifestyle especially generation X are changing along with rapid development of technology in the digital era. It can be seen in the payment system from the traditional era to the digital era. This research aims to identify the main determining factors for generation X mobile banking that adoption in Indonesia by Technology Acceptance Model 2 (TAM 2) theory, which is expanded by adding the constructs of subjective norms and trust. This research adapts a quantitative approach by using a survey method for the data collection process. The research sample are generation X in Indonesia who use mobile banking. The questionnaire sheet used by form of link and barcode were distributed randomly via social media. The research sample collected were 224 respondents. The data analysis method was used PLS-SEM to know the research hypothesis. The results of research are perceived ease of use and trust have a significant positive about behavioral intentions. Meanwhile, perceived usefulness and subjective norms don't have a significant positive about behavioral intentions. On the other hand, perceived ease of use also have a significant positive effect on perceived usefulness. This research also show that behavioral intentions have a significant positive on actual use. The findings of this research have vital implications in developing mobile banking applications for generation X in Indonesia.

Key words: *perceived usefulness, perceived ease of use, subjective norms, trust, behavioral intentions, and actual use.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih dan perubahan perilaku individu terhadap sistem pembayaran, diiringi dengan pandemi wabah Covid-19 yang mempercepat pertumbuhan digitalisasi ekonomi di Indonesia sehingga membuat perilaku masyarakat untuk penggunaan teknologi semakin meningkat. generasi X adalah satu kalangan usia yang sangat sulit beradaptasi terhadap perubahan teknologi akibat fenomena Covid 19 mendorong mereka untuk menggunakan suatu teknologi dalam bertransaksi. Dampak pandemi COVID-19 menyebabkan mobilitas aktivitas masyarakat menjadi terbatas karena penerapan

social distancing, hal ini mempercepat pertumbuhan digitalisasi ekonomi di Indonesia.

Mobile banking merupakan salah produk jasa perbankan yang memberikan solusi bagi generasi X untuk mempermudah dalam melakukan aktivitas bisnis, Bank Indonesia (BI) mencermati transaksi ekonomi dan keuangan digital menunjukkan perkembangan pesat seiring peningkatan akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja online, perluasan dan kemudahan sistem pembayaran digital serta akselerasi *mobile banking*.

Proses adopsi seseorang ke teknologi dapat dianalisis melalui teknologi pendekatan penerimaan. TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen yang dapat menjelaskan penggunaan sesungguhnya *mobile banking*. TAM ini dikemukakan oleh Davis (1986) yang mengembangkan kerangka pemikiran tentang penggunaan teknologi informasi. TAM berfokus pada pengadopsian suatu teknologi informasi oleh pengguna dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan. TAM adalah salah satu model yang paling umum digunakan dalam penelitian adopsi teknologi. Ini juga dianggap sebagai model yang tepat untuk mengevaluasi perilaku konsumen dalam pembayaran berbasis teknologi (Stewart & Jürjens, 2018). , penelitian ini berfokus pada pengaruh *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use* dan *subjective norm* terhadap niat orang Indonesia untuk mengadopsi *mobile banking* dengan menggunakan model penelitian TAM yang diperluas dengan menambahkan *Trust* sebagai variabel yang mampu menggambarkan keadaan sesungguhnya faktor yang mempengaruhi generasi X dalam penerima teknologi baru.

KAJIAN PUSTAKA

Perceived usefulness atau kegunaan yang dirasakan dapat disimpulkan sebagai daya guna dari suatu teknologi yang berkaitan dengan bermanfaat atau tidak nya teknologi itu sendiri, sehingga dapat mempengaruhi keinginan atau intensi seorang individu untuk menggunakannya. Dengan kata lain, jika suatu

teknologi memberikan daya guna yang baik dalam mengerjakan pekerjaan yang dimiliki dan manfaat tersebut dapat diukur dengan frekuensi pengguna saat menggunakan teknologi tersebut. Indikator Kegunaan yang Dirasakan juga dikemukakan oleh Kim *et al.*, (2010) yang terdiri sebagai berikut ini:

1. Menggunakan *mobile banking* akan memungkinkan saya membayar lebih cepat.
2. Menggunakan *mobile banking* memudahkan saya melakukan transaksi pembayaran.
3. Menurut saya *mobile banking* merupakan kemungkinan yang berguna untuk membayar.

Secara umum pengertian persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang sulit dalam penggunaan suatu teknologi. Dari definisinya ini maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Berkenaan dengan *perceived ease of use*, Kim *et al.* (2010) mengemukakan indikator terkait dengan pengukuran, yang sebagai berikut:

1. *Mobile banking* mudah dipahami mengenai cara pengoperasiannya.
2. Prosedur pembayaran di *Mobile Mobile banking* mudah dimengerti
3. Mudah dengan cepat menguasai *mobile Mobile banking*

Secara umum norma subjektif (*subjective norm*) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan memenuhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Norma subjektif mewakili persepsi oleh individu apakah orang lain menyetujui perilaku yang ditunjukkan, dan jika individu merasa bahwa perilaku tersebut tidak dapat diterima, mereka menahan diri dari perilaku tersebut. Indikator Norma Subyektif (Fishbein & Ajzen, 1977) adalah sebagai berikut.

1. Orang-orang yang penting bagi saya (misalnya, keluarga, teman, selebriti, dan pakar) berpikir saya harus menggunakan *mobile banking*.
2. Orang yang pendapatnya saya hargai lebih menyarankan saya menggunakan *mobile banking*.
3. Orang-orang yang penting bagi saya mendukung saya untuk menggunakan *mobile banking*.
4. Orang yang penting bagi saya akan merekomendasikan saya untuk menggunakan *mobile banking*.
5. Orang-orang yang penting bagi saya mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan *mobile banking*.

Kepercayaan (*Trust*) mengacu pada keyakinan individu terhadap penggunaan suatu teknologi dalam transaksi keuangan elektronik, pengguna dihadapkan pada risiko yang lebih besar karena ketidakpastian suatu sistem teknologi (Lu *et al.*, 2011; Zhou, 2013). Kepercayaan juga memainkan peran sentral dalam menentukan tindakan masa depan antara dua pihak atau lebih dan membangun hubungan, baik yang bersifat interpersonal maupun komersial (Waseem *et al.*, 2018). Lu *et al.* (2011) mengemukakan pengukuran indikator kepercayaan dalam penelitiannya, sebagai berikut :

1. Saya percaya sistem *mobile banking* dapat diandalkan
2. Saya percaya sistem *mobile banking* aman digunakan
3. Saya percaya sistem *mobile banking* dapat dipercaya

Behavioral intention atau niat perilaku adalah keputusan seorang individu dalam mengambil tindakan untuk melakukan atau tidak melakukan. dalam hal ini berkaitan dengan ketertarikan untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan berdasarkan dengan kelebihan dan kekurangan produk itu sendiri. Daragmeh *et al.*, (2021) mengemukakan ada tiga indikator terkait dengan *behavioral intention*:

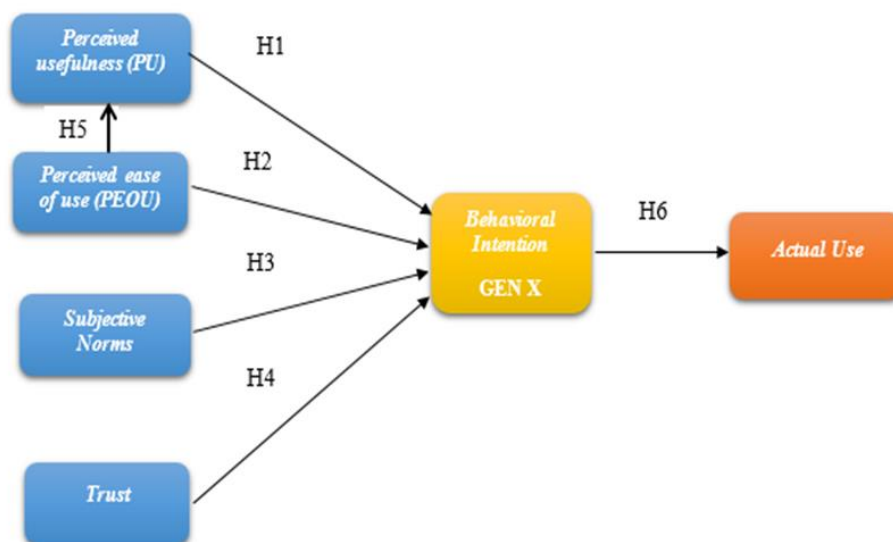
1. Jika saya memiliki akses ke *mobile banking*, saya berniat untuk menggunakannya.

2. Saya akan selalu mencoba menggunakan *mobile banking* dalam keseharian saya jika itu memberi manfaat dan kemudahan saya.
3. Selama periode berikutnya saya bermaksud membayar pembelian dengan telepon genggam (*mobile banking*).

Actual use kondisi nyata pengaplikasian *mobile banking*. Davis, F.D. (1989) mengungkapkan beberapa indikator terkait dengan *actual use*.

1. Bertransaksi menggunakan *mobile banking*
2. Menggunakan *mobile banking* untuk pembelian offline.
3. Menggunakan *mobile banking* untuk pembelian online.

Kerangka berfikir penelitian:



METODE PENELITIAN

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu *Purposive sampling*. Menurut Notoatmodjo (2010) *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Peneliti memilih *Purposive sampling* karena dalam penelitian ini menggunakan kriteria khusus yaitu generasi X yang berumur antara 47-58 tahun yang menggunakan *mobile banking*. Dari data penyebaran kuesioner diperoleh total keseluruhan responden sebesar 314, namun tidak semua responden

memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian, yakni sebesar 28,9% atau sebanyak 91 responden tidak memenuhi kriteria. Sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 224 dengan persentase sebesar 71,1% dari total keseluruhan responden, maka ditetapkan sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 224 sampel. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode PLS-SEM, yang merupakan salah satu jenis algoritma dalam Structural Equation Modeling (SEM), terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau outer model dan model struktural (*structural model*) atau *inner model*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

H1: Pengaruh Perceived usefulness Terhadap Behavioral Intention (ditolak)

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa pengaruh antara perceived usefulness terhadap behavioral intention pada penelitian mobile banking tidak berpengaruh signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 1,750 (nilai t-statistik > 1,97) dan nilai p-value sebesar 0,081 (p-value < 0,05). Nilai path coefficient (original sampel) menunjukkan nilai positif sebesar 0,152 hal ini menunjukkan bahwa arah variabel perceived usefulness terhadap behavioral intention berpengaruh adalah positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 tidak berpengaruh.

H2: Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention (diterima)

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa pengaruh antara perceived ease of use terhadap behavioral intention pada penelitian digital payment berpengaruh signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 2,250 (nilai t-statistik < 1,97) dan nilai p-value sebesar 0,025 (p-value > 0,05). Nilai path coefficient (original sampel) menunjukkan nilai positif sebesar 0,160 hal ini menunjukkan bahwa arah variabel perceived ease of use terhadap behavioral intention positif, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 berpengaruh.

H3: Pengaruh Subjective Norm Terhadap Behavioral Intention (ditolak)

Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa pengaruh antara subjective norm terhadap behavioral intention pada penelitian M-Banking tidak berpengaruh signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 1,421 (nilai t-statistik < 1,96) dan nilai p-value sebesar 0,156 (p-value > 0.05). Nilai path coefficient (original sampel) menunjukkan nilai positif sebesar 0,065 hal ini menunjukkan bahwa arah variabel subjective norm terhadap behavioral intention positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 tidak berpengaruh.

H4: Pengaruh Trust Terhadap Behavioral Intention (diterima)

Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa pengaruh antara Trust terhadap behavioral intention memiliki pengaruh signifikan dimana nilai t-statistik sebesar 5,634 (nilai t-statistik > 1.97) dan nilai p-value sebesar 0,000 (p-value < 0.05). Nilai path coefficient (original sampel) menunjukkan nilai positif sebesar 0,494 hal ini menunjukkan bahwa arah variabel trust terhadap behavioral intention positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 berpengaruh.

H5: Pengaruh Perceived Ease Of Use Terhadap Perceived Usefulness (diterima)

Hasil pengujian hipotesis 5 menunjukkan bahwa pengaruh antara perceived ease of use terhadap perceived usefulness pada penelitian mobile banking berpengaruh signifikan dengan nilai t-statistik sebesar 19,321 (nilai t-statistik < 1.97) dan nilai p-value sebesar 0.000 (p-value > 0.05). Nilai path coefficient (original sampel) menunjukkan nilai positif sebesar 0,719 hal ini menunjukkan bahwa arah variabel perceived ease of use terhadap perceived usefulness positif, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 berpengaruh.

H6: Pengaruh Behavioral Intention terhadap Actual Use (diterima)

Hasil pengujian hipotesis 6 menunjukkan bahwa pengaruh antara behavioral intention terhadap actual use memiliki pengaruh signifikan dimana nilai t-statistik sebesar 8,028 (nilai t-statistik > 1.97) dan nilai p-value sebesar 0.000 (p-value < 0.05). Nilai path coefficient (original sampel) menunjukkan nilai positif sebesar 0,553 hal ini menunjukkan bahwa arah variabel trust terhadap behavioral intention positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 berpengaruh.

KESIMPULAN

Tujuan dari studi empiris ini adalah untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi generasi X di Indonesia untuk melakukan pembayaran menggunakan *mobile banking*, dari *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *subjective norms*, *trust*, *behavioral intentions*, dan *actual use* untuk menguji pengaruhnya terhadap perilaku generasi X untuk menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived ease of use dan trust berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention dalam menggunakan mobile banking, Perceived usefulness dan subjective norms berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap behavioral intention dalam menggunakan mobile banking, Perceived ease of use berpengaruh positif signifikan terhadap Perceived usefulness dalam menggunakan mobile banking, dan Behavioral intentions berpengaruh positif signifikan terhadap actual use dalam menggunakan mobile banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Abani, O., Abbas, A., Abbas, F., Abbas, J., Abbas, K., Abbas, M., Abbasi, S., Abbass, H., Abbott, A., Abbott, A., Abdallah, N., Abdelaziz, A., Abdelaziz, A., Abdelfattah, M., Abdelqader, B., Abdul, A., Abdul, B., Abdul, S., Abdul Rasheed, A., ... Zuriaga-Alvaro, A. (2022). *Baricitinib in patients admitted to hospital with COVID-19 (RECOVERY): a randomised, controlled, open-label, platform trial and updated meta-analysis*. *The Lancet*, 400(10349), 359–368. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(22\)01109-6](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(22)01109-6)
- Adams, D. A., Nelson, R., Todd, P. A., & Nelson, R. R. (1992). *Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication Increasing Systems Usage Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication*. *Source: MIS Quarterly*, 16(2), 227–247.
- Agustian, W., & Syafari, R. (2014). Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Mengidentifikasi Pemanfaatan Internet Usaha Kecil dan Menengah Sumatera Selatan. Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2014 (SEMANTIK 2014), 2014(November), 20–25. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/semantik/article/view/834>
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking Bri*). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Ahmad, R., Mahli, F., Tehseen, S., Qureshi, Z. H., & Jannat, U. M. U. I. (2019). *Entrepreneurial Intentions among University's Students in Malaysia. MACS 2019 - 13th International Conference on Mathematics, Actuarial Science, Computer Science and Statistics, Proceedings*. <https://doi.org/10.1109/MACS48846.2019.9024788>
- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). *COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- AJIBADE, T. B. (2019). *Discovery of Maize Price and Food Crop Market Dynamics in Nigeria. Review of Agricultural and Applied Economics*, 22(1), 51–64. <https://doi.org/10.15414/raae.2019.22.01.51-64>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2010). *Predicting Changing Behavior. In Taylor & Francis Group*.
- Al-Marouf, R. A. S., & Al-Emran, M. (2018). *Students acceptance of google classroom: An exploratory study using PLS-SEM approach. International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 13(6), 112–123. <https://doi.org/10.3991/ijet.v13i06.8275>
- Al Nawayseh, M. K. (2020). *Fintech in COVID-19 and beyond: What factors are affecting customers' choice of fintech applications? Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–15. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>
- Alalwan, A. A., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Dwivedi, Y. K. (2018). *Examining adoption of mobile internet in Saudi Arabia: Extending TAM with perceived enjoyment, innovativeness and trust. Technology in Society*, 55, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.06.007>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). *Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>
- Alfansi, L., & Daulay, M. Y. I. (2021). *Factor affecting the use of e-money in millennial generation: Research model UTAUT 2. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 109–122. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8212>
- Ayaz, A., & Yanartaş, M. (2020). *An analysis on the unified theory of acceptance and use of technology theory (UTAUT): Acceptance of electronic document management system (EDMS). Computers in Human Behavior Reports*, 2(October). <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100032>
- Balqis, N. (2017). *Pengaruh Tourist Experience Terhadap Behavioral Intention*. 1102858, 1–8. <http://repository.upi.edu/id/eprint/31175>
- Banking, I., Banking, M., Banking, M., Service, C., Banking, M., Play, G., & Store, A. (n.d.). *Apakah yang dimaksud dengan Internet Banking dan Mobile Banking? Cara Mendapatkan Internet Banking dan Mobile Banking Manfaat Internet Banking dan Mobile Banking Cara Bertransaksi Internet Banking dan Mobile Banking Tips Aman Bertransaksi dengan Internet*.

- Barucki, H., Black, R. M., Kinnear, K. I., Holden, I., Read, R. W., & Timperley, C. M. (2003). *Solid-phase synthesis of some alkyl hydrogen methylphosphonates. Phosphorus, Sulfur and Silicon and the Related Elements*, 178(10), 2279–2286. <https://doi.org/10.1080/713744564>
- Bauer, H. H., Reichardt, T., Barnes, S. J., & Marcus, M. N. (2005). *Driving Consumer Acceptance of Location-Based Services in Mobile Applications: A Theoretical Framework and an Empirical Study. Journal of Electronic Commerce Research*, 6(3), 181–192.
- Bertagnolli, C. (2011). *Delle vicende dell'agricoltura in Italia; studio e note di C. Bertagnolli. Delle Vicende Dell'agricoltura in Italia; Studio e Note Di C. Bertagnolli.*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Bolodeoku, P. B., Igbino, E., Salau, P. O., Chukwudi, C. K., & Idia, S. E. (2022). *Perceived usefulness of technology and multiple salient outcomes: the improbable case of oil and gas workers. Heliyon*, 8(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09322>
- C.C, S., & Prathap, S. K. (2020). *Continuance adoption of mobile-based payments in Covid-19 context: an integrated framework of health belief model and expectation confirmation model. International Journal of Pervasive Computing and Communications*, 16(4), 351–369. <https://doi.org/10.1108/IJPCC-06-2020-0069>
- Caffaro, F., Micheletti Cremasco, M., Roccato, M., & Cavallo, E. (2020). *Drivers of farmers' intention to adopt technological innovations in Italy: The role of information sources, perceived usefulness, and perceived ease of use. Journal of Rural Studies*, 76(April), 264–271. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.04.028>
- Chen, L., & Nath, R. (2008). *Determinants of Mobile Payments: An Empirical Analysis. Journal of International Technology and Information Management*, 17(1). <https://doi.org/10.58729/1941-6679.1105>
- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). *On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in mis research: A note of caution. MIS Quarterly: Management Information Systems*, 19(2), 237–246. <https://doi.org/10.2307/249690>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021a). *FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of "Generation X" in Hungary to use mobile payment. Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32(2001). <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021b). *FinTech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of "Generation X" in Hungary to use mobile payment. Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Davis, P. F. D. (2013). *Kegunaan yang Dirasakan, Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan, dan Penerimaan Pengguna Teknologi Informasi Penulis: Fred D. Davis.* 3(3).
- de Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). *Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. Technological Forecasting*

- and *Social Change*, 146(October 2017), 931–944.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.018>
- Durodolu, O. (2016). *Technology Acceptance Model as a predictor of using information system' to acquire information literacy skills. Library Philosophy and Practice*, 2016(1).
- Ecurity, S., Haracteristics, S. Y. C., & Ender, G. (2017). *User Acceptance of Mobile Payment: The Effects of User-Centric Security* ., July.
<https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2017.tb00595.x>
- Endi, S. (2011). Kajian Empiris Entrepreneur Intention Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(2), 129–130.
- Fishbein, & Ajzen. (1977). *Contemporary sociology: A journal of reviews. Contemporary Sociology*, 6(2), 244–245.
- Ghofar, A., & Islam, S. M. N. (2015). *Conceptual framework and hypotheses development. Contributions to Management Science*, 60(2), 41–52.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-10996-1_3
- Gunawan, S. (2017). Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang 2015. Pengaruh Kompetensi Akuntansi Dan Komputer Terhadap Hasil Belajar Komputer Akuntansi MYOB Dengan Computer Attitude Sebagai Variabel Intervening Pada Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Batik Sakti 1 Kebumen, 1(1), 6–7.
<https://lib.unnes.ac.id/29614/1/7101413025.pdf>
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). *Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114.
<https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Handayani, S., & Anitasari, M. (2022). Karakteristik Pengguna *Mobile Banking* di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 353–366. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2002>
- Igbaria, M., & Iivari, J. (1995). *The effects of self-efficacy on computer usage. Omega*, 23(6), 587–605. [https://doi.org/10.1016/0305-0483\(95\)00035-6](https://doi.org/10.1016/0305-0483(95)00035-6)
- Ilmiah, J., Manajemen, M., April, A., Lidiya, T., Arta, F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness* , *Perceived Ease Of Use* dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur *Go-Food* dalam Aplikasi Gojek. 2(April), 291–303.
- Jogiyanto 2014 Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kesembilan.pdf. (n.d.).
- Karaiskos, D., Tzavellas, E., Balta, G., & Paparrigopoulos, T. (2010). P02-232 - *Social Network Addiction : a New Clinical Disorder? European Psychiatry*, 25(S1), 1–1. [https://doi.org/10.1016/s0924-9338\(10\)70846-4](https://doi.org/10.1016/s0924-9338(10)70846-4)
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). *An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Lara-Rubio, J., Villarejo-Ramos, A. F., & Liébana-Cabanillas, F. (2021). *Explanatory and predictive model of the adoption of P2P payment systems. Behaviour and Information Technology*, 40(6), 528–541.
<https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1706637>

- Liébana-Cabanillas, F., García-Maroto, I., Muñoz-Leiva, F., & Ramos-de-Luna, I. (2020). *Mobile payment adoption in the age of digital transformation: The case of apple pay. Sustainability (Switzerland)*, 12(13), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su12135443>
- Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). *ALiébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age. Computers in Human Behavior*, 35, 464–478. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.022>. *Computers in Human Behavior*, 35, 464–478. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.022>
- Liestyana, Y. (2009). Persepsi Nasabah Tentang Layanan Perbankan: Pengaruh *Service Failure* dan Strategi *Service Recovery* Terhadap *Behavioral Intention*. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(1), 165–175.
- Lim, Y. J., Osman, A., Salahuddin, S. N., Romle, A. R., & Abdullah, S. (2016). *Factors Influencing Online Shopping Behavior: The Mediating Role of Purchase Intention. Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 401–410. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00050-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00050-2)
- Lin, P. A., Wu, Z. F., Lee, J. C., Huang, T. W., Lin, B. F., & Lai, H. C. (2021). *Extracorporeal membrane oxygenation and awake fiberoptic intubation for the anesthetic management in a patient with a large intrathoracic goiter-induced severe tracheal stenosis. Journal of Medical Sciences (Taiwan)*, 41(3), 158–160. https://doi.org/10.4103/jmedsci.jmedsci_177_20
- Liu, J., Liu, L., & Pei, M. (2022). *Analysis of older people's walking behavioral intention with the extended theory of planned behavior. Journal of Transport & Health*, 26(July), 101462. <https://doi.org/10.1016/j.jth.2022.101462>
- Lu, L. (2019). *Mobile Payments — Why They Are So Successful?* 1131–1143. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2019.73078>
- Malhotra, Y., & Galletta, D. F. (1999). *Extending the Technology Acceptance Model to account for social influence: Theoretical bases and empirical validation. Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences*, 00(c), 5. <https://doi.org/10.1109/hicss.1999.772658>
- Mapolie, S. (2020). Klaus Koch (1953–2020). *Transactions of the Royal Society of South Africa*, 75(2), 225–226. <https://doi.org/10.1080/0035919x.2020.1764251>
- Martínez-Navalón, J. G., Gelashvili, V., & Saura, J. R. (2020). *The impact of environmental social media publications on user satisfaction with and trust in tourism businesses. International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 1–17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17155417>
- Momani, A. M., & Jamous, M. M. (2017). *The Evolution of Technology Acceptance Theories*. May.
- Muntianah, Tutik S. Astuti, E. S. A. D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Profit Universitas Brawijaya Malang*, 6(1), 88–113.

- Namkung, Y., & Jang, S. C. (2007). *Does Food Quality Really Matter in Restaurants? Its Impact On Customer Satisfaction and Behavioral Intentions*. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 31(3), 387–409. <https://doi.org/10.1177/1096348007299924>
- Nasabah, O., & Di, P. (2014). *Jurnal al-iqtishad, edisi : 10 vol. i tahun 2014. I*, 27–40.
- Nugroho, H. B., Basuki, F., & A, R. W. (2017). Pengaruh Padat Penebaran yang Berbeda Terhadap Laju Pertumbuhan Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*, Linn. 1758) pada Sistem Budidaya Minapadi. *Journal of Aquaculture Management and Technology*, 6(2), 21–30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jamt/article/view/20609>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). *Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology*. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Perea Y Monsuwé, T., Dellaert, B. G. C., & De Ruyter, K. (2004). *What drives consumers to shop online? A literature review*. *International Journal of Service Industry Management*, 15(1), 102–121. <https://doi.org/10.1108/09564230410523358>
- Priyono, A. (2017). *trust risk*. 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Purwianti, L., & Tio, K. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioural Intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 15. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.415>
- Ramayah, T., & Ignatius, J. (n.d.). *Impact of Perceived usefulness , Perceived ease of use and Perceived Enjoyment on Intention to shop online*. 1–16.
- Ryu, K., Han, H., & Kim, T. H. (2008). *The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions*. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 459–469. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.11.001>
- Salsabila, S. Z. A. (2019). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Industri Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2017. *DSpace Universitas Islam Indonesia*, 1–26. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/15614>
- Sánchez Franco, M. J., Rondán Cataluña, F. J., & Villarejo Ramos, Á. F. (2007). *Un modelo empírico de adaptación y uso de la Web. Utilidad, facilidad de uso y flujo percibidos*. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa*, 10(30), 153–179. [https://doi.org/10.1016/s1138-5758\(07\)70077-4](https://doi.org/10.1016/s1138-5758(07)70077-4)
- Sarmah, R., Dhiman, N., & Kanojia, H. (2020). *Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: an extended TAM model perspective*. *Journal of Indian Business Research*, 13(3), 361–381. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2020-0214>
- Septiman, T. P., Nugrahani, R. U., & Telkom, U. (2012). Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Serta Dampaknya Kepada Pembentukan *Word Of Mouth The Effect Of Service Quality Towards Customer Satisfaction*.

- Shankar, A., & Datta, B. (2018). *Factors Affecting Mobile Payment Adoption Intention: An Indian Perspective*. *Global Business Review*, 19(3_suppl), S72–S89. <https://doi.org/10.1177/0972150918757870>
- Shin, D. H. (2009). *Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet*. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1343–1354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.001>
- Siqueira, M. S. S., Nascimento, P. O., & Freire, A. P. (2022). *Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour*. *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Srebalová, M., & Vojtech, F. (2021). *SME Development in the Visegrad Area*. In *Eurasian Studies in Business and Economics* (Vol. 17). https://doi.org/10.1007/978-3-030-65147-3_19
- Stewart, H., & Jürjens, J. (2018). *Data security and consumer trust in FinTech Innovation in Germany* *Information & Computer Security* *Data security and consumer trust in FinTech Innovation in Germany Article information : Information & Computer Security*, 26(1), 109–128.
- Suherman, M., & Almunawwaroh, M. (2016). *Wajib Pajak Dalam Penyampaian Surat Pemberitahuan (Spt) Tahunan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama*. *Journal*, 15, 49–64.
- Sun, S., Law, R., & Schuckert, M. (2020). *Mediating effects of attitude, subjective norms and perceived behavioural control for mobile payment-based hotel reservations*. *International Journal of Hospitality Management*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102331>
- Susanto, T. D., & Aljoza, M. (2015). *Individual Acceptance of e-Government Services in a Developing Country: Dimensions of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use and the Importance of Trust and Social Influence*. *Procedia Computer Science*, 72, 622–629. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.171>
- Tarhini, A., El-Masri, M., Ali, M., & Serrano, A. (2016). *Extending the utaut model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in lebanon a structural equation modeling approach*. *Information Technology and People*, 29(4), 830–849. <https://doi.org/10.1108/ITP-02-2014-0034>
- Thomas, P. (2006). *Cognitive Absorption: Its antecedents and effect on user intentions to use technology*. *Association for Information Systems - 12th Americas Conference On Information Systems, AMCIS 2006*, 2, 1082–1091.
- Thompson, C. A., Beauvais, L. L., & Lyness, K. S. (1999). *When Work-Family Benefits Are Not Enough: The Influence of Work-Family Culture on Benefit Utilization, Organizational Attachment, and Work-Family Conflict*. *Journal of Vocational Behavior*, 54(3), 392–415. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1998.1681>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2004). Tjiptono, Fandi. & Chandra, Gregory. (2004). *Service, Quality dan Satisfaction*. *Yogyakarta; Andi. Jurnal of Business and Management Sciences*, 4(4), 76–81. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>

- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25–35. <https://doi.org/10.18196/rab.010103>
- Venkatesh; Viaswanath, & Davis; Fred D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://www.jstor.org/stable/pdf/2634758.pdf>
- Venkatesh, V., Davis, F. D., Teoretis, P., Venkatesh, V., Davis, F. D., Bisnis, S., Smith, R. H., Hall, V. M., Maryland, U., & Park, C. (2018). *Model Penerimaan : Empat Longitudinal*. 185–204.
- Wang, Y. S., Wang, Y. M., Lin, H. H., & Tang, T. I. (2003). *Determinants of user acceptance of Internet banking: An empirical study*. In *International Journal of Service Industry Management (Vol. 14, Issue 5)*. <https://doi.org/10.1108/09564230310500192>
- Wijaya, J., & Nawawi, M. T. (2023). *Pengaruh Perceived Quality dan Usefulness terhadap Continuance Usage Intention Melalui Customer Satisfaction (Studi Kasus pada Grabfood)*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 658–667. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25402>
- Xia, D., Zhang, M., Yu, Q., & Tu, Y. (2019). *Developing a framework to identify barriers of Green technology adoption for enterprises*. *Resources, Conservation and Recycling*, 143(December 2018), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.12.022>
- Xiao, J., & Goulias, K. G. (2022). *Perceived usefulness and intentions to adopt autonomous vehicles*. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 161, 170–185. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2022.05.007>
- Yuesti, A., & Merawaty, L. K. (2018). *Akuntansi Kepriilaku*. In Akuntansi. schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th Ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.