

Faktor Pengaruh Penggunaan Teknologi terhadap Niat dan Perilaku pada Penggunaan DANA

Nabila Raihan Kandi¹, Hanny Hafiar^{2*}, Priyo Subekti³

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Bandung
Email: nabilarkk@gmail.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Bandung*
Email: hanny.hafiar@unpad.ac.id

³Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Bandung
Email: priyo.subekti@unpad.ac.id

Masuk tanggal : 10-10-2023, revisi tanggal : 15-11-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 13-01-2024

Abstract

The development of technology today has encouraged various digital transactions to conduct cashless and cardless transactions. Therefore, the term digital wallet emerged. Digital wallets have allowed users to store money and then make transactions with partners. Many companies have created digital wallets, one of which is DANA. Despite the rapid development of the DANA digital wallet application since 2018, users still report various types of complaints when using the DANA application. This has made DANA get more than 600,000 one-star reviews with 4.1 stars in the Google Play application. Through this background, the research wants to analyze the influence of technology use factors on the intention and behavior of using the DANA digital wallet based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) theoretical model initiated by Venkatesh. The sample studied amounted to 276 DANA users from various cities in Indonesia and was taken using convenience sampling technique. Based on the research conducted, it was found that the seven Factors of Technology Use (FPT) consisting of Performance Expectations (PE), Effort Expectations (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV), and Habit (H) simultaneously had a positive and significant effect on each variable of Behavioral Intention (BI) and Usage Behavior (UB).

Keywords: e-wallet, technology use, use behavior, UTAUT2

Abstrak

Berkembangnya teknologi saat ini telah mendorong berbagai transaksi digital untuk melakukan transaksi non-tunai maupun non-kartu. Oleh karena itu, muncul istilah dompet digital. Dompet digital telah memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang kemudian dapat melakukan transaksi pada rekanan. Banyak Perusahaan yang menciptakan dompet digital, salah satunya adalah DANA. Di samping pesatnya perkembangan aplikasi dompet digital DANA sejak 2018, pengguna masih melaporkan berbagai jenis keluhan saat menggunakan aplikasi DANA. Hal ini membuat DANA mendapatkan lebih dari 600.000 ulasan berbintang satu dengan bintang 4,1 di aplikasi Google Play. Melalui latar belakang ini, penelitian hendak menganalisis pengaruh faktor-faktor penggunaan teknologi terhadap niat dan perilaku penggunaan dompet digital DANA berdasarkan model teoretis *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang digagas oleh Venkatesh. Sampel yang diteliti berjumlah 276 orang pengguna DANA dari berbagai kota di Indonesia dan diambil menggunakan teknik *convenience sampling*. Data dianalisis dengan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa ketujuh Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) yang terdiri dari

Ekspektasi Kinerja (PE), Ekspektasi Usaha (EE), Pengaruh Sosial (SI), Kondisi yang Memfasilitasi (FC), Motivasi Hedonis (HM), Nilai Harga (PV), dan Kebiasaan (H) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap masing-masing variabel Niat Berperilaku (BI) dan Perilaku Penggunaan (UB).

Kata kunci: *e-wallet*, penggunaan teknologi, perilaku pengguna, UTAUT2

1. Pendahuluan

Salah satu dari sekian banyak perusahaan yang menggunakan teknologi sebagai basis operasinya adalah Dompot Digital Indonesia atau biasa dikenal dengan DANA, yang didirikan oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) pada tahun 2018. DANA merupakan salah satu layanan e-wallet yang beroperasi di Indonesia dengan empat lisensi di bawah Bank Indonesia, yaitu uang elektronik, e-wallet, pengiriman uang, dan Likuiditas Keuangan Digital (LKD). Sejak diluncurkan, DANA mengalami pertumbuhan jumlah pengguna yang pesat. Lembaga survei Populix mencatat bahwa pada tahun 2022, DANA telah menjadi e-wallet kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah GoPay yang diluncurkan lebih dulu pada tahun 2016. Praktis dan terintegrasinya DANA dengan aplikasi e-commerce, penggunaan yang mudah, dan *cashback* menjadi alasan terbesar pengguna menggunakan aplikasi DANA sebagai e-wallet. Namun, terlepas dari pesatnya perkembangan aplikasi e-wallet ini, para pengguna masih melaporkan berbagai macam keluhan ketika menggunakan aplikasi DANA, seperti masalah sistem setelah aplikasi di update, kegagalan registrasi, *log in*, dan transaksi, *customer service* yang buruk, dan saldo yang hilang atau tidak terkirim.

Survei yang dilakukan oleh peneliti pada Maret 2023 menunjukkan bahwa hanya 30,2% pengguna DANA yang berencana untuk terus menggunakan DANA di masa depan dan 73,6% merasa ada pilihan e-wallet lain yang lebih baik dari DANA (Isrososiawan et al., 2023). Muncul e-wallet yang lain lebih mudah dan efisien untuk digunakan; biaya admin yang semakin meningkat; seringnya mengalami kesulitan transaksi seperti gagal transaksi dan saldo hilang, serta desain aplikasi yang kurang nyaman mendorong pengguna untuk beralih dari DANA ke dompet digital lain. Banyaknya ketidaknyamanan yang dirasakan oleh pengguna, DANA mendapatkan lebih dari 600.000 ulasan bintang satu per Juni 2023 dengan 4,1 bintang di aplikasi Google Play. Oleh karena itu, penting bagi Public Relations untuk memahami bagaimana penerimaan pengguna terhadap layanan yang ditawarkan DANA, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model yang digunakan secara luas untuk menilai adopsi dan penggunaan teknologi oleh pengguna. Pada awal perkembangannya, UTAUT dimaksudkan untuk menggambarkan dan meramalkan penggunaan teknologi dalam konteks organisasi. Venkatesh et al. mengusulkan perluasan model UTAUT yang disebut UTAUT2. UTAUT2 dirancang untuk mewakili kerangka kerja yang lebih komprehensif untuk mempelajari penerimaan teknologi dengan ketepatan yang lebih besar dalam menjelaskan perilaku pengguna. Lebih komprehensif dari model sebelumnya, UTAUT mengusulkan bahwa niat perilaku dan perilaku penggunaan individu terhadap teknologi didukung oleh 7 konstruk, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Setiap

interaksi yang dilakukan organisasi dengan publik dapat mempengaruhi citra dan juga kesediaan publik untuk melakukan hal-hal tertentu terhadap produk atau jasa perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menciptakan struktur komunikasi pemasaran yang menjawab kebutuhan mereka, termasuk hubungan masyarakat di dalamnya. Hubungan masyarakat (humas) dapat digambarkan sebagai upaya yang disengaja dan berkelanjutan yang bertujuan untuk membina hubungan yang positif dan menumbuhkan rasa saling pengertian antara organisasi dengan khalayak sarannya (Reddi, 2019).

Seiring dengan perkembangan zaman, begitu pula dengan pendekatan yang dilakukan PR dalam menjalankan fungsinya. Perkembangan teknologi, khususnya, telah mempengaruhi perkembangan praktik PR. Menurut Soylu (2018), segala aktivitas PR yang dilakukan di platform digital dapat dikategorikan sebagai PR digital. Namun, terlepas dari luasnya aspek yang dicakup oleh konsep media digital, peran PR dalam hal ini seringkali masih terbatas pada penyiaran informasi terkait layanan atau update layanan dari organisasi kepada para pemangku kepentingan melalui media sosial dan internet, khususnya dalam hal penyiaran siaran pers dan media relations. Padahal, pemanfaatan media digital secara maksimal terbukti menunjukkan hubungan yang positif dengan persepsi publik terhadap organisasi, khususnya konsumen.

Pesatnya kemajuan teknologi juga mengakibatkan terbentuknya karakteristik konsumen baru yang berdaya, memiliki kontrol atas media, konten, dan proses komunikasi online yang interaktif. Tantangan ini kemudian memperkenalkan kita pada konsep marketing public relations, yaitu sebuah program atau kampanye yang bertujuan untuk menyebarkan kesadaran dan

informasi publik secara menyeluruh dan menyeluruh yang ditujukan kepada produk atau jasa perusahaan. Agar dapat menghasilkan dampak positif yang diinginkan, teknologi harus dapat diterima dan digunakan dengan baik oleh penggunanya (Venkatesh et al., 2003).

Salah satu topik yang paling lama dan paling banyak diteliti adalah penerimaan individu terhadap teknologi. Agar teknologi dapat memberikan dampak yang diharapkan, seperti peningkatan produktivitas atau performa kerja, seseorang harus terlebih dahulu dapat menggunakannya. (Venkatesh et al., 2016). Perlunya perspektif yang kohesif tentang gagasan adopsi teknologi telah mendorong Venkatesh et al (2003) untuk membuat model teoritis yang lebih komprehensif, yang kemudian dikenal sebagai Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Venkatesh dkk. (2012) kemudian mengembangkan teori ini agar dapat diterapkan dalam konteks konsumen, setelah sebelumnya berfokus pada konteks organisasi, yang disebut sebagai UTAUT2.

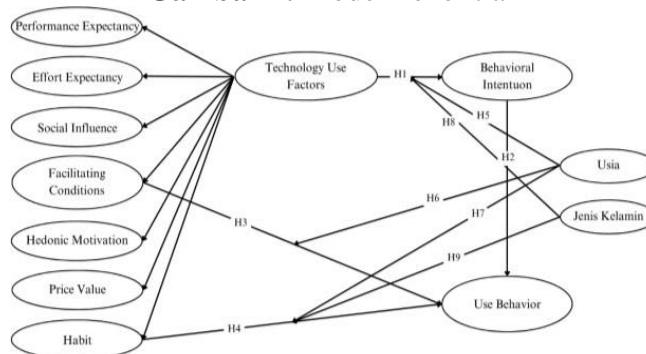
Menurut UTAUT2, ada tiga faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi niat perilaku seseorang, terutama kemauan mereka untuk menggunakan teknologi. Faktor-faktor ini meliputi ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial. Sebaliknya, perilaku penggunaan teknologi yang sebenarnya oleh individu ditentukan oleh kondisi yang memfasilitasi dan faktor-faktor lain yang terkait dengan niat perilaku mereka, seperti yang dinyatakan oleh Venkatesh dkk.. Faktor ekspektasi kinerja dapat digambarkan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem atau teknologi tertentu akan mengarah pada peningkatan kinerja mereka secara keseluruhan.

Menurut UTAUT2, ada tiga faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi niat perilaku seseorang, terutama kemauan mereka untuk

menggunakan teknologi. Faktor-faktor ini meliputi ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial. Sebaliknya, perilaku penggunaan teknologi yang sebenarnya oleh individu ditentukan oleh kondisi yang memfasilitasi dan faktor-faktor lain yang terkait dengan niat perilaku mereka, seperti yang dinyatakan oleh Venkatesh dkk. Kemudian, ada tiga faktor baru yang ditambahkan ke dalam model yang diusulkan, yaitu motivasi hedonis, yang ditandai dengan kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi; nilai harga, yang menunjukkan pengeluaran uang yang ditanggung oleh konsumen ketika menggunakan suatu teknologi; dan kebiasaan, yang didefinisikan sebagai perilaku otomatis yang dilakukan oleh seseorang karena pembelajaran, terutama ketika menggunakan suatu teknologi.

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui pengaruh ketujuh faktor penggunaan teknologi terhadap niat dan perilaku pengguna dompet elektronik DANA. Berdasarkan model teoritis yang ditawarkan, penelitian ini mengajukan beberapa hipotesis, yaitu sebagai berikut: (H1) Terdapat pengaruh yang ditimbulkan oleh Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) terhadap Niat Perilaku (BI) pengguna *e-wallet* DANA, (H2) Terdapat pengaruh yang ditimbulkan oleh Niat Perilaku (BI) terhadap Perilaku Penggunaan (UB) *e-wallet* DANA, (H3) Terdapat pengaruh yang disebabkan oleh *Facilitating Conditions* (FC) terhadap *Use Behavior* (UB) pengguna *e-wallet* DANA, (H4) Terdapat pengaruh yang disebabkan oleh *Habit* (H) terhadap *Use Behavior* (UB) pengguna *e-wallet* DANA, (H5) Usia memoderasi pengaruh yang disebabkan oleh Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) terhadap *Behavioral Intention* (BI) pengguna *e-wallet* DANA, (H6) Usia memoderasi pengaruh yang ditimbulkan oleh *Facilitating Conditions* (FC) terhadap *Use Behavior* (UB) dompet elektronik DANA, (H7) Usia memoderasi pengaruh yang ditimbulkan oleh *Habit* (H) terhadap *Use Behavior* (UB) dompet elektronik DANA, (H8) Gender memoderasi pengaruh yang ditimbulkan oleh Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) terhadap *Behavioral Intention* (BI) pengguna dompet elektronik DANA, (H9) *Gender* memoderasi pengaruh yang ditimbulkan oleh *Kebiasaan* (H) terhadap *Perilaku Penggunaan* (UB) DANA.

Gambar 1. Model Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Penelitian ini akan membahas pengaruh faktor penggunaan teknologi terhadap niat dan perilaku penggunaan *e-wallet* DANA berdasarkan model teoritis *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2 yang dikembangkan oleh *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2 oleh Venkatesh et al. dan menambahkan integrasi fungsi *Public Relations* di dalamnya. Melalui penelitian ini, peneliti berharap dengan menggunakan model

UTAUT 2, Public relations dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku konsumen dalam menggunakan teknologi dengan lebih baik.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan paradigma positivistik, dan menggunakan metode kuantitatif (Hafiar et al., 2022) dan pendekatan eksplanatori. Sementara itu, target populasi tersebar di berbagai generasi, yaitu generasi Z (kelahiran 1997-2012), generasi Y atau milenial (kelahiran 1981- 1996), dan X (kelahiran 1965-1980) (Dimock, 2019). Pengelompokan ini juga didasarkan pada data Jakpat (2022) yang menunjukkan penggunaan dompet elektronik tertinggi pada rentang usia tersebut. Aplikasi G*Power digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimum, dengan mempertimbangkan probabilitas kesalahan data α sebesar 0,05, power ($1-\beta$ probabilitas kesalahan) sebesar 0,80, dan jumlah prediktor sebanyak 8 serta *effect size* f^2 yang mengacu pada Salimon et al. (2023) yaitu 0,15. Dengan mempertimbangkan parameter tersebut, maka sampel minimum yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah 109 orang. Karena peneliti tidak memiliki akses terhadap kerangka sampel yang dibutuhkan, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas tipe *convenience*.

Analisis parametrik *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan untuk pengolahan data. Pendekatan ini memungkinkan para peneliti untuk memeriksa variasi variabel dependen, memberikan pemahaman holistik dari keseluruhan model (Hair et al., 2017). Penelitian ini juga menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan model alternatif dari SEM berbasis varian. PLS memungkinkan peneliti untuk menguji sampel yang cukup besar dengan dasar teori yang lemah dalam hubungan antar variabel, maupun sampel yang kecil dengan hubungan antar variabel yang kompleks (Hair et al., 2017). Aplikasi yang digunakan untuk menguji hasil penelitian ini adalah Smart PLS 3.

Evaluasi yang dilakukan dalam PLS dibagi menjadi 2 bagian yaitu evaluasi *outer model* (model pengukuran) yang terdiri dari validitas konvergen dengan nilai *Average Variance Extracted*, reliabilitas konsistensi internal dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, validitas diskriminan dengan nilai *cross loading*, *Fornell-Larcker criterion* dan nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) dan reliabilitas indikator dengan nilai *outer loading* serta evaluasi *inner model* (model struktural) yang terdiri dari nilai koefisien determinasi (R^2), *effect size* (f^2), *cross-validated redundancy* (Q^2), *path coefficients*. Selain itu, Model Fit juga dievaluasi dengan melihat keselarasan antara matriks kovarians model dengan matriks kovarians sampel, dengan SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) yang digunakan sebagai pengukuran untuk penilaian ini. (Hair et al., 2017).

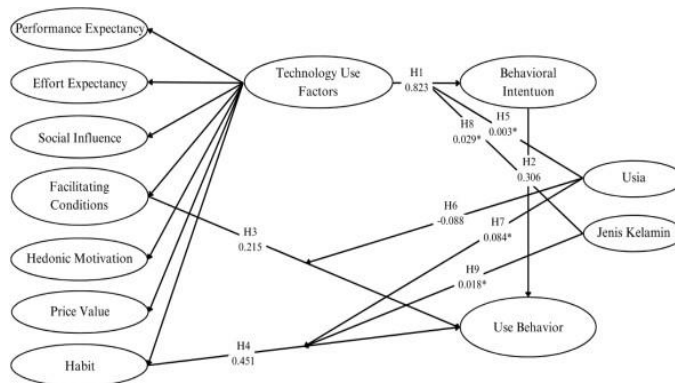
3. Hasil Temuan dan Diskusi

Riset ini dilakukan terhadap 276 pengguna e-wallet DANA yang tersebar di beberapa lokasi di Indonesia. Sebanyak 79% responden berjenis kelamin perempuan dan 21% berjenis kelamin laki-laki. Sementara itu, generasi Z mendominasi total responden dengan persentase 81,2%, diikuti oleh generasi milenial 15,2%, dan X 3,6%. Evaluasi model pengukuran bertujuan untuk menilai hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Untuk hasil yang memuaskan, nilai AVE harus melebihi 0.50, yang berarti bahwa variabel laten menjelaskan setidaknya setengah

dari varians indikator. Nilai CR yang baik harus di atas 0,70 atau melebihi nilai batas validitas konvergen, yang mengindikasikan jumlah variabilitas dalam suatu indikator yang dapat diatribusikan pada konstruk yang sesuai. Ambang batas Cronbach's Alpha yang diterima secara umum adalah 0,70, atau setidaknya 70% dari varians dalam sebuah indikator dapat diatribusikan pada variabel latennya (Hair et al., 2017). Berdasarkan evaluasi tersebut, diketahui bahwa ke-26 indikator memiliki nilai outer loadings, CR, dan Cronbach's Alpha di atas ambang batas minimum, yaitu 0,70. Nilai AVE dari semua variabel berada di atas 0,50. Hal ini mengindikasikan model yang valid dan reliabel serta mampu mengukur konstruk yang diteliti secara akurat dan konsisten.

Selanjutnya, peneliti melakukan evaluasi model struktural (inner model) untuk mengukur semua kecenderungan hipotesis berdasarkan analisis jalur. Dengan kata lain, evaluasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai hubungan antar variabel dalam model penelitian. Pengujian ini terdiri dari beberapa tahap, antara lain pengujian koefisien determinasi (R^2), effect size (f^2), cross-validated redundancy (Q^2), model fit, dan koefisien jalur (β). Hubungan antar variabel beserta nilai R^2 dan koefisien jalur ditunjukkan pada gambar di bawah ini.

Gambar 2. Pengaruh Variabel Independen terhadap Niat Perilaku dan Perilaku Penggunaan



Sumber: Olahan Peneliti, 2023

R^2 mengukur pengaruh konstruk independen terhadap konstruk dependen dengan mengukur jumlah varians dalam konstruk dependen yang dapat diatribusikan pada konstruk independen terkait. Dalam penelitian sosial atau pemasaran, nilai R^2 sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing dikategorikan sebagai besar, sedang, dan lemah (Hair et al., 2017). Nilai R^2 yang diperoleh ditunjukkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. R Square

	R Square	Status
Y UB	0.560	Medium
Z BI	0.668	Medium

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Ukuran efek yang dilambangkan dengan f^2 menggambarkan indikasi proporsi varians dalam konstruk dependen yang paling baik dijelaskan oleh konstruk independen atau variabel independen tertentu. Nilai f^2 yang diterima secara universal adalah 0,02, 0,15, dan 0,35 atau lebih yang secara berurutan menunjukkan efek kecil,

sedang, dan besar (Hair et al., 2017). Nilai f^2 yang diperoleh ditunjukkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2. F Square

	f^2	Status
X FPT→Y UB	0.173	Medium
X FPT→Z BI	1.982	Large
Z BI→Y UB	0.070	Small
FPT*AGE→Z BI	0.000	-
FPT*GENDER→Z BI	0.003	-
FC*AGE→Y UB	0.021	Medium
H*AGE→Y UB	0.001	-
H*GENDER→Y UB	0.001	-

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Sementara itu, nilai di bawah 0,02 dianggap tidak berpengaruh. Q^2 berfungsi untuk mengukur kemampuan model dalam menentukan indikator setiap konstruk dependen berdasarkan informasi yang diperoleh dari konstruk independen. Nilai Q^2 sebesar 0.02, 0.15, dan 0.35 secara berurutan menunjukkan bahwa kemampuan prediksi model lemah, sedang, dan besar (Hair et al., 2017). Nilai Q^2 yang diperoleh ditunjukkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3. Q Square

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$	Status
Y UB	276.000	126.491	0.542	Large
Z BI	828.000	345.831	0.582	Large

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Kecocokan model adalah parameter dalam Smart PLS yang menilai seberapa baik struktur model yang dihipotesiskan cocok dengan data empiris. SRMR sebesar 0 menunjukkan kecocokan yang sempurna. Namun, nilai di bawah 0.10 atau 0.08 dianggap memiliki kecocokan yang baik (Hair et al., 2017). Nilai kecocokan model yang diperoleh ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4. Model Fit SRMR

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.074	0.074

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Sementara itu, *path coefficients* adalah nilai yang mengukur kekuatan dan arah hubungan antar variabel laten. Nilai koefisien jalur berkisar antara -1 hingga +1, dimana nilai koefisien yang mendekati +1 menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan secara statistik. Sebaliknya, nilai koefisien yang mendekati 0 dianggap lemah dan tidak signifikan. (Hair et al., 2017). Semua koefisien jalur yang dihasilkan menunjukkan nilai positif, kecuali pengaruh antara FC dan UB yang dimoderasi oleh variabel usia. Pengaruh yang signifikan hanya ditunjukkan oleh hubungan antar variabel yang tidak dimoderasi oleh usia maupun jenis kelamin, kecuali pengaruh

antara FC dan UB yang dimoderasi oleh variabel usia. Oleh karena itu, H1, H2, H3, H4, dan H6 diterima. Sementara itu, H5, H7, H8, dan H9 ditolak.

Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) mempengaruhi Behavioral Intention (BI) pengguna e-wallet DANA secara positif dan signifikan

Menurut Venkatesh et al. (2012), pemanfaatan teknologi dipengaruhi oleh *Behavioral Intention* (BI) atau niat individu untuk menggunakannya. Niat ini didukung oleh berbagai faktor, antara lain ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Hal ini mengimplikasikan bahwa ketika faktor-faktor yang mendorong penggunaan teknologi seseorang terpenuhi, mereka cenderung mengembangkan niat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Hubungan yang ditunjukkan oleh variabel FPT (X) terhadap BI (Z) memiliki arah yang positif dan signifikan, dengan nilai t hitung sebesar 38,008 dan β 0,823. Nilai t -statistik ini juga merupakan nilai tertinggi dibandingkan dengan nilai t -statistik yang ditunjukkan oleh hipotesis lainnya, sehingga mengindikasikan hubungan yang paling kuat dan signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor penggunaan teknologi secara simultan berperan besar dalam memprediksi niat seseorang untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* DANA. Selain itu, hasil ini juga mengindikasikan bahwa jika faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk menggunakan DANA terpenuhi, maka mereka akan cenderung memilih untuk menggunakan DANA.

Gunawan et al. (2019) juga menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan berpengaruh secara simultan terhadap niat perilaku. Dengan kata lain, faktor-faktor penggunaan teknologi mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi *e-book*.

Behavioral Intention (BI) mempengaruhi Use Behavior (UB) pengguna e-wallet DANA secara positif dan signifikan

Hubungan yang ditunjukkan oleh variabel BI (Z) terhadap UB (Y) memiliki pengaruh positif dan arah yang signifikan dengan nilai t hitung sebesar 3,922 dan β 0,306. Hal ini berarti jika pengguna memiliki niat untuk menggunakan DANA, maka perilaku yang dalam hal ini diukur dengan menggunakan skala frekuensi penggunaan juga akan tinggi. Hasil ini sejalan dengan model teoritis yang dikemukakan oleh Venkatesh et al. (2012) yang menyatakan bahwa variabel *Behavioral Intention* (BI) berpengaruh langsung terhadap variabel *Use Behavior* (UB). Palau-Saumell et al (2019) juga menunjukkan bahwa niat berpengaruh terhadap perilaku pengguna aplikasi mobile restoran MARSR di Spanyol. Thu Nguyen et al. (2018) dalam penelitian mereka tentang adopsi layanan perbankan digital di Vietnam, juga menegaskan dampak positif dan signifikan dari niat terhadap perilaku penggunaan, dengan demikian menyoroti pengaruh niat terhadap pola penggunaan aktual.

Temuan ini menjelaskan hasil pra-penelitian peneliti yang menunjukkan bahwa sebanyak 69,8% pengguna DANA yang menjadi responden tidak berniat untuk terus menggunakan DANA di masa depan. Sejalan dengan data tersebut, rata-rata responden juga menunjukkan kecenderungan untuk tidak sering menggunakan DANA, dengan 35,8% menyatakan jarang dan 17% kadang-kadang menggunakan DANA.

Facilitating Conditions (FC) mempengaruhi Use Behavior (UB) pengguna e-wallet DANA secara positif dan signifikan

Venkatesh et al. (2012) menyatakan bahwa variabel *Facilitating Conditions* (FC) mempengaruhi *Use Behavior* (UB) secara langsung. Dengan kata lain, jika pengguna merasa memiliki fasilitas yang mendukung mereka dalam menggunakan aplikasi DANA, maka mereka akan lebih banyak menggunakan DANA dibandingkan ketika mereka tidak memiliki fasilitas tersebut. Fasilitas dalam hal ini dapat berupa perangkat, jaringan internet, kuota, atau pengetahuan yang cukup, kecocokan dengan teknologi lain, hingga bantuan dari orang lain ketika mengalami kesulitan.

Berdasarkan hasil pengujian, hubungan yang ditunjukkan oleh variabel FC terhadap UB memiliki arah yang positif dan signifikan dengan t statistik sebesar 5,073 dan β 0,215. Dengan kata lain, kondisi yang memfasilitasi berperan penting dalam membentuk perilaku penggunaan e-wallet DANA, yang dalam hal ini diukur dengan indikator frekuensi penggunaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Chang et al.(2014), yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari variabel FC terhadap UB, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,191. Ain et al. (2016) juga mengindikasikan bahwa kondisi yang memudahkan akan mendorong pengguna untuk lebih banyak menggunakan teknologi sistem manajemen pembelajaran di Malaysia.

Selain itu, temuan ini juga menjelaskan pra-riset peneliti yang menunjukkan bahwa beberapa keluhan yang paling banyak dituliskan oleh pengguna pada kolom review aplikasi e-wallet DANA merujuk pada fasilitas yang kurang mendukung dalam penggunaan, seperti kegagalan dalam melakukan registrasi, login, transaksi, dan saldo yang hilang atau tidak terkirim, serta customer service yang kurang baik. Rata-rata responden juga menunjukkan kecenderungan tidak sering menggunakan DANA, dengan 35,8% menyatakan jarang dan 17% kadang-kadang menggunakan DANA. Hal ini berarti perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dengan fasilitas yang mendukung pengguna untuk menggunakan aplikasi e-wallet DANA secara terus menerus. Hal ini berkaitan dengan peran praktisi PR dalam ruang lingkup digital marketing PR, yaitu mencapai tujuan pemasaran, terutama menangani masalah publik yang timbul dari suatu produk dan menciptakan citra perusahaan yang mencerminkan produk atau jasanya secara baik (Kotler et al., 2017). *Habit (H)* mempengaruhi *Use Behavior (UB)* pengguna e-wallet DANA secara positif dan signifikan.

Venkatesh et al. (2012) menyatakan bahwa faktor kebiasaan mampu mempengaruhi variabel perilaku penggunaan teknologi secara langsung tanpa adanya variabel mediasi. Penelitian yang dilakukan oleh Raihan & Rachmawati (2019) terhadap penggunaan aplikasi dompet elektronik DANA di Indonesia juga menunjukkan bahwa kebiasaan merupakan faktor yang

paling berpengaruh dan signifikan dalam menentukan niat untuk menggunakan DANA secara konsisten. Alalwan et al. (2018) dalam penelitiannya mengenai adopsi internet banking di Yordania juga melaporkan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh paling besar kedua dibandingkan dengan faktor penggunaan teknologi lainnya dalam memprediksi penggunaan internet banking. Hal ini berarti penggunaan internet banking mencapai nilai tertinggi pada kelompok pengguna yang telah terbiasa menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian, hubungan yang ditunjukkan oleh variabel H terhadap UB memiliki arah yang positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan

nilai t statistik di atas 1,96 sebesar 5,797 yang dihasilkan dari hubungan kedua variabel tersebut. Selain nilai t, nilai koefisien jalur yang dihasilkan dari hubungan tersebut berada di angka 0.451. Nilai koefisien jalur yang semakin mendekati +1 mengindikasikan hubungan yang semakin kuat dan searah. Dengan kata lain, jika seseorang menganggap menggunakan DANA sebagai suatu kebiasaan, maka frekuensi penggunaan DANA juga akan meningkat.

Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan frekuensi penggunaan e-wallet DANA, perusahaan harus dapat menciptakan kondisi dimana target konsumen menganggap penggunaan DANA sebagai sebuah kebiasaan. Dalam hal ini, PR dapat berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait lainnya di perusahaan untuk membuat program loyalitas yang memberikan keuntungan bagi pengguna, aktivitas komunikasi pemasaran seperti notifikasi atau pengingat pada email newsletter, atau membuat komunitas atau forum di mana para pengguna dapat berjejaring dan saling membantu satu sama lain dalam hal penggunaan dompet elektronik DANA.

Usia Tidak Memoderasi Pengaruh Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) Terhadap Niat Berperilaku (BI) Pengguna E-Wallet DANA

Dalam penelitian Venkatesh dkk. (2003) menemukan bahwa usia memiliki efek moderasi pada pengaruh faktor penggunaan teknologi terhadap niat. Meskipun demikian, efek moderasi ini ditemukan bervariasi pada setiap variabel yang membentuk faktor penggunaan teknologi. Penelitian ini menemukan bahwa pengaruh variabel FPT terhadap BI yang dimoderasi oleh usia memiliki arah yang positif dengan nilai β sebesar 0,003. Namun, hubungan ini memiliki signifikansi yang kecil karena memiliki nilai t statistik di bawah 1,96 yaitu 0,077. Hal ini berarti variabel usia tidak memoderasi pengaruh antara Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) terhadap Behavioral Intentions (BI) pengguna e-wallet DANA.

Namun, hasil ini juga dapat mengindikasikan bahwa ada variabel lain yang mungkin lebih berpengaruh dalam hubungan antara Faktor Penggunaan Teknologi dan Niat Perilaku pengguna dompet digital DANA, seperti pengalaman yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Kemungkinan lain yang dapat mempengaruhi temuan ini adalah karena homogenitas sampel yang didominasi oleh pengguna generasi Z (81,2%).

Age moderates the influence caused by Facilitating Conditions (FC) on Use Behavior (UB) of DANA e-wallet users negatively and significantly

Pengaruh variabel FC terhadap UB yang dimoderasi oleh usia memiliki arah negatif dengan nilai β sebesar -0,088. Namun, hubungan ini memiliki signifikansi yang besar yang ditunjukkan dengan nilai t statistik di atas 1,96 yaitu sebesar 2,592. Hal ini menunjukkan bahwa variabel usia memoderasi pengaruh antara kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku penggunaan pengguna e-wallet DANA secara negatif. Artinya semakin tinggi usia pengguna, maka kekuatan pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap penggunaan e-wallet DANA semakin menurun.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa seiring bertambahnya usia seseorang, mungkin menjadi faktor lain dan lebih berpengaruh dalam terhadap penggunaan teknologi daripada ketersediaan fasilitas atau bantuan saat menggunakan teknologi, atau dalam hal ini dompet digital DANA. Hal ini mungkin juga disebabkan oleh kesenjangan digital di mana pengguna yang lebih tua memiliki lebih banyak kesulitan dalam mengakses teknologi, sehingga memiliki lebih banyak

kesulitan dalam menggunakan teknologi daripada pengguna yang lebih muda (Hill et al., 2015). Faktor psikologis seperti technophobia dan penerimaan teknologi yang rendah ditemukan sebagai beberapa hambatan yang dihadapi pengguna yang lebih tua dalam hal penggunaan teknologi (Gallistl et al., 2021). Dengan demikian, kondisi yang memfasilitasi mungkin tidak mempengaruhi perilaku pengguna yang lebih tua dalam hal menggunakan teknologi signifikan pada pengguna yang lebih muda.

Usia tidak memoderasi pengaruh yang disebabkan oleh Habit (H) terhadap Use Behavior (UB) pengguna e-wallet DANA

Pengaruh variabel H terhadap UB yang dimoderasi oleh usia memiliki arah positif dengan β sebesar 0,020. Namun, hubungan ini memiliki signifikansi yang kecil dengan nilai t statistik di bawah 1,96 yaitu sebesar 0,293. Hal ini berarti variabel usia tidak memoderasi pengaruh antara Habit

(H) terhadap Use Behavior (UB) pengguna e-wallet DANA.

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antara kebiasaan dan penggunaan cenderung konsisten di semua kelompok usia, yang berarti bahwa ketika kebiasaan diperhitungkan dalam penggunaan teknologi seseorang, baik kelompok usia yang lebih muda maupun yang lebih tua bertindak serupa. Hal ini mungkin disebabkan oleh sifat kebiasaan yang dikembangkan melalui perilaku rutin yang mengarah pada proses otomatis ketika tujuan penggunaan

teknologi telah terpenuhi. (Ray & Seo, 2013). Seo & Ray (2019) menunjukkan bahwa kebiasaan di bidang TI pada awalnya berkembang melalui pertimbangan sadar tentang kelebihan dan kekurangan suatu teknologi sambil menghubungkannya dengan tujuan yang diinginkan pengguna. Setelah melakukan tindakan yang sesuai terhadap teknologi, pengulangan menjadi peran penting karena memicu otomatisasi perilaku tanpa pertimbangan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu, usia tidak akan mempengaruhi penggunaan teknologi seseorang jika sudah terikat oleh kebiasaan.

Hal ini juga mengindikasikan bahwa terdapat variabel lain yang mungkin lebih berpengaruh dalam pengaruh Faktor Penggunaan Teknologi terhadap Niat Perilaku pengguna e-wallet DANA. Kemungkinan lain yang dapat mempengaruhi temuan ini adalah karena homogenitas sampel yang didominasi oleh pengguna generasi Z (81,2%) dibandingkan dengan generasi milenial dan generasi X.

Gender tidak memoderasi pengaruh yang disebabkan oleh Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) terhadap Niat Berperilaku (BI) pengguna e-wallet DANA

Pengaruh variabel FPT yang dimoderasi oleh gender memiliki arah positif dengan β sebesar 0,029. Namun, hubungan ini memiliki signifikansi yang kecil dengan nilai t statistik di bawah 1,96 sebesar 0,60 yang berarti gender tidak memoderasi pengaruh antara Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) terhadap Niat Berperilaku (BI) pengguna dompet elektronik DANA. Hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin cenderung tidak menciptakan perbedaan pengaruh faktor penggunaan teknologi terhadap niat mereka untuk menggunakan e-wallet DANA. Hal ini sejalan dengan laporan tahun 2022 dari *International Telecommunication Union*, yang mengindikasikan adanya kemajuan positif dalam hal paritas gender selama tiga tahun terakhir, dengan skor 0,92 pada tahun 2022, 2% lebih tinggi dibandingkan tahun 2019. Wilayah Asia Pasifik, khususnya, telah menunjukkan kemajuan yang inkremental, namun positif, dalam mencapai kesetaraan gender, yang berarti bahwa peran perempuan dan laki-laki dalam setiap aspek kehidupan perlahan-lahan mencapai titik

keseimbangan, termasuk dalam hal adopsi teknologi.

Namun, temuan ini juga dapat mengindikasikan bahwa ada variabel lain selain gender yang mungkin lebih berpengaruh dalam pengaruh Faktor Penggunaan Teknologi terhadap Niat Berperilaku pengguna dompet elektronik DANA. Kemungkinan lain yang dapat mempengaruhi temuan ini adalah karena homogenitas sampel yang didominasi oleh pengguna perempuan sebanyak 79% dibandingkan laki-laki.

Gender tidak memoderasi pengaruh yang disebabkan oleh Habit (H) terhadap Use Behavior (UB) pengguna e-wallet DANA

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh variabel H terhadap UB yang dimoderasi oleh gender memiliki arah positif dengan nilai β sebesar 0,017. Namun, hubungan ini memiliki signifikansi yang kecil dengan nilai t statistik di bawah 1,96 yaitu sebesar 0,485. Hal ini berarti variabel gender tidak memoderasi pengaruh antara Habit (H) terhadap Use Behavior (UB) pengguna e-wallet DANA. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh yang ditunjukkan habit terhadap penggunaan teknologi cenderung konsisten baik untuk perempuan maupun laki-laki. Hal ini sejalan dengan laporan tahun 2022 dari International Telecommunication Union, yang mengindikasikan adanya kemajuan positif dalam hal kesetaraan gender selama tiga tahun terakhir, dengan skor yang meningkat dari 0.90 pada tahun 2019 menjadi 0.92 pada tahun 2022. Wilayah Asia-Pasifik, khususnya, telah menunjukkan kemajuan yang bertahap, namun positif, dalam mencapai kesetaraan gender (The International Telecommunication Union, 2023), yang berarti bahwa peran perempuan dan laki-laki di setiap aspek kehidupan perlahan-lahan mencapai titik keseimbangan, termasuk dalam hal adopsi teknologi.

Hal ini juga mengindikasikan bahwa terdapat variabel lain yang mungkin lebih berpengaruh dalam pengaruh Faktor Penggunaan Teknologi terhadap Niat Perilaku pengguna e-wallet DANA. Kemungkinan lain yang dapat mempengaruhi temuan ini adalah karena homogenitas sampel yang didominasi oleh pengguna wanita sebanyak 79% dibandingkan pria.

4. Simpulan

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Faktor Penggunaan Teknologi (FPT) mempengaruhi Niat Perilaku (BI) pengguna DANA secara positif dan signifikan, serta memiliki pengaruh yang paling besar jika dibandingkan dengan pengaruh antar variabel lainnya. Variabel *Behavioral Intention* (BI), *Facilitating Conditions* (FC), dan *Habit* (H) juga mempengaruhi *Use Behavior* (UB) secara positif dan signifikan. Sementara itu, usia dan jenis kelamin tidak memoderasi hubungan apapun, kecuali pengaruh *Facilitating Conditions* (FC) terhadap *Use Behavior* (UB) secara negatif dan signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa berbagai faktor yang berkaitan dengan penggunaan teknologi, termasuk ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan, secara signifikan mempengaruhi niat dan perilaku individu dalam menggunakan dompet digital DANA.

Secara teoritis, penelitian ini tidak hanya dapat menjawab persoalan adopsi teknologi dalam lingkup konsumen atau bisnis, tetapi juga dapat menjadi anteseden atau awalan bagi penelitian-penelitian sejenis, khususnya di bidang ilmu komunikasi dan public relations. Selain itu, secara praktis, penelitian ini dapat memberikan

informasi yang dibutuhkan bagi perusahaan dan praktisi untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong publik sasaran berperilaku. Informasi ini kemudian dapat menjadi dasar bagi perusahaan dan praktisi dalam mengambil keputusan strategis di masa mendatang agar dapat menciptakan pelayanan yang terbaik bagi target publik dan stakeholdernya.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, responden, serta semua pihak yang turut membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Ain, N., Kaur, K., & Waheed, M. (2016). The influence of learning value on learning management system use. *Information Development*, 32(5), 1306–1321. <https://doi.org/10.1177/0266666915597546>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2018). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 125–138. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026>
- Chang, W. J. (2014). Market orientation and business-to-business (B2B): a meta-analysis perspective. *International Journal of Services Technology and Management*, 20(1/2/3), 123. <https://doi.org/10.1504/IJSTM.2014.063569>
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. In *Pew Research Center* (Vol. 1, Issue 1). Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Gaitan, J. A., Peral, B. P., & Jeronimo, Maria. A. R. (2015). Elderly and internet banking: An application of UTAUT2. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1), 1–22. https://www.researchgate.net/publication/277924056_Elderly_and_internet_banking_An_application_of_UTAUT2
- Gallistl, V., Rohner, R., Hengl, L., & Kolland, F. (2021). Doing digital exclusion – technology practices of older internet non-users. *Journal of Aging Studies*, 59, 100973. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2021.100973>
- Gunawan, A., Muchardie, B. G., & Liawinardi, K. (2019). Millennial Behavioral Intention To Adopt E-Book Using Utaut2 Model. *2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 98–102. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2019.8843826>
- Hafiar, H., Subekti, P., Setianti, Y., & Amin, K. (2022). Aksesibilitas website dan reputasi online marketplace reksadana. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 197. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.35708>
- Hair, J. F., Hult, G. T., & Ringle, C. M. (2017).). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed., Vol. 1). Sage Publication.
- Hill, R., Betts, L. R., & Gardner, S. E. (2015). Older adults' experiences and perceptions of digital technology: (Dis)empowerment, wellbeing, and inclusion. *Computers in Human Behavior*, 48, 415–423. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.062>

- Indrawati, & Putri, D. A. (2018). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Payment Adoption Using Modified UTAUT 2 Model. *2018 6th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, 167–173. <https://doi.org/10.1109/ICoICT.2018.8528748>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: moving from traditional to digital* (1st ed., Vol. 1). Wiley.
- Nikolopoulou, K., Gialamas, V., & Lavidas, K. (2021). Habit, hedonic motivation, performance expectancy and technological pedagogical knowledge affect teachers' intention to use mobile internet. *Computers and Education Open*, 2, 100041. <https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100041>
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sánchez-García, J., & Robres, E. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1210. <https://doi.org/10.3390/su11041210>
- Raihan, T., & Rachmawati, I. (2019). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention Of E-Wallet Adoption Using Utaut 2 Model (A Case Study Of Dana In Indonesia) . *E-Proceeding of Management*, 1(1), 1–8.
- Ray, S., & Seo, D. (2013). The interplay of conscious and automatic mechanisms in the context of routine use: An integrative and comparative study of contrasting mechanisms. *Information & Management*, 50(7), 523–539. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.07.008>
- Reddi, C. V. N. (2019). *Effective Public Relations and Media Strategy* (1st ed., Vol. 1). PHI Learning Private Limited.
- Salimon, M. G., Kareem, O., Mokhtar, S. S. M., Aliyu, O. A., Bamgbade, J. A., & Adeleke, A. Q. (2023). Malaysian SMEs m-commerce adoption: TAM 3, UTAUT 2 and TOE approach. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(1), 98–126. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-06-2019-0060>
- Seo, D., & Ray, S. (2019). Habit and addiction in the use of social networking sites: Their nature, antecedents, and consequences. *Computers in Human Behavior*, 99, 109–125. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.018>
- Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, Rr. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Sipkd) Dalam Perspektif The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (Utaut 2) Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 15(1), 37. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>
- Trinh, V. D., & Nguyen, H. M. (2018). Model of Relationships Among Marketing Public Relations, Service Quality and Attitude Toward Brand. *ASEAN Marketing Journal*, X(1), 17–30. <http://www.jke.feb.ui.ac.id/index.php/amj/article/view/10626>
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>