

Pengaruh *Social Influence* dan *Facilitating Condition* Terhadap *Use Behaviour Mobile Banking* Mandiri di Karawang

Muhammad Syahid Alfattaah

*Faculty of Economics and Business, Universitas Singaperbangsa Karawang,
Indonesia*

1910631020245@student.unsika.ac.id

Siti Rohmatul Fuadah

*Business scholl undergraduate, Universitas Bina Nusantara,
Indonesia*

Siti.fuadah@binus.ac.id

Tiar Lina Situngkir

*Faculty of Economics and Business, Universitas Singaperbangsa Karawang,
Indonesia*

tiarlina.situngkir@fe.unsika.ac.id

Abstract. *This research employs the UTAUT model to examine the impact of Social Influence and Facilitating Condition variables on behavior intention and Use Behavior among users of the Mandiri mobile banking application in Karawang. The purposive sampling method yielded 110 respondents, who were then subjected to path analysis using SPSS 25 to analyze the data. The Facilitating condition and social influence have a favorable and considerable impact on behavior intention. Behavior intention and facilitating condition variables have a impact on utilization behavior.*

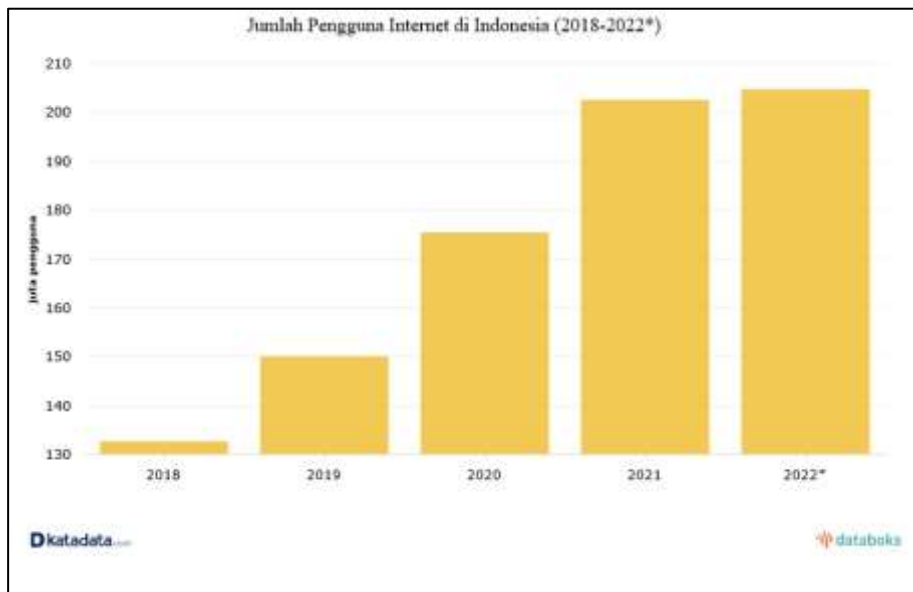
Accepted:
March, 2024

Keywords: *social influence, facilitating condition, mobile banking*

1. PENDAHULUAN

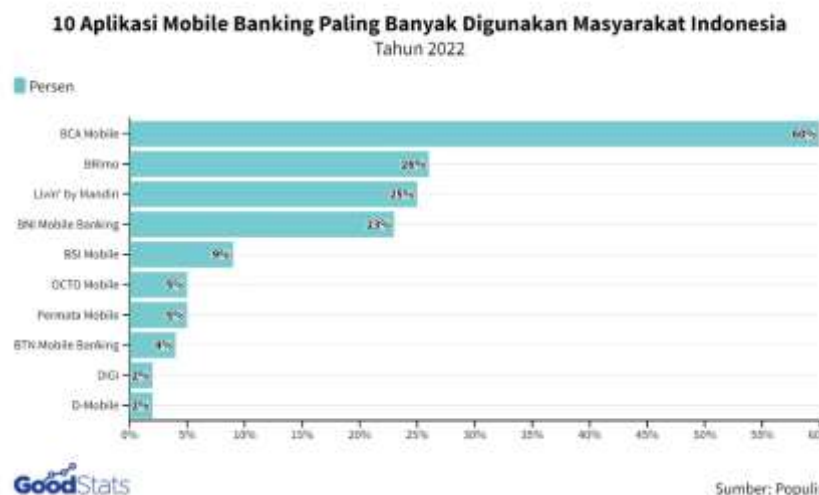
Saat ini, perkembangan teknologi semakin cepat dan modern untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan, yaitu memecahkan suatu masalah yang dihadapi masyarakat, memberikan kreativitas, efisiensi dan efektivitas dalam melakukan kegiatan salah satunya perkembangan internet. Transaksi pembayaran *non-tunai* sedang meningkat dan menawarkan potensi besar untuk pembayaran yang akan datang dan dibutuhkan di zaman modern. Ada banyak

faktor yang memengaruhi transisi konsumen dari uang tunai ke *non*-tunai, termasuk manfaat yang dirasakan, baik saat ini maupun di masa depan (Situngkir et al., 2020).



Gambar 1. *Internet Users* di Indonesia
Sumber: Kata.co.id (2022)

Terlihat dalam Gambar 1 di atas menunjukkan data laporan bahwa Indonesia memiliki 204,7 juta pemakai jaringan internet aktif di Indonesia di bulan Januari 2022, yaitu 1,03% lebih banyak dari setahun sebelumnya. Di sepanjang tahun 2021, tercatat angka penetrasi jumlah Internet user di Indonesia mencapai 202,6 juta. Dengan tren yang menggembirakan dari peningkatan langganan ponsel di seluruh dunia, tidak dapat disangkal fakta bahwa pengguna ponsel mungkin menunjukkan kecenderungan untuk beralih dari bentuk transaksi *non*-tunai lainnya seperti kartu kredit dan opsi pembayaran *online* ke arah *mobile* perbankan (Sharma & Sharma, 2019).



Gambar 2. *M-Banking* di Indonesia
Sumber: Populix (2022)

Data *GoodStas* ditahun 2022 menunjukkan bahwa urutan pertama yaitu BCA Mobile dengan 60%, dan urutan ke dua yaitu BRI Mo dengan 26%. Serta urutan ketiga yaitu aplikasi Livin' by Mandiri, sesuai namanya yang merupakan aplikasi *mobile banking* dari Mandiri. Tingkat *Rating* pada aplikasi *mobile banking* Mandiri terbilang cukup rendah dibandingkan dengan aplikasi *mobile banking* lain yang berada pada nilai 3.8 Hal ini menyebabkan tingkat penggunaan Livin' by mandiri mengalami penurunan dan memiliki banyak komentar negatif.

Kondisi inilah yang kemudian melatar belakangi untuk meneliti lebih lanjut dari masalah yang ditemukan dengan bertujuan mengetahui apa saja faktor yang mendorong konsumen menggunakan aplikasi Livin by Mandiri untuk menjelaskan *Use behaviour* terhadap teknologi informasi. UTAUT dirumuskan berdasarkan gabungan dari kedelapan teori mengenai penerimaan teknologi yang pernah dikembangkan sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rembulan & Firmansyah, 2020) yang melakukan penelitian tentang perilaku penggunaan pada dompet digital dengan sampel muslim generasi Z yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap generasi Z pada perilaku penggunaan aplikasi dompet digital. *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan pada perilaku penggunaan tersebut. Penelitian yang dilakukan (Bharata Premi & Widyaningrum, 2020) tentang penggunaan model UTAUT pada *mobile banking* KCU BCA Malang yang menunjukkan bahwa *Social Influence* terhadap minat pemanfaatan dan *Facilitating Condition* terhadap minat pemanfaatan serta terhadap penggunaan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan memiliki hasil yang tidak sama atau berbeda, maka dengan ini peneliti memiliki ketertarikan melakukan penelitian menggunakan 2 variabel pada teori UTAUT yaitu variabel *independen* X_1 (*Social Influence*) dan X_2 (*Facilitating Condition*) dengan variabel mediasi yaitu (Z) *Behaviour Intention* dan Variabel *dependen* Y (*Use Behaviour*) untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap *Behaviour intention*, *Facilitating condition* terhadap *Use behaviour* dan *Behaviour intention*, serta pengaruh *Behaviour intention* terhadap *Use behaviour* pada *mobile banking* Mandiri di Karawang.

2. METODE PENELITIAN

***Social Influence* (X_1)**

Social Influence atau disebut faktor sosial adalah tingkat seberapa penting pengaruh dari orang sekitarnya dalam membantu pengguna sistem informasi dalam memutuskan suatu penggunaan sebuah teknologi yang ingin pengguna pakai (Venkatesh et al., 2012). Menurut (Anjani & Mukhlis, 2022), memperlihatkan bahwa faktor sosial (*social influence*) mempunyai pengaruh yang positif signifikan dalam mempengaruhi niat menggunakan aplikasi BRI *Mobile banking*. Penelitian (Sugiharto et al., 2021) variabel SI memiliki pengaruh positif terhadap BI aplikasi *banking apps*.

H1: SI berpengaruh positif terhadap BI

***Facilitating Condition* (X_2)**

Facilitating Condition adalah tingkat kondisi yang memfasilitasi dan mendukung yang dapat menjelaskan persepsi pengguna tentang sumber daya yang dimiliki suatu teknologi dan dukungan pada pengguna teknologi untuk menjelaskan suatu perilaku penggunaan dalam memakai sebuah sistem yang memudahkan pengguna (Venkatesh et al., 2012). Penelitian oleh (Anjani & Mukhlis, 2022) *Facilitating Condition* memiliki pengaruh positif serta signifikan yang mempengaruhi

suatu niat pengguna (*behavioral intention*) pada konsumen yang menggunakan BRI *Mobile banking*. Penelitian (Nopiani & Putra, 2021) menunjukkan pengaruh FC berpengaruh positif terhadap BI pada penggunaan *M-banking* di Kabupaten Bandung.

H2: FC berpengaruh positif terhadap BI

Menurut (Yusuf et al., 2022) menyatakan pada variabel FC memiliki pengaruh positif terhadap UB pada Sistem Informasi Akademik di Universitas Muhammadiyah Gorontalo. Penelitian (Chairia et al., 2020) memperlihatkan adanya hasil penelitian yaitu *Facilitating Condition* berpengaruh secara positif pada perilaku penggunaan Itqan Mobile.

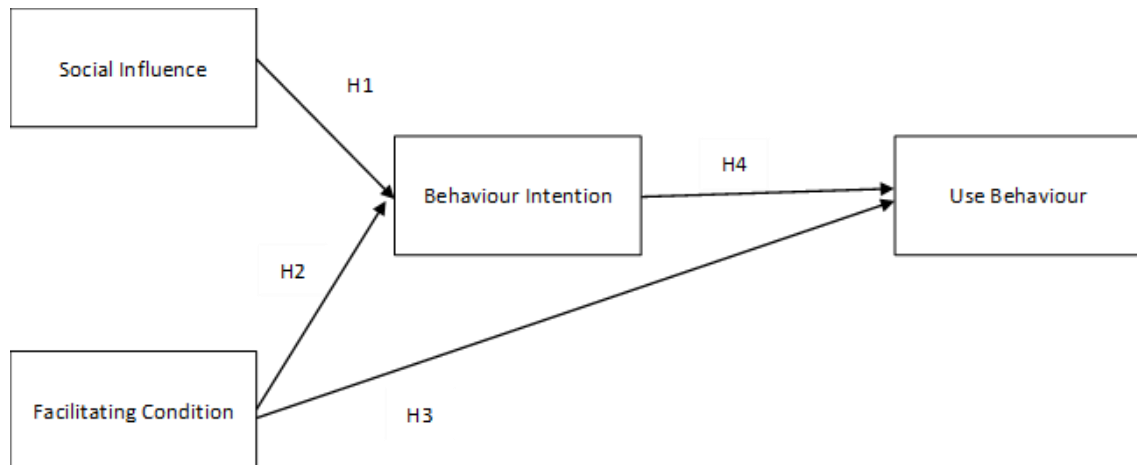
H3: FC berpengaruh positif terhadap UB

Behaviour Intention (Z)

Behavioral intention atau niat untuk menggunakan adalah tingkat niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dalam menggunakan teknologi untuk mendukung kinerjanya (Venkatesh et al., 2003). Berdasarkan penelitian (Indah & Agustin, 2019) menunjukkan bahwa BI berpengaruh positif pada UB dalam menggunakan pada aplikasi *non-tunai* yaitu *Go-pay* di kota Padang. Penelitian pada variabel ini yaitu niat penggunaan pada *m-banking* suatu daerah yang sudah melakukan penelitian oleh (Nopiani & Putra, 2021) menunjukkan suatu bukti bahwa BI memiliki pengaruh yang signifikan positif pada UB dalam pengguna *Mobile banking* di Kabupaten Bandung.

H4: BI berpengaruh positif terhadap UB

Model Jalur berikut :



Gambar 3. Model Penelitian
Sumber: Data diolah (2023)

Jenis Penelitian

Jenis penelitian akan dilakukan peneliti dengan menggunakan suatu penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif karena terdapat variabel-variabel yang akan diuji korelasinya. Dengan metode asosiatif dengan kesepakatan untuk mengetahui pengaruh variabel *social influence*, *facilitating condition*, yang merupakan variabel independen dengan variabel *behavior intention* sebagai variabel intervening dan menggunakan variabel *Use behavior* sebagai variabel dependen.

Populasi dan Sampel

Populasi yang peneliti gunakan merupakan pengguna *mobile banking* Mandiri yang berada di wilayah Karawang yang tidak diketahui jumlah populasinya. Pengambilan sampel dari populasi tersebut menggunakan metode *purposive sampling*. Banyaknya sampel yang diambil menggunakan rumus (Hair et al., 2014) yang mana indikator variabel x (5-10).

$$n = 13 \times 8$$

$$n = 104 \text{ dibulatkan menjadi } 110$$

Metode Pengumpulan data

Peneliti memakai kuesioner untuk salah satu alat bantu pengumpulan data yang nantinya akan disebar melalui media *online* dengan menggunakan *google form*. Jenis kuesioner yang digunakan pilihan ganda 5 pilihan jawaban yang mengacu pada skala interval.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	Valid/Tidak Valid
SI (X1)	SI1	0,892	Valid
	SI2	0,879	Valid
	SI3	0,771	Valid
FC(X2)	FC1	0,816	Valid
	FC2	0,879	Valid
	FC3	0,768	Valid
BI (Z)	BI1	0,805	Valid
	BI2	0,796	Valid
	BI3	0,667	Valid
	BI4	0,706	Valid
UB (Y)	UB1	0,807	Valid
	UB2	0,913	Valid
	UB3	0,902	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Pada Tabel 1 menunjukkan sebuah skor uji validitas semua butir pertanyaan pada variabel penelitian *social influence* yang memiliki 3 pernyataan dengan masing-masing nilainya Valid, *facilitating conditions* Memiliki 3 pernyataan pada masing masing pertanyaannya dikatakan valid, *behavior intention* atau niat penggunaan memiliki pertanyaan 4 dengan semua pertanyaan valid maupun yang terakhir yaitu *use behavior* yang memiliki 3 pertanyaan yang valid dengan kata lain semua hasil *Pearson Correlations* bernilai > 0.30 . Sehingga telah dinyatakan bahwa instrumen variabel tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

<u>Variabel</u>	<u>Cronbach Alpha</u>	<u>Keterangan</u>
SI	0,805	<u>Reliabel</u>
FC	0,762	<u>Reliabel</u>
BI	0,824	<u>Reliabel</u>
UB	0,847	<u>Reliabel</u>

Sumber: Data diolah, 2023

Pada Tabel 2 terdapat hasil Uji Reliabilitas yang telah dilakukan dari 4 variabel yang digunakan yaitu *SI*, *FC*, *BI* dan *UB* didapatkan hasil *cronbach alpha* dari seluruh variabel berada diatas 0,70 sehingga dapat dijelaskan bahwa nilai *cronbach alpha* $SI(X_1) = 0,805$, $FC(X_2) = 0,762$, $BI(Z) = 0,824$, dan $UB(Y) = 0,847$. Sehingga dalam pengujian ini dikatakan reliabel dengan semua variabel tersebut.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas Model 1

	α	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig</i>	0.05	0.355

Sumber: Data diolah (2023)

Pada tabel 3, diketahui pada uji selanjutnya yaitu pengujian normalitas yang pertama dengan uji statistik *monte carlo* menggunakan SPSS dengan melihat pada nilai *sig. (2-tailed) > 0,05* yaitu sebesar 0,355. Hal ini berarti pada uji normalitas dengan sampel sebanyak 110 responden, nilai *residual* untuk variabel pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan niat berperilaku distribusi dengan normal.

Tabel 4. Uji Normality Model 2

	α	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig</i>	0.05	0.833

Sumber: Data diolah (2023)

Melalui Tabel 4, selanjutnya dilihat mengenai uji normalitas kedua dengan uji statistik *monte carlo* dengan SPSS yang mempunyai hasil perhitungan nilai *sig. (2-tailed) > 0,05* yakni senilai 0,200. Hal tersebut berarti memperlihatkan dalam uji normalitas dengan sampel sebanyak 110 responden, nilai residual untuk variabel *Facilitaing Condition*, *Behaviour intention* dan *Use Behaviour* terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Uji Multikolinieritas Model 1

<u>Variabel</u>	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Social Influence	0.932	1.073
Facilitating Condition	0.932	1.073

- a. Dependent Variabel : Behaviour Intention

Sumber: Data diolah (2023)

Dilihat pada Tabel 5 diketahui bahwa nilai *tolerance social influence* dan *facilitating condition* memiliki nilai masing masing $0,932 > 0,10$ dan memiliki nilai $VIF < 10$ yaitu sebesar 1,073 sehingga dapat diartikan tidak terjadi *multikolinieritas* pada model penelitian ini.

Tabel 6 Uji Multikolinieritas Model 2

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Facilitating Condition	0.913	1.096
Behaviour Intention	0.913	1.096

a. Dependent Variable: Use behaviour

Sumber: Hasil pengolahan data

Melalui hasil *output* pada Tabel 6 yang merupakan uji Multikolinieritas yang kedua dengan variabel *independen facilitating conditions* dan *behaviour intention* dengan variabel *dependen* yaitu *use behavior*, dapat dilihat nilai toleransi setiap variabel mempunyai besaran $> 0,10$ yaitu 0,913 dan masing-masing mempunyai $VIF < 10$ sebesar 1,096, maka dapat diartikan tidak terjadi masalah *Multikolinieritas* pada model penelitian kali ini.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 7. Uji Heterokedastisitas Model 1

Variabel	α	Sig
<i>Facilitating Condition</i>	0,05	0,117
<i>Social Influence</i>	0,05	0,604

Sumber: Data diolah (2023)

Dari skor *output* Tabel 7 tersebut, dapat dilihat yang menunjukkan sebuah hasil nilai sig dari kedua variabel $> 0,05$ yakni 0,117 dan 0,604. Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 7 mengindikasikan tidak terdapat adanya masalah heteroskedastisitas sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut pada model penelitian ini.

Tabel 8. Uji Heterokedastisitas Model 2

Variabel	α	Sig
<i>Facilitating Condition</i>	0,05	0,656
<i>Behaviour Intention</i>	0,05	0,137

Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil *output* Tabel 8, terlihat hasil nilai sig dari masing-masing kedua variabel $> 0,05$ yakni 0,656 dan 0,137. Maka dapat disimpulkan variabel FC dan BI tidak terdapat masalah heteroskedastisitas sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut pada model penelitian ini.

Analisis Jalur

Tabel 9. Koefisien Jalur Model 1

Variabel	α	Sig
Social influence	0.05	0.003
Facilitating condition	0.05	0.017

a. Dependent Varriabel : Behaviour Intention

Sumber: Data diolah (2023)

Mengacu pada *output* Tabel 9 koefisien jalur model pertama dengan variabel *social influence* dan variable *facilitating condition* yang diketahui bahwa nilai *sig* dari variabel X_1 *social influence* = 0,003 dan X_2 *Facilitating Condition* = 0,017 lebih besar dari 0,05 jadi kesimpulan variabel SI serta FC berpengaruh signifikan terhadap BI.

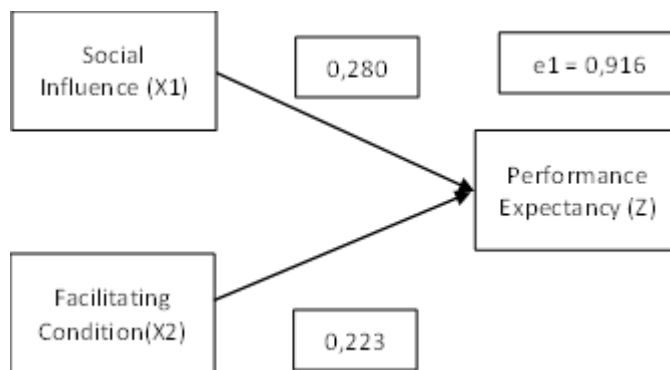
Tabel 10. *Model Summary* Model 1

R Square
0.160

a. Predictor, Facilitating Condition, Social Influence

Sumber: Data diolah (2023)

Dilihat pada Tabel 10 yaitu tabel model *summary* pertama dengan melihat pada bagian nilai *R square* memiliki nilai sebesar 0,160, nilai tersebut dikatakan dan menunjukkan skor tersebut bahwa sumbangan pengaruh *Facilitating condition* (X_1) dan *Social influence* (X_2) terhadap *Behaviour intention* (Z) adalah sebesar 16% sedangkan sisanya 84% merupakan pengaruh dari variable-variabel yang tidak ada dalam penelitian ini. Sedangkan untuk mengetahui nilai e_1 dapat digunakan rumus sebagai berikut $e_1 = \sqrt{(1 - 0,160)} = 0,916$ hasil tersebut dapat digambarkan diagram jalur model 1 sebagai berikut:



Gambar 4. Koefisien Jalur Model 1

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 11. Koefisien Jalur Model 2

Variabel	α	Sig
<i>Facilitating condition</i>	0.05	0.002
<i>Behaviour intention</i>	0.05	0.014

Sumber: Data diolah (2023)

Mengacu pada *output* Tabel 11 Regresi Model yang kedua dapat diketahui bahwa nilai *sig* dari *Facilitating condition* variabel $X_2 = 0,002$ dan *Behaviour intention* Variabel $Z = 0,014$ dimana angka tersebut $< 0,05$ yang memberikan kesimpulan variabel *Facilitating condition* (X_2) dan *Behaviour intention* (Z) bisa dikatakan berpengaruh signifikan terhadap *Use Behaviour* (Y).

Tabel 12. *Model Summary* Model 2

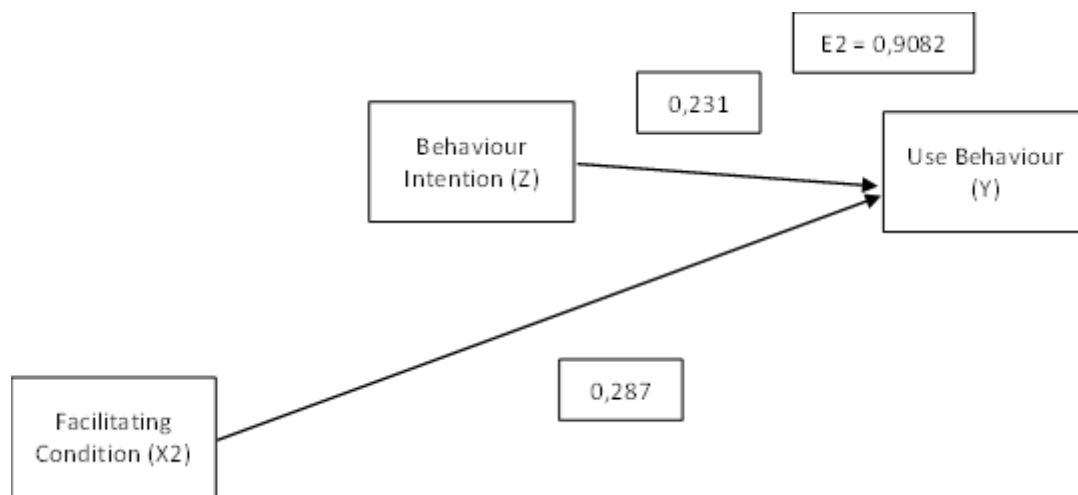
R Square

0,175

a. Predictor, Behaviour intention, Facilitating condition

Sumber: Data dioalah (2023)

Pada Tabel 12 model *summary* kedua dengan dilihat pada nilai *R-square* dengan *predictor Behaviour intention* dan *Facilitating condition* memiliki angka *R-square* sebesar 0,175, model *summary* ini menampilkan besar pengaruh *Social influence* (X1), *Facilitating condition* (X2) dan *Behaviour intention* (Z) terhadap *Use behaviour* (Y) adalah sebesar 17,5% sementara sisanya 82,5% memperlihatkan pengaruh dari variabel-variabel selain variable tersebut yang tidak ada dan tidak dimasukkan ke penelitian ini. Sementara dalam penelitian ini untuk melihat nilai e2 dapat dicari menggunakan rumus $e1 = \sqrt{(1 - 0,175)} = 0,908$ dengan hasil yang sudah di jabarkan dan digambarkan model jalur 2 dapat dilihat berikut :



Gambar 5. Koefisien Jalur Model 2

Sumber: Data dioalah (2023)

Uji Hipotesis

- Uji Path Analysis

1. Pengaruh *social influence* (X₁) terhadap *behaviour intention* (Z)

SI (X₁) memiliki pengaruh langsung terhadap BI (Z) sebesar 0,280. Memiliki nilai jalur 0,280 dan nilai sig sebesar $0,003 < 0,05$ serta memiliki t hitung $(2,429) > t$ tabel, maka H1 diterima yang berarti SI memberikan hasil pengaruh secara positif yang signifikan kepada BI pada *mobile banking* Mandiri di Karawang, sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil pengujian H1 dari penelitian tersebut sesuai dengan pengujian (Anjani & Mukhlis, 2022) menyatakan bahwa SI memiliki pengaruh terhadap BI. Dengan begitu SI pada pengguna mobile banking Mandiri di Karawang mempengaruhi pengguna keinginan atau niat dalam menggunakan *mobile banking* Mandiri.

2. Pengaruh *facilitating condition* (X₂) terhadap *behaviour intention* (Z)

FC (X₂) memiliki pengaruh langsung terhadap BI (Z) sebesar 0,223. Memiliki nilai jalur 0,223. Nilai sig $0,017 < 0,05$ serta memiliki t hitung $(3,052) > t$ tabel $(1,983)$ maka H2 diterima yang berarti FC berpengaruh positif dan signifikan terhadap BI pada *mobile banking* Mandiri di Karawang, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil pengujian H2 tersebut sesuai pada pengujian yang telah dilaksanakan oleh (Nopiani & Putra, 2021) yang menyebutkan variabel FC memiliki pengaruh

terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Dengan begitu FC dari *mobile banking* Mandiri di Karawang dapat mempengaruhi suatu niat pengguna dalam keinginan memakai aplikasi *mobile banking* Mandiri.

3. Pengaruh *behaviour intention* (Z) terhadap *use behaviour* (Y)

Behavior intention (Z) memiliki pengaruh langsung terhadap *use behavior* (Y) sebesar 0,231. Memiliki jalur sebesar 0,231 nilai sig sebesar $0,014 < 0,05$ serta memiliki t hitung (2,508) $>$ t tabel (1,983). Dengan demikian H3 diterima artinya BI memiliki pengaruh secara positif serta berpengaruh signifikan terhadap UB pada *mobile banking* Mandiri di Karawang, sehingga hipotesis ketiga diterima selaras pada sebuah penelitian (Indah & Agustin, 2019) dimana menyebutkan bahwasanya BI mempunyai pengaruh pada UB *mobile banking* Mandiri di Karawang. Dengan begitu BU *mobile banking* Mandiri di Karawang dapat mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

4. Pengaruh *facilitating condition* terhadap *use behaviour* (Y)

FC (X₂) memberikan sumbangan pengaruh secara langsung pada UB (Y) sebesar 0,287. Memiliki nilai sebesar 0,287 dan memiliki nilai sig sebesar 0,002 dibawah 0,05 serta memiliki t hitung (3,122) $>$ t tabel yang berarti FC mempunyai nilai pengaruh yang positif serta berpengaruh signifikan terhadap UB pada *mobile banking* Mandiri di Karawang, sehingga hipotesis keempat diterima. Hasil H4 sudah sesuai berdasarkan riset (Chairia et al., 2020) menyatakan dimana FC memiliki pengaruh pada UB. Dengan begitu FC *mobile banking* Mandiri di Karawang dapat mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

5. KESIMPULAN

Hasil pada penelitian ini dengan melakukan pengolahan data pada sampel 110 responden pengguna *M-banking* Mandiri di Karawang yang memiliki 4 hipotesis dan masing-masing hipotesis semuanya memiliki pengaruh antar variabel pada penelitian ini. Penelitian ini memperlihatkan bahwasanya pertama yang memiliki pengaruh pada variabel *social influence* terhadap *behaviour intention* sebesar 0,280. Selanjutnya pada variabel *facilitating condition* yang memiliki pengaruh terhadap *behaviour intention* sebesar 0,223. *Behaviour intention* terhadap *use behavior* memiliki pengaruh sebesar 0,231. Hasil yang terakhir yaitu pada *facilitating condition* memiliki pengaruh terhadap *use behavior* sebesar 0,287.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, W., & Mukhlis, I. (2022). Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21 No. 1, April 2022(1412–5366), 1–22.
<https://doi.org/https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30570>
- Bharata Premi, W., & Widyaningrum, W. (n.d.). *CAPITAL JURNAL EKONOMI DAN MANAJEMEN Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utant 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang)*. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/capital>
- Chairia, C., Sukmadilaga, C., & Yuliafitri, I. (2020). Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Mendukung terhadap Perilaku Pengguna Itqan Mobile yang Dimediasi oleh

- Niat Perilaku Menggunakannya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 48–72.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2014). *Multivariate Data Analysis. 7th USA: Ed.* Pearson, Prentice Hall.
- Indah, M., & Agustin, H. (2019). Penerapan model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) untuk memahami niat dan perilaku aktual pengguna Go-pay di kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4), 1949–1967.
- Nopiani, N. K. R., & Putra, I. (2021). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(10), 2569.
- Rembulan, N. D. R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 111–128.
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44, 65–75.
- Situngkir, T. L., Hurriyati, R., & Sultan, Mokh. A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Gojek menggunakan Gopay. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 111–121.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1998>
- Sugiharto, B., Umiyati, I., & Sholihah, N. N. (2021). Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Model To the Intention To Using Mobile Banking Service. *ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)*, 5(02).
- Venkatesh, V., Smith, R. H., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2003). *Quarterly USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW1*.
- Venkatesh, V., Walton, S. M., & Thong, J. Y. L. (2012). *Quarterly Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1*. <http://about.jstor.org/terms>
- Yusuf, S., Abas, M. I., Syahrial, S., & Lamusu, R. (2022). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akademik Universitas Muhammadiyah Gorontalo. *Jurnal Ilmu Komputer (JUIK)*, 2(2), 31–36.