

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BEHAVIORAL INTENTION DAN USER BEHAVIOR PADA FINTECH SHOPEEPAY MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)

Linda Lorenza Hafifah^{1)*}, Nengah Widya Utami²⁾ dan I Gst.Agung Prmaesti Dwi Putri³⁾

^{1,2,3)}Program Studi Sistem Informasi Akuntansi, STMIK Primkara
lorenzalinda1@gmail.com

Diterima 18 Juli 2022 / Disetujui 30 Agustus 2022

ABSTRACT: *This study aims to determine the factors that can influence the interest of the Denpasar City Community in using ShopeePay fintech with the Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) model. The data used in this study is primary data, where data is obtained directly from parties related to distributing questionnaires using google form. This study uses 2 sampling techniques, namely purposive sampling and convenience sampling. Validity and reliability testing of the instrument was carried out with SPSS software which was used to ensure that the questionnaire was valid and reliable. The data that has been obtained were analyzed using the Partial Least Square (PLS) method using smartPLS software. The results of the tests carried out indicate that the performance expectancy and effort expectation variables on the behavioral intention variable, the facilitating condition variable and the behavioral intention on the user behavior variable. Then the rejected hypothesis is the social influence variable on the behavioral intention variable.*

Keywords: *Fintech ShopeePay, Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT), behavioral intentions, user behavior, smartPLS.*

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor faktor yang dapat mempengaruhi minat Masyarakat Kota Denpasar dalam penggunaan *fintech* ShopeePay dengan model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data diperoleh secara langsung dari pihak yang berkaitan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan google form. Penelitian ini menggunakan 2 teknik sampling, yaitu Teknik purposive sampling dan convenience sampling Uji validitas dan uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan *software* SPSS yang digunakan untuk memastikan kuesioner telah valid dan reliabel. Data yang telah didapatkan dianalisis dengan metode *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *software* smartPLS. Hasil pengujian yang dilakukan mengindikasikan bahwa variabel *performance expectancy* dan *effort expectation* terhadap variabel *behavioral intention*, variabel *facilitating condition* dan *behavioral intention* terhadap *user behavior*. Kemudian hipotesis yang ditolak yaitu variabel *social influence* terhadap variabel *behavioral intention*.

Kata kunci: *Fintech ShopeePay, Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT), behavioral intention, user behavior, smartPLS.*

Pendahuluan

Revolusi industri 4.0 telah banyak mendorong perkembangan teknologi (Nirmala et al., 2020) Terutama industri keuangan yang saat ini dikenal dengan *financial technology (Fintech)*. Munculnya *fintech* merupakan terobosan baru dimana dalam melakukan transaksi saat ini tidak perlu lagi menggunakan uang kertas. Dengan kata lain, keberadaan *fintech* mengubah bentuk uang kertas menjadi bentuk digital (Hiyanti et al., 2020). Munculnya *fintech* dapat dilihat sebagai salah satu solusi terkait dilema dan sulitnya mengakses layanan keuangan, khususnya layanan di sektor keuangan konvensional. Penelitian yang dilakukan oleh Andriariza et al., mengungkapkan bahwa pergeseran industri di sektor keuangan terjadi karena adanya fenomena *disruptive innovation*, yaitu suatu inovasi yang berhasil mengubah sistem atau pasar yang ada dengan memperkenalkan kemudahan akses, kepraktisan, dan biaya yang ekonomis. dan kenyamanan (Andriariza & Agustina, 2020). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia adalah dua lembaga yang memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengawasi *Fintech* di Indonesia. OJK fokus mengatur dan mengawasi *fintech* di bidang *peer to peer (P2P) lending, Equity Crowdfunding*, dan inovasi keuangan digital lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Sementara itu, Bank Indonesia fokus pada pengaturan dan pengawasan *fintech* di sektor sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2017).

ShopeePay merupakan salah satu *fintech* yang masuk kedalam sistem pembayaran (*payment system*). *Fintech* ShopeePay dapat digunakan sebagai transaksi pembayaran harian yang terhubung dengan e-commers Shopee. Berdasarkan riset yang dilakukana oleh Annur, (2020) terkait transaksi pengguna *Fintech* di Indonesia per Agustus 2020 mengungkap bahwa *Fintech* ShopeePay memiliki pengguna sebesar 68%, kemudian disusul dengan OVO dan Gopay 56%, DANA 42%, dan LinkAja di 19%. *Fintech* ShopeePay

berhasil menggungguli pengguna transaksi keuangan digital di Indonesia. Namun, pada tahun 2021, *Fintech* ShopeePay mengalami penurunan pengguna, Hal ini dibuktikan dengan peningkatan persentase pengguna pada *fintech* lainnya. diketahui bahwa Ovo berada pada posisi pertama dengan presentase sebesar 58,9%, kemudian disusul dengan Gopay yang memiliki presentase sebesar 58,4% lalu *fintech* ShopeePay yang berada di posisi ke-3 dengan persentase pengguna 56,4%(Burhan, 2021). Turunnya pengguna *fintech* ShopeePay menunjukkan bahwa pengguna sistem belum sepenuhnya menerima keberadaan *fintech* ShopeePay.

Salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan ShopeePay adalah *behavioral intention* (niat perilaku). Menurut Suhartini (2017) *behavioral intention* didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi (Suhartini, 2017). Dimana seseorang yakin ketika menggunakan sistem tersebut akan meningkatkan minat mereka dan pada akhirnya mereka akan menggunakan sistem tersebut dalam pekerjaannya. Niat perilaku diperlukan untuk mendukung keberhasilan penggunaan suatu sistem karena keberhasilan suatu teknologi informasi sangat bergantung pada penerimaan pengguna (Astuti et al., 2020). Menurut Venkatesh et al., menyatakan *behavioral intention* dalam menggunakan suatu teknologi memiliki peran yang kuat untuk membentuk penggunaan suatu teknologi dan sistem. Dengan begitu *fintech* ShopeePay dapat diterima ketika seseorang memiliki niat untuk memakai sistem tersebut.

Faktor yang kedua yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan ShopeePay adalah *User behavior* (perilaku pengguna). Menurut Venkatesh, et al (2003) perilaku penggunaan (*user behavior*) didefinisikan sebagai reaksi perasaan menyeluruh dari individual untuk menggunakan suatu sistem. Suatu sistem akan digunakan ketika pengguna mempunyai niat untuk menggunakan teknologi karena

keyakinan bahwa menggunakan teknologi informasi dapat dilakukan dengan mudah, meningkatkan kinerja, dan adanya pengaruh dari lingkungan. Selain itu, kondisi yang memfasilitasi pemakai teknologi informasi juga mempengaruhi perilaku penggunaan. Apabila teknologi tersebut tidak didukung oleh fasilitas maupun peralatan yang dibutuhkan maka penggunaan teknologi informasi pun tidak akan terlaksana. Pada tahun 2003 DeLone dan McLean menyatakan dalam mengetahui *behavioral intention* harus berhubungan erat dengan *user behavior* (perilaku pengguna). Konsep *user behavior* dari suatu sistem dapat dilihat dari beberapa perspektif, salah satunya yaitu pengguna nyata (*actual use*) (DeLone & McLean, 2003). Dengan demikian dapat dikatakan jika pengguna merasa bahwa dengan memanfaatkan berbagai fungsi dari suatu sistem teknologi informasi akan meningkatkan kepuasannya, maka mereka akan lebih sering menggunakan sistem tersebut (Bharata & Widyaningrum, 2017).

Terdapat 2 variable dependen yaitu *behavioral intention* dan *user behavior*, serta terdapat 4 variable independen yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition*. Berdasarkan indikasi yang terjadi pada penelitian ini ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen tersebut dengan niat perilaku dan perilaku pengguna dalam menggunakan *fintech* ShopeePay di Kota Denpasar. Sesuai dengan pembahasan diatas bahwa *fintech* ShopeePay mengalami penurunan pengguna. Dafa (2022) menjelaskan bahwa enggannya masyarakat menggunakan ShopeePay dikarenakan repotnya dalam melakukan *top up* atau pengisian saldo pada *fintech* ShopeePay serta karena tidak adanya kerja sama antar *fintech* membuat sistem pembayaran hanya bisa digunakan antar ShopeePay dengan ShopeePay (Astuti, 2022). Fokus pada penelitian ini ingin melihat dari masing-masing variabel memiliki pengaruh dominan dalam menggunakan *fintech* ShopeePay.

Variable pertama bahwa *fintech* ShopeePay dapat diterima oleh masyarakat adalah *performance expectancy*.

Performance expectancy adalah rangsangan seseorang dalam menggunakan *fintech* ShopeePay karena menganggap bahwa sistem tersebut dapat membantu meningkatkan kinerja mereka. Venkatesh et al (2003) mengatakan bahwa keuntungan kinerja didapatkan Ketika seseorang memiliki ekspektasi pada sebuah sistem (ShopeePay), *performance expectancy* tersusun atas beberapa model terdahulu yaitu: *perceived usefulness*, *extrinsic motivation*, *job-fit*, *relative advantage*, dan *outcome expectations*. Studi ini pernah dilakukan dengan menghasilkan hasil yang signifikan dan positif (Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, 2003).

Variable kedua yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* dalam menggunakan ShopeePay adalah *effort expectancy*. *Effort expectancy* adalah kemudahan dalam menggunakan *fintech* ShopeePay yang dipercaya dapat mengurangi tenaga dan waktu seseorang saat menggunakan ShopeePay. Kemudahan adalah hal yang paling penting ketika sebuah aplikasi ingin dipublikasikan. Studi ini telah dilakukan dengan hasil signifikan dan positif (Mooduto & Mariam, 2020).

Social influence adalah variable ke 3 yang dianggap dapat mempengaruhi *behavioral intention* dalam menggunakan *fintech* ShopeePay. *Social influence* Pengaruh lingkungan dapat mem-pengaruhi seseorang dalam menggunakan sebuah sistem (ShopeePay). *Social influence* memiliki dampak pada niat seseorang dalam menggunakan sistem melalui 3 mekanisme pendekatan yaitu *compliance*, *internalization* dan *identification*. Dengan begitu semakin banyak pengaruh yang diberikan ke calon pengguna semakin besar minat seseorang dalam menggunakan sistem karena pengaruh lingkungan yang kuat. Studi ini pernah dilakukan dengan menghasilkan hasil yang positif (Widayati & Panjaitan, 2020).

Variable yang keempat yang diperkirakan dapat mempengaruhi *user behavior* dalam menggunakan *fintech* ShopeePay. *Facilitating condition* adalah fasilitas yang dimiliki seorang pengguna yang dapat

membuat seseorang memiliki minat dalam menggunakan *fintech* ShopeePay. Adanya fasilitas yang dimiliki juga mendukung seseorang untuk ingin memiliki sebuah sistem tersebut. Penelitian ini pernah dilakukan oleh Fredy Setiawan dan Dien Novita dengan hasil yang positif dan signifikan (Chandra & Novita, 2020).

Penelitian dan studi terdahulu menunjukkan bahwa model UTAUT terbukti dapat menjelaskan penerimaan sebuah teknologi seperti penelitian yang dilakukan oleh Qoriyani dan Febriyanti (2020) menjelaskan bahwa UTAUT mampu menganalisis faktor faktor penerimaan pada mahasiswa dalam memahami istilah kamus Akutansi pada smartphone (Widayati & Panjaitan, 2020). Teguh Hilmawan (2020) dalam penelitiannya tentang faktor yang mempengaruhi minat dan niat masyarakat Kota Malang dengan menggunakan uang elektronik dengan meliputi variabel variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, dan kondisi-kondisi memfasilitasi berpengaruh secara positif dan signifikan (Hilmawan, 2020). Diah Rachma falen (2021) juga melakukan penelitian tentang minat UMKM bidang kuliner di Denpasar dalam menggunakan OVO sebagai alat transaksi pembayaran dengan metode model TAM menggunakan software SmartPLS (Amor Waning et al., 2022). Berdasarkan rujukan dari penelitian terdahulu peneliti ingin melakukan penelitian ulang dengan menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* dan *user behavior* pada masyarakat Kota Denpasar dalam menggunakan *fintech* ShopeePay dengan variabel variabel dari utaut yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* yang akan dianalisis langsung menggunakan software SmartPLS.

Urgensi dari penelitian ini merujuk pada bagaimana persepsi masyarakat Kota Denpasar dalam menerima *fintech* ShopeePay yang diketahui bahwa terdapat naik dan turunnya jumlah pengguna. Dimana hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai gambaran dan masukan bagi pengembang aplikasi *fintech* ShopeePay. Output yang diberikan nanti

berupa faktor faktor yang mempengaruhi penerapan *fintech* ShopeePay yang lebih baik dan dapat diterima oleh masyarakat pengguna akhir.

Rumusan masalah yang dihadapi pada penelitian ini adalah penerimaan pengguna terhadap *financial technology* berdasarkan hubungan antara konstruk-konstruk dalam UTAUT. Rumusan masalah penelitian ini Apakah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, berpengaruh terhadap *Behavioral intention* dalam menggunakan *fintech* dan apakah *Facilitating Condition* dan *behavioral intention* berpengaruh terhadap *User behavior* dalam menggunakan *fintech*.

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat dirumuskan tujuan penelitian ini mengetahui *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, berpengaruh terhadap *Behavioral intention* dalam menggunakan *fintech* dan mengetahui *Facilitating Condition* dan *behavioral intention* berpengaruh terhadap *User behavior* dalam menggunakan *fintech*

Pengembangan Hipotesis penelitian

Hipotesis 1

Performance Expectancy adalah tolak ukur seseorang mempercayai sebuah sistem teknologi dimana dalam menggunakan sistem teknologi akan membantu seseorang memperoleh keuntungan dalam kinerja pada pekerjaan mereka. *Behavioral intention* berperan kuat dalam membentuk penerimaan sistem informasi. Penelitian yang dilakukan oleh Teguh Hilmawan (2020) mengungkapkan bahwa *performa expentancy* memiliki pengaruh positif *behavioral intention*(Hilmawan, 2020). Seperti hal nya Venkatesh, et al (2003) mengatakan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada sistem teknologi (Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, 2003). Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada *Fintech* ShopeePay.

Hipotesis 2

Effort expectation adalah tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem teknologi yang dapat mengurangi tenaga dan waktu dalam melakukan pekerjaannya (Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, 2003). Chandra, et al (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada *effort expectation* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan teknologi informasi (Chandra & Novita, 2020). Sama halnya dengan teori Venkatesh, et al (2003) yang mengatakan bahwa *effort expectation* mempunyai pengaruh positif pada *behavioral intention* dalam menggunakan sistem informasi. Maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: *Effort expectation* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada *Fintech* ShopeePay.

Hipotesis 3

Social influence adalah tingkat atau tolak ukur lingkungan dalam mempengaruhi seseorang sekitarnya untuk mengajak menggunakan suatu sistem teknologi yang baru (Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, 2003). Nadiyah Hidayati (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan sistem informasi (Nadiyah Hidayati, 2020). Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Onainor (2019) yang menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* (Onainor, 2019). Dengan itu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pada *Fintech* ShopeePay

Hipotesis 4

Facilitating conditions adalah adanya fasilitas yang mendukung dalam menggunakan sebuah sistem teknologi. Nia

Auliya (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *user behavior* teknologi informasi (Auliya, 2018). Penelitian Suhartini (2017) juga menyatakan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh sangat signifikan terhadap *user behavior* dalam teknologi (Suhartini, 2017). Maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *user behavior* pada *Fintech* ShopeePay

Hipotesis 5

Minat atau intensi (*intention*) adalah suatu keinginan dalam melakukan kegiatan. Minat belum tentu berperilaku. *Behavior* adalah tindakan atau kegiatan nyata yang dilakukan. Dalam penelitian ini, *behavioral intention* digunakan dalam mengetahui seberapa besar *behavior* seseorang dalam menggunakan *Fintech*. penelitian yang dilakukan oleh Fitri Novika (2021) menyatakan bahwa *behavioral intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *user behavior* (Novika et al., 2021). Dengan itu, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H5: *Behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *user behavior* pada *Fintech* ShopeePay.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Yang digunakan untuk menyesuaikan variabel yang dipusatkan pada fenomena atau kejadian yang sedang dianalisis dengan menghasilkan penelitian berupa angka dan memiliki makna yang kemudian disajikan secara deskriptif (Margareta, 2013). jenis data kuantitatif untuk menghitung hipotesis yang telah ditentukan. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Data primer didapatkan dari responden yang bersangkutan, yaitu pengguna *Fintech* ShopeePay yang tinggal dan berdomisili di Kota Denpasar.

Penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan model UTAUT, suatu model penelitian yang dibangun untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang

mempengaruhi *behavioral intention* dan *user behavior*. Model utaut memiliki rumusan variable yang dibagi menjadi empat variable yang ditetapkan yaitu

1. *Perormance Expectation* (X1), tingkat seseorang mempercayai dalam menggunakan sistem dapat membantu dan memperoleh keuntungan.
2. *Effort Expectation* (X2), tingkat kemudahan dalam penggunaan sistem dan dipercaya dapat mengurangi upaya, tenaga dan waktu.
3. *Social Influence* (X3), tingkat kepercayaan individu terhadap orang di sekitarnya dalam mengajak untuk menggunakan sistem baru.
4. *Facilitating Conditions* (X4), kepercayaan individu terhadap fasilitas akan mendukung penggunaan suatu sistem.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SEM (Structural Equation Modeling) berbasis PLS (Partial Least Square) (Amor Waning et al., 2022) Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS, dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Perancangan model struktural
Tahap ini, dilakukan untuk menggambarkan hubungan variabel laten dengan variabel laten lainnya, dimana perancangan model struktural ini didasarkan pada hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya.
- 2) Perancangan model pengukuran
Tahap ini, dilakukan untuk menggambarkan hubungan dari masing-masing variabel indikator terhadap variabel akhir. Perancangan model pengukuran ini didasarkan pada variabel indikator yang telah disusun sebelumnya.
- 3) Evaluasi Model
Tahap ini dilakukan dengan 2 mengevaluasi 2 model yaitu outer model dan inner model. evaluasi outer model dibagi menjadi 3 yaitu, *Discriminant Validity* mencari nilai korelasi antara indikator variabel dengan variabel

lainnya (nilai cross loading), *Convergent Validity* mencari nilai butir (loading factor) yang dimiliki oleh variabel masing masing, dan *Composite Reliability* mencari nilai setiap blok indikator yang mengukur variabel yang tidak teramati berdasarkan skor. Sedangkan evaluasi inner model dilakukan dengan mencari nilai R-square pada setiap variable dependen

Pengujian Hipotesis

Tahap pengujian hipotesis dilakukan dengan menguji hubungan antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan bootstrap resampling dan statistik uji t yang akan diolah langsung menggunakan PLS. ketentuan agar hipotesis alternatif diterima jika hasil uji t-statistik > t-tabel (1,96)(Hilmawan, 2020)

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Denpasar. Dikarenakan sasaran populasi yang sangat luas dan tidak diketahui jumlahnya sehingga peneliti hanya mengambil sampel dari keseluruhan populasi. Dalam menentukan jumlah sampel, dapat menggunakan rumus Lemeshow dari Stanley Lemeshow(Zamrodah, 2021).

$$n = \frac{Z^2 \cdot x \cdot P(1-P)}{d^2}$$

n = Jumlah sampel

Z = Statistic Z (untuk tingkat kepercayaan 95% atau sig. 0,05)

P = Proposi Maksimal estimasi

d = presisi absolut/alpha/sampling error 10%

$$n = 3,8416 \times \frac{0,25}{0,01} \\ = 96,4 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah penarikan sampel dari kriteria-kriteria yang ditentukan oleh peneliti yang sesuai dengan syarat tujuan

penelitian. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel ini sebagai berikut :

1. Orang yang tinggal dan berdomisili di Kota Denpasar
2. Sudah berumur > 17 tahun
3. Mempunyai wawasan tentang fintech ShopeePay
4. Sudah pernah menggunakan fintech ShopeePay

Sedangkan *convenience sampling* adalah Teknik sampling yang didapatkan sampelnya secara langsung dengan menghubungi kelompok yang mudah dijumpai seperti, mahasiswa, rekan, ataupun tetangga.

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan metode survei, yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden. Kuesioner diukur dengan menggunakan jenis skala pengukuran, yaitu skala Likert. Skala likert akan diterjemahkan ke dalam indikator-indikator yang terukur sehingga dapat dijadikan sebagai tolak ukur. Sedangkan untuk mengukur analisis kuantitatif pada skala, diberikan nilai, angka atau skor, untuk memudahkan penulis dalam mengukur dan mengolah data responden.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Penelitian ini melakukan uji coba instrument dengan melakukan uji validitas dan uji realibilitas. uji coba instrument ini didapatkan dari 30 responden. Uji coba instrument dilakukan menggunakan aplikasi SPSS. Berikut ini adalah nilai uji validitas dalam penelitian ini

- a. Variabel *Performance Expectation* memiliki 4 pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,3061). Artinya setiap pertanyaan pada variabel ini dapat dikatakan valid.
- b. Variabel *Effort expectation* memiliki 4 pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,3061). Artinya setiap pertanyaan pada variabel ini dapat dikatakan valid.

- c. Variabel *Social Influence* memiliki 4 pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,3061). Artinya setiap pertanyaan pada variabel ini dapat dikatakan valid.
- d. Variabel *Facilitating condition* memiliki 4 pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,3061). Artinya setiap pertanyaan pada variabel ini dapat dikatakan valid.
- e. Variabel *Behavioral Intention* memiliki 3 pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,3061). Artinya setiap pertanyaan pada variabel ini dapat dikatakan valid.
- f. Variabel *User behavior* memiliki 4 pertanyaan dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,3061). Artinya setiap pertanyaan pada variabel ini dapat dikatakan valid.

Hasil Uji Realibilitas

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini.

Tabel 1 Hasil Uji Reliabilitas

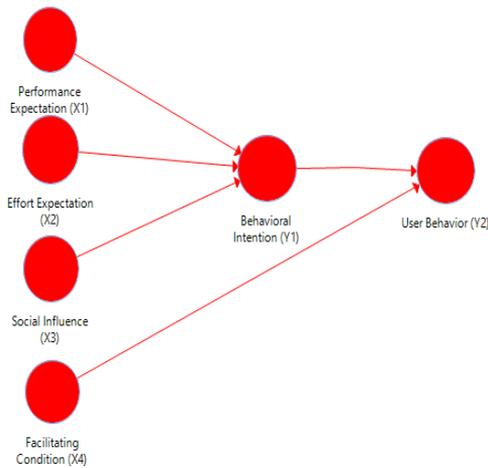
No	Variabel	Cronbach Alpha	N of Item
1	<i>Behavioral intention</i>	0,926	3
2	<i>User Behavior</i>	0,856	4
3	<i>Performance Expectance</i>	0,778	4
4	<i>Effort Expectance</i>	0,861	4
5	<i>Social Influence</i>	0,725	4
6	<i>Facilitating Condition</i>	0,900	4

Hasil tabel 1 di atas menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* setiap variabel lebih dari 0,6. sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator variabel dapat dikatakan reliabel.

Perancangan Model Struktual

Menggambarkan hubungan antara variabel *independent* dengan variabel

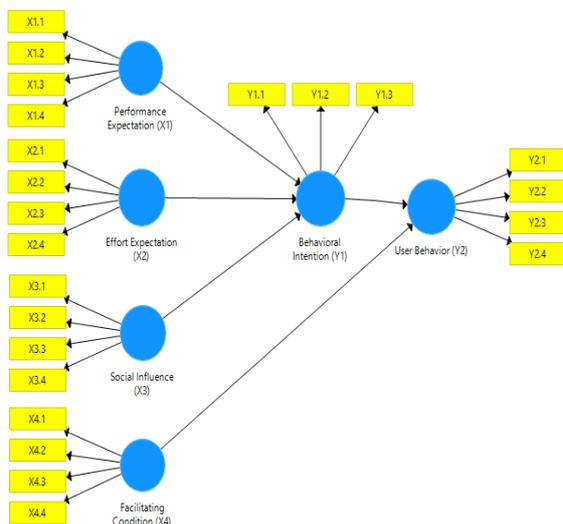
dependent. Yang ditunjukkan sesuai dengan hipotesis yang telah diasumsikan.



Gambar 1 Perancangan Struktual Model

Perancangan Model Pengukuran

Digambarkan dengan hubungan variabel laten dengan masing-masing indikator pengukur. Sehingga dapat dilihat representasi variabel laten dengan indikator pengukurnya.



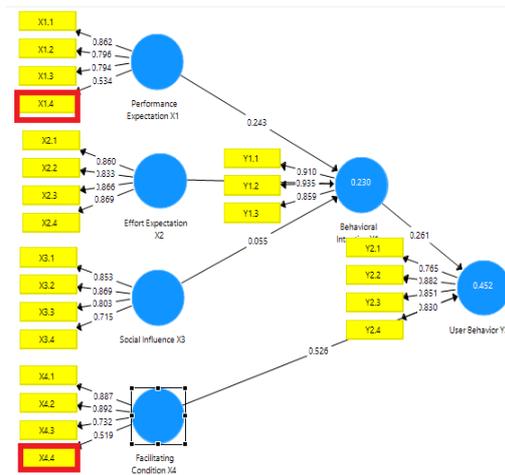
Gambar 2 Perancangan Model Pengukuran

Evaluasi Model

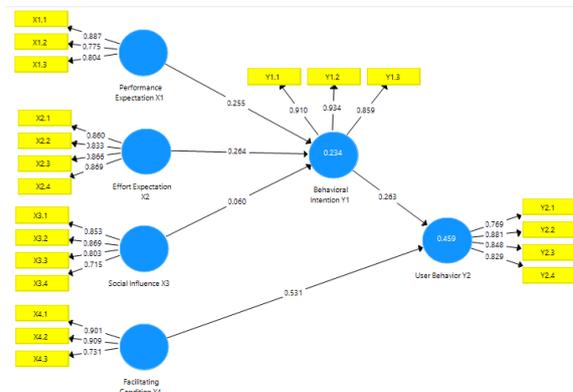
Evaluasi model dilakukan dalam 2 tahap yaitu dengan mengevaluasi outer model dan inner model. Evaluasi outer model akan ditunjukkan dengan mengukur *convergent validity*, *discriminant validity* dan

composite reliability. yang akan digambarkan dengan hubungan masing-masing indikator dan variabel latennya.

Convergent validity dilakukan dengan menghitung secara langsung menggunakan Algoritma PLS pada *software smartPLS*. Dan akan ditunjukkan dengan hasil nilai *loading factor*, dimana nilai *loading factor* > 0.70. Dari hasil pengujian yang ditunjukkan pada Gambar 2 diketahui bahwa terdapat indikator variabel yang nilai *outer loading*-nya masih dibawah 0,70, yaitu variabel *performance expentancy* X1.4 yang bernilai 0,534 dan indikator *facilitating condition* X4.4 bernilai 0,519, hal ini terjadi karena nilai rata-rata indikator lebih kecil dibandingkan indikator lainnya, sehingga indikator tersebut harus dihilangkan. Kemudian model harus dihitung ulang, untuk memastikan tidak ada nilai *loading factor* di bawah 0,70.



Gambar 3 Hasil loading factor tahap 1



Gambar 4 Hasil loading factor tahap 2

Berdasarkan hasil perhitungan tahap kedua, tidak ada lagi nilai *loading factor* di bawah 0,70, sehingga dapat diartikan bahwa semua indikator sudah memadai atau mampu mengukur variabel laten. Berikut semua nilai *loading factor* yang akan ditampilkan dalam sebuah tabel 2

Discriminant Validity adalah nilai korelasi antara indikator variabel dengan variabel lain (nilai *cross loading*), yang diharapkan pada setiap blok indikator memiliki nilai yang lebih tinggi pada setiap variabel yang diukur seperti yang terlihat pada tabel 3..

Compossed reliability adalah ukuran konsistensi internal, dimana blok indikator mengukur variabel akhir. Dilihat dari tabel 4, nilai *composite reliability*

pada masing-masing variabel sudah diatas 0,7 maka dapat dijelaskan bahwa nilai konsistensi dan stabilitas internal pada variabel tersebut dapat dikatakan baik.

Uji Inner Model Inner

Model merupakan pengujian variabel dependen dengan variabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *R-Square* dari variabel yang diukur. *R-square* adalah cara untuk menilai seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Menurut Chin

Tabel 2 Hasil Load Factor

	X1	X2	X3	X4	Y1	Y2
X1.1	0,887					
X1.2	0,775					
X1.3	0,804					
X2.1		0,860				
X2.2		0,833				
X2.3		0,866				
X2.4		0,869				
X3.1			0,853			
X3.2			0,869			
X3.3			0,803			
X3.4			0,715			
X4.1				0,901		
X4.2				0,909		
X4.3				0,731		
Y1.1					0,910	
Y1.2					0,934	
Y1.3					0,859	
Y2.1						0,769
Y2.2						0,881
Y2.3						0,848
Y2.4						0,829

Tabel 3 Hasil Cross Loading

	X1	X2	X3	X4	Y1	Y2
X1.1	0,887	0,559	0,351	0,596	0,335	0,672
X1.2	0,775	0,342	0,537	0,399	0,198	0,462
X1.3	0,804	0,400	0,385	0,446	0,268	0,574
X2.1	0,511	0,860	0,227	0,675	0,364	0,588
X2.2	0,461	0,833	0,299	0,587	0,325	0,505

	X1	X2	X3	X4	Y1	Y2
X2.3	0,373	0,866	0,215	0,576	0,351	0,559
X2.4	0,389	0,869	0,274	0,536	0,404	0,473
X3.1	0,324	0,133	0,853	0,155	0,153	0,232
X3.2	0,322	0,110	0,869	0,213	0,194	0,269
X3.3	0,269	0,124	0,803	0,208	0,145	0,234
X3.4	0,587	0,517	0,715	0,542	0,234	0,586
X4.1	0,513	0,624	0,370	0,901	0,354	0,570
X4.2	0,519	0,590	0,343	0,909	0,344	0,590
X4.3	0,428	0,553	0,248	0,731	0,282	0,441
Y1.1	0,338	0,398	0,167	0,421	0,910	0,483
Y1.2	0,292	0,415	0,213	0,335	0,934	0,405
Y1.3	0,291	0,326	0,265	0,273	0,859	0,367
Y2.1	0,428	0,432	0,281	0,507	0,438	0,769
Y2.2	0,659	0,562	0,400	0,576	0,399	0,881
Y2.3	0,602	0,554	0,465	0,542	0,315	0,848
Y2.4	0,633	0,507	0,332	0,476	0,403	0,829

Tabel 4 Hasil Composed Reliability
COMPOSED RELIABILITY

X1	0,887
X2	0,917
X3	0,885
X4	0,886
Y1	0,929
Y2	0,900

Tabel 5 Hasil Nilai R-square
R-Square

<i>Behavioral intention</i>	0,234
<i>User Behavior</i>	0,459

(1998), nilai *R-Square* akan dikategorikan menjadi 3 yaitu kuat jika lebih dari 0,67, sedang jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67, dan lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah. sebesar 0,33 (Yuniarti, 2016). Berikut adalah perhitungan *R-Square* dengan Algoritma PLS. Berdasarkan hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel 5, dapat dinyatakan bahwa nilai *r square* pada variabel *behavioral intention* adalah 0,234 yang berarti 23,4% dari distribusi niat perilaku variabel dapat dijelaskan oleh variabel *performace expectation*, *effort expectation*, dan *social influence*, selebihnya dijelaskan di luar variabel itu. Sedangkan nilai *r square* pada variabel *user behavior* sebesar 0,459 dengan persentase sebesar 45,9% yang berarti bahwa sebaran variabel *user behavior* dapat dijelaskan oleh variabel *facilitating condition*, dan *behavior intention* dan sisanya dapat dijelaskan di luar variabel tersebut.

Uji Hipotesis.

Pengujian hipotesis dilakukan antara variabel bebas dan variabel terikat. menggunakan metode *bootstrap* yang diproses langsung di smartPLS, dimana pada metode ini dapat melihat hasil koefisien jalur dan statistik uji-t. Koefisien jalur adalah hubungan antar variabel yang dapat memberikan pengaruh positif atau negatif, hal ini dapat ditentukan dengan mengetahui nilai koefisien jalur berada pada rentang 0 sampai 1, dimana jika nilainya dibawah 0 sampai -1 maka variabel tersebut mempunyai pengaruh negatif. berpengaruh, sedangkan jika nilainya di atas 0 maka variabel tersebut berpengaruh positif. Dan uji t statis menunjukkan diterima atau tidaknya suatu hipotesis, yang diketahui jika nilai t statistik lebih besar dari nilai t tabel (1,96) maka hipotesis diterima dan jika nilai t statistik lebih kecil dari nilai t tabel, hipotesis ditolak.

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis

No	Hubungan Variabel	Original Sampel	T Statistik
1	X1 -> Y1	0,255	1,984
2	X2 -> Y1	0,264	2,232
3	X3 -> Y1	0,060	0,521
4	X4 -> Y2	0,531	6,461
5	Y1 -> Y2	0,263	2,367

Hubungan Performance Expectancy Terhadap Behavioral Intention Pada Fintech ShopeePay.

Performance expectancy memiliki skor nilai koefisiensi pada rentang 0-1 dengan nilai 0,255, dan nilai t-statistik sebesar 1,984, hal ini dapat dinyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan *performance expectancy* dengan *behavioral intention*, sehingga H1 diterima dan H0 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavior intention* atau tingkat kepercayaan dan keuntungan dalam menggunakan *fintech* ShopeePay dapat mempengaruhi niat perilaku seseorang.

Pengaruh positif dan hubungan yang signifikan antar dua variabel tersebut menunjukkan bahwa dengan menggunakan *Fintech* ShopeePay dapat meningkatkan kinerja pada masyarakat Kota Denpasar. Hal ini dikarenakan Masyarakat Kota Denpasar merasa adanya manfaat pada aplikasi *Fintech* ShopeePay dalam kehidupan mereka, masyarakat Kota Denpasar juga merasa menggunakan *Fintech* ShopeePay mampu meningkatkan produktivitas, dengan memungkinkan mereka menyelesaikan pekerjaan lebih cepat dan jika masyarakat menggunakan *Fintech* ShopeePay mereka merasa akan ada peluang dalam mendapatkan tambahan. Hasil penelitian ini searah dengan penelitian Nadiyah Hidayati, (2020)

Hubungan Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention Pada Fintech ShopeePay.

Effort expentantion memiliki skor nilai koefisiensi pada rentang 0-1 dengan nilai 0,264. Dan nilai t-statistik sebesar 2,232, dengan itu dapat disimpulkan *Effort expentantion* memiliki pengaruh yang positif dan hubungan yang signifikan terhadap behavioral intention, Sehingga H2 dapat diterima dan Ho ditolak. Dengan tersebut menunjukkan *Effort expentantion* berpengaruh terhadap variabel *behavioral intention* atau tingkat kemudahan dalam menggunakan *fintech* ShopeePay dapat mempengaruhi niat perilaku seseorang dalam menggunakan *fintech*.

Pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (niat perilaku) dalam penggunaan *Fintech* ShopeePay tersebut menunjukkan bahwa menggunakan *Fintech* ShopeePay dapat meningkatkan kemudahan dalam menggunakan sistem serta mengurangi upaya tenaga dan waktu dalam melakukan aktivitasnya. Hal ini dikarenakan masyarakat Kota Denpasar merasa aplikasi *Fintech* ShopeePay jelas dan dapat dipahami, karena mereka merasa *fintech* ShopeePay mudah dalam mengoperasikan aplikasinya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Windy Pratiwi A dan Iis Maryam (Mooduto & Mariam, 2020).

Hubungan Social Influence Terhadap Behavoiral Intention Pada Fintech Shopeepay.

Pengaruh hubungan indikator variabel X3 dengan Y1, dapat dinyatakan bahwa antara variabel *social influence* terdapat pengaruh positif dengan variabel *behavioral intention*, hal itu karena *Social influence* memiliki skor nilai koefisiensi pada rentang 0-1 dengan nilai 0,060. Dan nilai t-statistik pada variabel *social influence* sebesar 0,521, dengan itu dapat disimpulkan *Social influence* tidak memiliki hubungan yang signifikan. Sehingga H3 ditolak dan Ho diterima. Hal tersebut menunjukkan variabel *social influence* tidak berpengaruh terhadap behavior intention atau tingkat pengaruh atau ajakan orang sekitar dalam

menggunakan *fintech* ShopeePay tidak dapat mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan *fintech*.

Variabel *social influence* berpengaruh positif pada *behavioral intention* dalam menggunakan *Fintech* ShopeePay, namun tidak ada hubungan yang signifikan antar dua variabel tersebut, dengan itu menunjukkan bahwa faktor sosial yang ada pada masyarakat Kota Denpasar tidak selalu dapat mempengaruhi niat dalam menggunakan aplikasi *Fintech* ShopeePay. Hal ini dikarenakan orang disekitar mereka tidak menganjurkan atau mempengaruhi mereka dalam menggunakan *Fintech* ShopeePay. Secara umum lingkungan mereka kurang mendukung dalam menggunakan *Fintech* ShopeePay. Hal ini juga menunjukkan bahwa karakteristik masyarakat Kota Denpasar cenderung tidak ingin mempengaruhi orang lain. Pernyataan itu sama dengan penelitian dari Sri Iestari yang menyatakan bahwa adanya perasaan malu dan takut tidak diterima oleh sekitarnya, membuat seseorang cenderung tidak mau mempengaruhi orang lain. Selain itu masyarakat juga ingin menggunakan *Fintech* ShopeePay karena kebutuhan mereka bukan karena pengaruh dari orang lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Anggita Setiarini dan Wahyu Meiranto (Setyorini & Meiranto, 2021)

Hubungan Facilitating Condition Terhadap User Behavior Pada Fintech Shopeepay.

Facilitating condotions memiliki skor nilai koefisiensi pada rentang 0 sampai 1 dengan nilai 0,531. Dan nilai t-statistik sebesar 6,461, dengan itu dapat disimpulkan *facilitating condition* memiliki pengaruh yang positif dan hubungan yang signifikan terhadap *behavioral intention* Sehingga H4 dapat diterima dan H0 ditolak. Dengan begitu variabel *facilitating condition* berpengaruh terhadap *user behavior* atau fasilitas yang mendukung dalam menggunakan *fintech* ShopeePay dapat mempengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan dan penerimaan *fintech*.

Hubungan signifikan antar dua variabel tersebut menunjukkan bahwa kondisi

yang memfasilitasi dapat meningkatkan perilaku pengguna masyarakat Kota Denpasar. Hal ini dikarenakan masyarakat memiliki pengetahuan dan sumber daya yang diperlukan dalam menggunakan aplikasi *Fintech* ShopeePay. Masyarakat juga yakin bahwa *Fintech* ShopeePay aplikasi yang kompatibel dan Ketika terdapat kesulitan dalam menggunakan *Fintech* ShopeePay dapat dengan mudah dalam mendapatkan bantuan dari orang lain. Hasil penilaian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Qoriyani Widayanti dan Febriyanti panjaitan (Widayati & Panjaitan, 2020).

Hubungan Behavioral Intention Terhadap User Behavior Pada Fintech ShopeePay.

Pengaruh Hubungan indikator variabel Y1 dengan Y2, dapat dinyatakan bahwa antara variabel *behavioral intention* terdapat pengaruh positif dengan variabel *user behavior*, hal itu karena *behavioral intention* memiliki skor nilai koefisiensi pada rentang 0-1 dengan nilai 0,263. Nilai t-statistik pada variabel *behavioral intention* sebesar 2,367, dengan itu dapat disimpulkan *behavioral intention* memiliki hubungan yang signifikan. Sehingga H5 dapat diterima dan H0 ditolak. Interpretasi tersebut untuk menunjukkan variabel *behavioral intention* berpengaruh terhadap *user behavior* atau tingkat pandangan seseorang dalam menggunakan *fintech* ShopeePay dapat mempengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan *fintech*.

Hasil tersebut menunjukkan semakin tinggi niat perilaku seseorang maka semakin tinggi minat seseorang dalam menggunakan *Fintech* ShopeePay pada masyarakat Kota Denpasar. Hal ini dikarenakan masyarakat kota Denpasar dapat memprediksi akan niat menggunakan aplikasi *Fintech* ShopeePay dimasa akan datang, dan berencana untuk menggunakan *fintech* ShopeePay pada waktu yang akan datang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Chandra & Novita, (2020)

Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dijelaskan penelitian ini menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* (minat pengguna) pada *Fintech* ShopeePay yaitu variabel *performance expectation*, variabel *effort expectation*, dan terhadap *user behavior* (perilaku pengguna) yaitu, variabel *facilitating condition*, dan variabel *behavioral intention* kemudian terdapat satu variabel yang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *behavioral intention* (minat pengguna) *Fintech* ShopeePay yaitu variabel *social influence*.

Performance expectancy berpengaruh terhadap *behavioral intention* masyarakat Kota Denpasar dalam menggunakan *fintech* ShopeePay. Hasil dari penelitian ini dikarenakan adanya tingkat kinerja pada masyarakat Kota Denpasar dalam melakukan penyelesaian pekerjaan dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan *fintech* ShopeePay

Effort expectancy berpengaruh terhadap *behavioral intention* masyarakat Kota Denpasar dalam menggunakan *fintech* ShopeePay. Hasil dari penelitian ini dikarenakan adanya faktor kemudahan yang dipercaya dapat mengurangi tenaga, waktu dan upaya dalam menggunakan *fintech* ShopeePay. Hal ini sesuai dengan visi perusahaan *fintech* ShopeePay.

Social influence tidak memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* masyarakat Kota Denpasar dalam menggunakan *fintech* ShopeePay. Hasil penelitian ini dikarenakan tidak adanya faktor pengaruh dari kerabat atau orang sekitar dalam menggunakan *fintech* ShopeePay. Hal ini terjadi karena kecenderungan masyarakat Kota Denpasar yang memiliki perasaan malu atau takut tidak diterima dalam lingkungan tersebut. Dengan begitu *social influence* tidak berpengaruh dalam minat seseorang menggunakan *fintech* ShopeePay di Kota Denpasar.

Facilitating condition berpengaruh terhadap *behavioral intention* masyarakat Kota Denpasar dalam menggunakan *fintech*

ShopeePay. Hasil dari penelitian ini dikarenakan masyarakat Kota Denpasar memiliki pengetahuan dan sumber daya yang diperlukan dalam menggunakan aplikasi *Fintech* ShopeePay.

Behavioral intention memiliki pengaruh terhadap *user behavior* masyarakat Kota Denpasar dalam menggunakan *fintech* ShopeePay. Hal ini dikarenakan minat/niat masyarakat mendorong untuk menggunakan *fintech* ShopeePay. Hal ini terjadi karena rangsangan yang timbul dan ketertarikan terhadap suatu produk/sistem membuat masyarakat ingin memiliki atau menggunakan *fintech* ShopeePay.

Peneliti masih memiliki keterbatasan, peneliti hanya melakukan pada *fintech* ShopeePay, sehingga tidak dapat disamaratakan dengan aplikasi diluar *fintech* tersebut. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan penelitian ini dengan menambahkan beberapa variable seperti variable *habbit*, *price* atau teori pendukung lainnya, dan diharapkan juga bagi peneliti selanjutnya dapat mencoba metode atau model penelitian ini dengan objek yang lain atau sebaliknya. Kemudian saran untuk pihak *fintech* ShopeePay diharapkan dapat terus berinovasi pada fitur aplikasi *fintech* ShopeePay yang dimiliki agar dapat menambah dan mempertahankan pengguna *fintech* ShopeePay, khususnya pada informasi mengenai *voucher* dan *cashback* yang dapat digunakan jika menggunakan ShopeePay. Dengan begitu tingkat kepercayaan pengguna dan fasilitas yang ada akan mendukung pengguna dalam menggunakan *fintech* ShopeePay.

Daftar Pustaka

- Amor Waning, D. R., Estiyanti, N. M., & Putri, I. G. A. P. D. (2022). Interest Analysis Of Using Fintech OVO With TAM Model On MSMEs In Denpasar City. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 18(1),18. <https://doi.org/10.33480/pilar.v18i1.2757>
- Andriariza, Y., & Agustina, L. (2020). Perkembangan Dan Tantangan Industri Teknologi Finansial Indonesia Di Era Ekonomi Digital. *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(2), 116. <https://doi.org/10.17933/mti.v11i2.190>
- Annur, C. M. (2020). ShopeePay Kalahkan OVO & GoPay saat Pandemi Corona | Databoks. *Databoks Katadata*, 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09/shopeepay-kalahkan-ovo-gopay-saat-pandemi-corona#>
- Astuti, D. P. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Minat Berbelanja Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Berdsarkan Perspektif Ekonomi Islam. *Raden Intan Repository.*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Auliya, N. (2018). *Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and*. 1–10.
- Bank Indonesia. (2017). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/Pbi/2017*. 245, 1–16. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2017). Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Akademik Melalui Pengembangan Model Utaut Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 171–187. <https://doi.org/10.33558/optimal.v11i2.751>
- Burhan, F. A. (2021). *Riset: OVO Paling Banyak Digunakan di 2021, Kalahkan GoPay – ShopeePay Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul “Riset: OVO Paling Banyak Digunakan di 2021, Kalahkan GoPay – ShopeePay”*, <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/61de64e1>. <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/61de64e13a3cd/riset-ovo-paling-banyak-digunakan-di-2021-kalahkan->

- gopay-shopeepay
- Chandra, F. S., & Novita, D. (2020). Analisis Penerimaan Masyarakat Terhadap Layanan Transportasi Online Menggunakan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 1(1), 23–33. <http://jurnal.mdp.ac.id/index.php/jtsi/article/view/319>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Hilmawan, T. W. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Kota Malang menggunakan uang elektronik dengan menggunakan model UTAUT. *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 1–81.
- Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2020). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3). <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.578>
- Margareta, S. (2013). Study Deskriptif Analisis Kuantitatif. *Repository UPI*, 40–50.
- Mooduto, W. P. A., & Mariam, I. (2020). Penerimaan dan Penggunaan OVO Paylater dengan Menggunakan Model. *Administrasi Profesional*, 1, 8–15.
- Nadiyah Hidayati, Y. R. (2020). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Gojek menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus: SMK MVP ARS Internasional). *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 1(1).
- Nirmala, B. P. W., Utami, N. W., & Nirmala, B. M. S. (2020). Sistem Informasi Marketplace Penyewaan Kendaraan Berbasis Website Di Nusa Penida, Bali. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi/JIITUJ*, 4(2), 88–98. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v4i2.11598>
- Novika, F., Halim, R. D., & Setyawan, A. B. (2021). the Effect of Technological and Behavioral on the Adoption of the ShopeePAY Mobile Payment. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 2(2), 106. <https://doi.org/10.24123/jeb.v2i2.4641>
- Onainor, E. R. (2019). Analisis Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Dan Facilitating Condition Terhadap Behavior Intention Dengan Di Moderasi Oleh Usia Pada Nasabah Bank Bni Cabang Graha Pangeran Surabaya. 1, 105–112.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77/POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–29. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL-POJK-Fintech.pdf>
- Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) dengan Menggunakan Model UTAUT 2. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1), 1–15.
- Suhartini, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Malang.
- Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, F. D. D. (2003). Human Acceptance of Information Technology. *International Encyclopedia of Ergonomics and Human Factors, Second Edition - 3 Volume Set*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.1201/9780849375477.ch230>
- Widayati, Q., & Panjaitan, F. (2020). Penerimaan Aplikasi Kamus Istilah Akuntansi Pada Smartphone Dengan Metode Utaut. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 12, 209–220.

Zamrodah, Y. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Pembelian Beras Organik (Studi Kasus Di Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar)*. 15(2), 1–23.