

Analisis Penerapan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* terhadap Niat Menggunakan ShopeePay

Afiany Nur Fadhilah¹, Maya Setiawardani²

¹*Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40559
E-mail: finafiany@gmail.com*

²*Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40559
E-mail: maya.setiawardani@polban.ac.id*

Teknologi finansial hadir untuk menjawab tantangan pada era digital di bidang keuangan. ShoopeePay merupakan salah satu inovasi dari teknologi tersebut dan merupakan salah satu *top of mind* pengguna dompet digital di Indonesia. Perkembangan ShopeePay yang pesat menunjukkan banyaknya masyarakat yang berminat untuk menggunakan ShopeePay sebagai alat transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat menggunakan ShopeePay menggunakan model teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data primer yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuesioner kepada responden dan terkumpul sebanyak 307 responden menggunakan metode *purposive sampling*. Data tersebut diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 25 untuk analisis statistik deskriptif, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial terhadap niat menggunakan ShopeePay sedangkan kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci

Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, niat menggunakan

1. PENDAHULUAN

Teknologi dikembangkan dari hasil kemampuan dan kecerdasan manusia sehingga manusia itu sendiri dapat merasakan manfaat dari perkembangan teknologi tersebut. Kebutuhan hidup manusia dapat dipenuhi dengan mudah, nyaman, efektif serta efisien seiring dengan teknologi yang berkembang semakin canggih [1]. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi tersebut adalah *financial technology (fintech)*. Sebelumnya, masyarakat melakukan pembayaran secara tunai untuk bertransaksi. Namun seiring perkembangan *fintech*, masyarakat mulai menggunakan alat pembayaran non tunai. Di Indonesia, masyarakat banyak yang menggunakan uang elektronik (*e-money*) sebagai alat pembayaran non tunai [2].

Dompet elektronik (*e-wallet*) adalah uang elektronik yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran pada toko offline maupun online dalam transaksi sehari-hari [3]. Dengan menggunakan dompet elektronik, masyarakat dapat melakukan transaksi melalui

smartphone-nya. Hal tersebut memudahkan penggunaannya karena dengan menggunakan dompet elektronik, masyarakat tidak perlu membawa uang tunai untuk melakukan transaksi. Adapun asumsi bahwa teknologi yang cepat, nyaman, bermanfaat, dan ada pada satu platform lebih disukai konsumen [4]. Oleh karena itu, dompet elektronik dapat mewakili asumsi tersebut dengan berbagai kemudahan dari fitur-fitur yang ditawarkannya.

Selain karena perkembangan teknologi, penggunaan uang elektronik juga dipicu oleh adanya Covid-19. Untuk mengurangi penyebaran Covid-19, *World Health Organization* (WHO) mengimbau kepada masyarakat untuk bertransaksi dengan cara *contactless payment*. Dompet digital atau transaksi elektronik untuk pengurangan kontak dalam melakukan transaksi tunai merupakan yang dimaksud dari *contactless payment*.

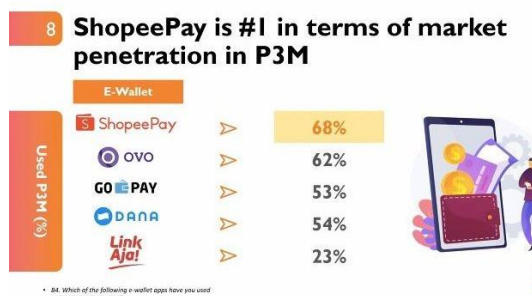
Tabel 1. Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2015-2021

Tahun	Transaksi Uang Elektronik di Indonesia	
	Volume (satuan)	Nominal (dalam juta Rupiah)
2015	535.579.528	5.283.017,65
2016	683.133.352	7.063.688,97
2017	943.319.933	12.375.468,72
2018	2.922.698.905	47.198.616,11
2019	5.226.699.919	145.165.467,60
2020	4.625.703.561	204.909.170
2021	5.450.400.276	305.435.828,86

(Sumber: Bank Indonesia)

Data diatas menunjukkan laju transaksi uang elektronik di Indonesia sejak tahun 2015 hingga tahun 2021. Setiap tahunnya, transaksi uang elektronik meningkat baik volume maupun nominalnya meskipun terjadi penguraan volume pada tahun 2020. Salah satu penyebab dari menurunnya volume transaksi uang elektronik ini adalah karena adanya Covid-19 yang melumpuhkan perekonomian dunia termasuk Indonesia. Sri Mulyani, Menteri Keuangan Indonesia mengatakan bahwa aktivitas perekonomian sempat berhenti sejak tahun 2020 yang disebabkan pandemi Covid-19 [6].

Peningkatan volume dan nominal transaksi menggunakan uang elektronik diiringi dengan meningkatnya perusahaan yang menawarkan aplikasi dompet digital. Bank Indonesia telah memberi izin kepada OVO, GoPay, DANA, LinkAja, dan ShopeePay sebagai top of mind para pengguna uang elektronik di Indonesia dan 51 penyelenggara uang elektronik lainnya per tahun 2020 [7].



Gambar 1. Penetrasi Pasar Dompet Digital Awal Tahun 2021

(Sumber: NeuroSensum, 2021)

Hasil riset NeuroSensum, perusahaan riset pasar berbasis teknologi ini menunjukkan

bahwa ShopeePay menguasai pasar dompet digital di awal tahun 2021 sebesar 68% dilanjutkan oleh OVO sebanyak 62%, DANA sebanyak 54%, dan GoPay sebanyak 53% . Tika Widyaningtyas, *Research Manager* NeuroSensum Indonesia mengatakan bahwa integrasi ShopeePay dengan Shopee adalah salah satu alasan dari penguasaan pasar dompet digital karena banyak responden dari NeuroSensum berpendapat bahwa hal tersebut mempermudah belanja online [8].

Perkembangan ShopeePay yang pesat menunjukkan banyaknya masyarakat yang berminat untuk menggunakan ShopeePay sebagai alat transaksi. Venkatesh et al., (2003) melakukan penelitian dan terbentuklah model teori yang bernama *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* atau UTAUT mengenai penerimaan teknologi informasi. Terdapat beberapa penelitian mengenai e-wallet maupun e-money menggunakan model UTAUT dan menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Dalam penelitian [9] niat menggunakan *e-wallet* sangat dipengaruhi oleh *performance expectancy* dan *effort expectancy* namun rendah dipengaruhi oleh *social influence* dan *facilitating condition*. Sedangkan dalam penelitian [10], keempat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan e-money. Adapun penelitian [11] menemukan bahwa seluruh variabel dalam UTAUT berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *e-wallet* kecuali *social influence*.

Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu yang menerapkan model teori UTAUT untuk mengetahui niat menggunakan *e-wallet* dapat disebabkan berbagai hal seperti demografi responden, budaya, dan dari *e-wallet* itu sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat menggunakan ShopeePay dengan variabel ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) yang diambil dari UTAUT. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif dipilih dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana variabel-variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh pada variabel dependen sesuai dengan hasil perhitungan statistika.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teknologi Finansial

Model bisnis baru atau bahkan bisnis baru yang didapatkan dari ide-ide inovatif yang meningkatkan proses layanan pada bidang keuangan dengan mengusulkan solusi teknologi sesuai dengan situasi bisnis yang berbeda disebut Financial Technology [12]. *Fintech* sebenarnya sudah berkembang sejak tahun 1866 hingga sekarang. *Fintech* sudah memiliki 4 generasi perkembangan dengan ciri khasnya masing-masing yang disebut dengan FinTech 1.0, FinTech 2.0, FinTech 3.0, dan FinTech 3.5 [13].

Dalam perkembangannya, penyelenggaraan *fintech* sudah menyediakan banyak produk maupun jasa untuk memudahkan kebutuhan finansial manusia. Terdapat 4 kategori penyelenggara *fintech* menurut Bank Indonesia [14], yaitu:

1. Peminjaman (*Crowdfunding dan Peer to Peer (P2P)*)
2. Sistem Pembayaran (*Payment, Settlement, and Clearing*)
3. Pendukung Pasar (*Market Aggregator*)
4. Manajemen Risiko dan Investasi (*Risk and Investment Management*)

2.2 Dompot Elektronik

Dompot elektronik atau *e-wallet* didefinisikan sebagai sistem teknologi yang menyimpan uang individu dalam bentuk digital dan menyimpan data pembayaran secara digital dalam perangkat fisik melalui koneksi internet [15]. Layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran dapat disebut dompot elektronik [16]. Penggunaan *e-wallet* dalam kehidupan sehari-hari memberikan berbagai manfaat bagi penggunaannya. Transaksi digital melalui *e-wallet* dapat mengurangi kompleksitas proses transaksi keuangan dan menawarkan manfaat ekonomi non-tunai, termasuk kenyamanan, kemudahan, dan catatan pengeluaran [17]

2.3 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Venkatesh et al. [18] melakukan penelitian dan menemukan model teori bernama *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. Penelitian tersebut bertujuan untuk meninjau dan mendiskusikan bagaimana seseorang

menerima teknologi informasi baru dengan menggunakan penelitian-penelitian terdahulu lalu teori yang tercipta dari penelitian tersebut secara empiris dibandingkan, dirumuskan, dan divalidasi. Teori-teori terdahulu yang digunakan dalam penelitian Venkatesh et al. (2003) ini adalah, *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Motivational Models* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Social Cognitive Theory* (SCT), *The Model of The PC Utilization* (MPCU), dan kombinasi dari TAM dan TPB (C-TAM-TPB).

UTAUT dihasilkan berdasarkan delapan teori yang dikembangkan dan diintegrasikan sehingga ditemukanlah empat konstruk atau variabel utama pada model ini yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Keempat konstruk tersebut dimoderasi dengan *gender*, *age*, *experience*, dan *voluntariness*.

1. Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja diartikan sebagai sejauh mana sebuah pekerjaan dipercaya dapat membantu seseorang mencapai keuntungan dengan menggunakan sistem teknologi [18].

2. Ekspektasi Usaha

Ekspektasi usaha diartikan sebagai semudah apa sistem teknologi digunakan oleh seseorang [18].

3. Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial merupakan sejauh mana seseorang dipengaruhi orang penting disekitarnya untuk menggunakan sistem teknologi baru [18]. Pengaruh sosial adalah faktor sangat penting pada masa awal seseorang menggunakan teknologi dan secara bertahap faktor tersebut menjadi insignifikan seiring penggunaan teknologi tersebut digunakan [19].

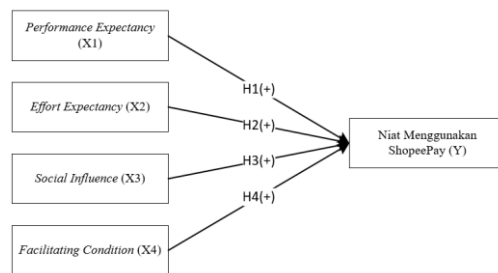
4. Kondisi Yang Memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi adalah bagaimana sebuah organisasi dan infrastruktur teknis dapat mendukung seseorang untuk menggunakan teknologi [18].

2.4 Niat Menggunakan (*Intention to Use*)

Intention to use adalah kemungkinan pengguna untuk melakukan transaksi online dan perilaku seseorang untuk tetap menggunakan teknologi tertentu, tingkat niat untuk menggunakan dapat diprediksi oleh perilaku mereka terhadap teknologi tersebut [18]. Fishbein dan Ajzen [20]

memperkenalkan *intention to use* dari konsep *behavioral intention*. Fishbein dan Ajzen dalam [21] menegaskan bahwa perilaku tertentu dapat diprediksi oleh niat untuk melakukan perilaku tersebut. Dalam teori *information system success*, perilaku yang dimaksud adalah penggunaan sistem yang sebenarnya. Para peneliti dalam disiplin penerimaan teknologi adalah yang paling mendukung pernyataan bahwa *intention to use* adalah awal dari penggunaan sistem yang sebenarnya [21].



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Metode deskriptif kuantitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah. Metode kuantitatif digunakan untuk memperoleh informasi sesuai tujuan tertentu secara ilmiah [22]. Penelitian yang mendeskripsikan atau menjelaskan sebuah peristiwa menggunakan angka-angka yang bermakna, maka penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif [23].

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna ShopeePay yang tidak diketahui secara pasti total jumlahnya sehingga populasi dalam penelitian ini tidak terhingga. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini didapatkan berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael [24]. Berdasarkan tabel tersebut, sampel yang digunakan dalam penelitian ini paling sedikit berjumlah 272 sampel dengan tingkat kesalahan 10%.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan telah terkumpul sebanyak 307 responden. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik yang pertimbangan hal tertentu dalam menentukan sampel [25]. Pertimbangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah responden yang mengisi kuesioner merupakan pengguna

ShopeePay. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* dengan rentang nilai 1 sampai 5. Data primer diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 25 untuk uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dilakukan menggunakan 60 sampel responden dan hasil pengujian menunjukkan instrumen penelitian telah valid dan reliabel. Uji asumsi klasik juga dilakukan dan seluruh uji pada uji asumsi klasik menunjukkan bahwa 307 data yang telah diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut.

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh dominasi wanita sebesar 75.9%. Berdasarkan usia, responden didominasi oleh usia 22 – 26 tahun sebesar 46.3%. Selain itu, kebanyakan responden telah menempuh pendidikan S1 yaitu sebesar 45.6%. Adapun responden pelajar/mahasiswa mendominasi pada kategori pekerjaan yaitu sebesar 41.7%.

Tabel 2. Demografi Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Pria	74	24.1%
Wanita	233	75.9%
Total	307	100%
Usia		
< 17 Tahun	11	3.6%
17 - 21 Tahun	124	40.4%
22 - 26 Tahun	142	46.3%
27 - 31 Tahun	22	7.2%
> 31 Tahun	8	2.6%
Total	307	100%
Pendidikan Terakhir		
SMA/SMK	139	45.3%
D3	20	6.5%
D4/S1	140	45.6%
S2	7	2.3%
S3	1	0.3%
Total	307	100.0
Pekerjaan		
Belum/Tidak Bekerja	28	9.1%
Pelajar/Mahasiswa	128	41.7%
Pegawai Negeri Sipil	10	3.3%
Karyawan BUMN	3	1.0%
Karyawan Swasta	119	38.8%
Wiraswasta	11	3.6%
Lain-lain	8	2.6%

Total	307	100%
-------	-----	------

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Peneliti, 2022)

Analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dilakukan dalam penelitian ini agar tujuan penelitian tercapai. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Variabel Independen	β	T Hitung	T Tabel	Hipotesis
X1	0,280	7,019	1,9679	H1 diterima
X2	0,300	6,433	1,9679	H2 diterima
X3	0,131	3,960	1,9679	H3 diterima
X4	0,030	0,798	1,9679	H4 ditolak
Y	Niat Menggunakan Shopeepay			
Konstanta	0,516			
Std. Error	0,826			
Adj. R Square	0,525			

(Sumber: Hasil Olahan SPSS Peneliti, 2022)

Berdasarkan tabel diatas, maka model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,516 + 0,280X_1 + 0,300X_2 + 0,131X_3 + 0,030X_4$$

Nilai konsisten niat menggunakan ShopeePay adalah sebesar 0,516 jika ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi bernilai 0 atau tidak ada. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi memiliki nilai koefisien regresi positif yang masing-masing sebesar 0,280, 0,300, 0,131, dan 0,030. Oleh karena itu, niat menggunakan ShopeePay akan bertambah berbeda-beda setiap penambahan nilai pada masing-masing variabel independen sesuai nilai koefisien regresi yang didapat.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja memiliki nilai t hitung sebesar 7,019. Dibandingkan dengan nilai t hitung variabel lainnya, ekspektasi kinerja

memiliki nilai terbesar. Hal tersebut menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh terbesar terhadap niat menggunakan ShopeePay. Pelajar/mahasiswa dan karyawan mendominasi responden dalam penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa ShopeePay dipercaya dapat meningkatkan produktivitas terutama dalam kegiatan akademik dan profesional. Hasil uji hipotesis tersebut juga searah dengan hasil penelitian Puasa [17], Tang et al. [26], Anugrah & Ompusunggu [10].

Pada variabel ekspektasi usaha, nilai t hitung yang didapatkan adalah sebesar 6,433. Artinya, ekspektasi usaha merupakan variabel kedua yang paling berpengaruh terhadap niat menggunakan ShopeePay setelah variabel ekspektasi kinerja. Tang et al. [26] dalam penelitiannya mengemukakan bahwa secara tidak mengherankan, pengguna mulai menggunakan *m-payment* karena harapan kinerjanya tinggi, harapan upaya, kenyamanan, dan fakta bahwa penyedia layanan adalah entitas terpercaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin mudah ShopeePay digunakan, maka semakin tinggi pula niat seseorang untuk menggunakan ShopeePay terutama bagi wanita karena mendominasi responden penelitian ini. Wanita lebih memilih menggunakan Shopee karena produk-produk wanita seperti kosmetik hingga peralatan rumah tangga berdasarkan survei yang dilakukan Pusat Data dan Analisa Tempo [27].

Hasil uji hipotesis variabel pengaruh sosial menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,960. Artinya, pengaruh sosial merupakan variabel ketiga yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay setelah ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha. Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat menggunakan ShopeePay terutama bagi wanita yang mendominasi responden dalam penelitian ini. Wanita mudah terpengaruh dan mudah dibujuk untuk diubah keyakinannya [30]. Oleh karena itu, ketika wanita mendapatkan dukungan sosial untuk menggunakan ShopeePay, maka niatnya untuk menggunakan ShopeePay akan meningkat. Hasil uji hipotesis tersebut mendukung hasil penelitian Anugrah & Ompusunggu [10], Al-Okaily et al. [28] dan Junadi & Sfenrianto [29].

Hasil uji hipotesis variabel kondisi yang memfasilitasi menunjukkan nilai t hitung $0,798 < 1,9679$ sehingga kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay. Berdasarkan kategorisasi usia, responden penelitian ini didominasi oleh Gen Z. Generasi Z didefinisikan sebagai generasi kerja terbaru, yang lahir antara tahun 1995 sampai 2012 atau disebut juga sebagai generasi net atau generasi internet [34]. Oleh karena itu, dengan fasilitas internet yang memadai dan sudah menjadi kebutuhan, maka kondisi tersebut tidak lagi menjadi sesuatu yang sangat berpengaruh dalam niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Venkatesh et al. [18], Dong [31], Lubis & Filda [32], Shan et al. [15], dan Yang et al. [33]. Ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha sudah mewakili kondisi yang memfasilitasi sehingga pengaruh kondisi yang memfasilitasi menjadi tidak signifikan [18].

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai penerapan UTAUT terhadap niat menggunakan ShopeePay, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay. Artinya, ShopeePay harus dapat mempertahankan kemudahan-kemudahan yang dapat membantu seseorang dalam melakukan kegiatan/pekerjaannya. Selain itu, ShopeePay juga dapat melakukan pengembangan aplikasi dengan menambahkan fitur-fitur yang dapat meningkatkan produktivitas seseorang ketika memakai ShopeePay terutama bagi pelajar/mahasiswa dan karyawan.
2. Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat menggunakan ShopeePay terutama bagi pengguna wanita. Shopee dapat membuat strategi yang dapat menarik kaum pria untuk menggunakan Shopee dan bertransaksi menggunakan ShopeePay untuk memperluas pasar sehingga lebih banyak pria yang berminat untuk menggunakan ShopeePay.
3. Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay. Dengan mengembangkan aplikasi berdasarkan hasil dari variabel ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha, maka semakin banyak masyarakat yang berminat untuk menggunakan ShopeePay. Dengan begitu, semakin banyak juga masyarakat yang terpengaruh minatnya untuk menggunakan ShopeePay.
4. Kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan ShopeePay. Gen Z yang mendominasi responden penelitian ini generasi yang tidak lepas dari internet dan teknologi sehingga hal tersebut tidak lagi berpengaruh dalam meningkatkan niat untuk menggunakan ShopeePay.
5. Nilai *Adjusted R Square* yang didapat dalam penelitian ini adalah sebesar 0,525 atau 52,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi dapat menjelaskan niat menggunakan ShopeePay sebesar 52,5% sedangkan sisanya, 47,5% adalah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Oleh karena itu, model teori lain dengan variabel berbeda dapat diterapkan untuk mengetahui niat menggunakan ShopeePay dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Novitasari and R. Fitriyanti, "Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan e-money," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, vol. 3, no. 2, Apr. 2016, [Online]. Available: <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2250>
- [2] S. Priambodo and B. Prabawani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 127–135, 2016, doi: 10.2/JQUERY.MIN.JS.
- [3] M. F. Wiradimaja and B. Rikumahu, "The Effect of Risk Factors and Trust Factors on Adoption of Electronic Wallet using Tam Models (Case Study: E-Wallet OVO in Bandung)," *e-Proceeding of Management*, vol. 6, no. 2, pp. 2457–2465, 2019.
- [4] N. Singh, N. Sinha, and F. J. Liébana-Cabanillas, "Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence," *International Journal of Information Management*, vol. 50, pp. 191–205, Feb. 2020, doi: 10.1016/J.IJINFOMGT.2019.05.022.
- [5] "Transaksi Uang Elektronik." <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi->

- keuangan/ssp/uang-elektronik-transaksi.aspx (accessed Feb. 10, 2022).
- [6] R. I. Aditya Nicholas Ryan, "Sri Mulyani: Sebagian Aktivitas Ekonomi Terhenti karena Pandemi, Perekonomian Indonesia Rugi Rp 1,356 Triliun," 2021. <https://nasional.kompas.com/read/2021/05/20/14041931/sri-mulyani-sebagian-aktivitas-ekonomi-terhenti-karena-pandemi-perekonomian?page=all> (accessed Feb. 08, 2022).
- [7] Sofuroh Faidah Umu, "ShopeePay Jadi e-Wallet dengan Perkembangan Terpesat Selama Pandemi," 2020. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5126471/shopeepay-jadi-e-wallet-dengan-perkembangan-terpesat-selama-pandemi> (accessed Feb. 08, 2022).
- [8] A. P. Burhan Fahmi Ahmad, "Riset Awal 2021: Dompot Digital ShopeePay Kalahkan GoPay dan OVO." <https://katadata.co.id/pingitara/digital/603e0bea85b36/riset-awal-2021-dompot-digital-shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo> (accessed Feb. 19, 2022).
- [9] C. B. Intarot Pharot, "Influencing Factor in E-Wallet Acceptant and Use," *International Journal of Business and Administrative Studies*, vol. 4, no. 4, Aug. 2018, doi: 10.20469/ijbas.4.10004-4.
- [10] H. O. Anugrah Meilindah Dwi, "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model UTAUT," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, vol. 18, no. 1, pp. 47–56, 2021.
- [11] S. Chresentia and Y. Suharto, "Assessing Consumer Adoption Model on E-Wallet: An Extended UTAUT2 Approach," *International Journal of Economics, Business and Management Research*, vol. 4, no. 06, pp. 232–244, 2020.
- [12] K. Leong and A. Sung, "FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way?," *International Journal of Innovation, Management and Technology*, vol. 9, no. 2, pp. 74–78, 2018, doi: 10.18178/ijimt.2018.9.2.791.
- [13] D. W. Arner, J. N. Barberis, and R. P. Buckley, "The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?," *SSRN Electronic Journal*, Oct. 2015, doi: 10.2139/SSRN.2676553.
- [14] F. Ardela, "Sudah Resmi! Pahami Klasifikasi Fintech Menurut Bank Indonesia," Oct. 17, 2017. https://www.finansialku.com/klasifikasi-fintech-menurut-bank-indonesia/#1_Crowdfunding_dan_Peer_t
- o_Peer_P2P_Lending (accessed Feb. 15, 2022).
- [15] Shan Cha Pei, Jia Zhi Cheng, Yar Cheu Zhen, Keen Fan Mun, "The Determinants of Behavioural Intention to Adopt E-wallet Among the Youth in UTAR," *Kampar*, 2021.
- [16] "PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR 18/40/PBI/2016," 2016. Accessed: Feb. 15, 2022. [Online]. Available: https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx
- [17] S. Puasa, T. Jiale, H. Muchlis Gazali, and N. Ayub, "Consumers' Behavioural Intention to Use E-Wallet During The Pandemic of Covid-19: Applying The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)," *Labuan Bulletin of International Business & Finance*, vol. 19, no. 2, pp. 64–78, 2021.
- [18] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User acceptance of information technology: Toward a unified view," *MIS Quarterly: Management Information Systems*, vol. 27, no. 3, pp. 425–478, 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [19] V. Venkatesh and F. D. Davis, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, vol. 46, no. 2, pp. 186–204, Feb. 2000, doi: 10.1287/mnsc.46.2.186.11926.
- [20] M. Fishbein and I. Ajzen, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley, 1975.
- [21] S. Mardiana, J. H. Tjakraatmadja, and A. Aprianingsih, "Validating the Conceptual Model for Predicting Intention to Use as Part of Information System Success Model: The Case of an Indonesian Government Agency," *Procedia Computer Science*, vol. 72, pp. 353–360, 2015, doi: 10.1016/j.procs.2015.12.150.
- [22] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [23] N. Sudjana, *CBSA Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Press, 1997.
- [24] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [25] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [26] K. L. Tang, N. C. Aik, and W. L. Choong, "A modified utaut in the context of m-payment usage intention in malaysia," *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, vol. 5, no. 1, pp. 40–59, Jan. 2021, doi: 10.47263/JASEM.5(1)05.
- [27] T. R. Pebrianto Fajar, "Survei PDAT Tempo: Perempuan Pilih Shopee, Pria

- Pilih Tokopedia,” 2019. <https://bisnis.tempo.co/read/1285231/survei-pdat-tempo-perempuan-pilih-shopee-pria-pilih-tokopedia> (accessed Jun. 01, 2022).
- [28] M. Al-Okaily, A. Lutfi, A. Alsaad, A. Taamneh, and A. Alsyuf, “The Determinants of Digital Payment Systems’ Acceptance under Cultural Orientation Differences: The Case of Uncertainty Avoidance,” *Technology in Society*, vol. 63, p. 101367, Nov. 2020, doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101367.
- [29] Junadi and Sfenrianto, “A Model of Factors Influencing Consumer’s Intention To Use E-payment System in Indonesia,” *Procedia Computer Science*, vol. 59, pp. 214–220, 2015, doi: 10.1016/j.procs.2015.07.557.
- [30] Nuhayati Eti, *Psikologi Perempuan dalam Berbagai Perspektif*, 2nd ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018.
- [31] Dong Xiaomeng, “Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, and Relative Advantage Affecting The Chinese Customers’ Decision to Use Mobile Payment in Bangkok,” Thesis, Bangkok University, Bangkok, 2019.
- [32] M. F. T. Lubis and F. Rahmiati, “User Acceptance of Online Travel Agents Agent for Millenials and Gen Z,” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, vol. 3, no. 2, p. 375, Oct. 2019, doi: 10.24912/jmie.v3i2.7347.
- [33] M. Yang, A. al Mamun, M. Mohiuddin, N. C. Nawi, and N. R. Zainol, “Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets,” *Sustainability (Switzerland)*, vol. 13, no. 2, pp. 1–18, Jan. 2021, doi: 10.3390/su13020831.
- [34] S. J. Stillman David, *Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. HarperCollins, 2017.