

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., dan Williams, M. D. 2016. Consumer Adoption of Mobile banking in Jordan: Examining the Role of Usefulness, Ease of Use, Perceived Risk and Self-efficacy. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 118–139. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2015-0035>
- Alfanzi, L., dan Daulay, M. Y. I. 2021. Factor Affecting the Use of E-money in Millennial Generation: Research Model UTAUT 2. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 109–122. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8212>
- Al-Gahtani, S. S., dan King, M. 1999. Attitudes, Satisfaction and Usage: Factors Contributing to Each in The Acceptance of Information Technology. *Behaviour and Information Technology*, 18(4), 277–297. <https://doi.org/10.1080/014492999119020>
- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anugrah, M. D., dan Ompusunggu, H. 2021. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-money melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 47–56.
- Bandura, A. 1977. Self-efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295x.84.2.191>
- Bandura, A. 1986. *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory* (7th print). Prentice Hall. https://en.wikipedia.org/wiki/Social_Foundations_of_Thought_and_Action
- Bandura, A. 1997. *Self-efficacy: The Exercise of Control (Illustrated)*. W.H. Freeman and Company. [https://en.wikipedia.org/wiki/Self-efficacy_\(book\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Self-efficacy_(book))
- Bank Indonesia. 2019. *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*, (Online), (<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>, diakses 06 Maret 2023)
- Blythe, M., Hassenzahl, M., dan Wright, P. C. 2004. More Funology. *Interactions*, 11(5), 37. <http://dx.doi.org/10.1051/shsconf/20151801009>
- Budiarto, R. 2017. Analisis Faktor Adopsi Aplikasi Mobile Berdasarkan Pengalaman, Usia dan Jenis Kelamin Menggunakan UTAUT 2. *Register: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, 3(2), 114–126. <https://doi.org/10.26594/register.v3i2.830>
- Burhanuddin, C. I., dan Abdi, M. N. 2019. Tingkat Pemahaman dan Minat Masyarakat dalam Penggunaan Fintech. *Riset dan Jurnal Akuntansi*, 3(1), 21–27.

- Butarbutar, N. A., dan Harris, L. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Pembayaran Non Tunai pada Aplikasi Transportasi Online di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 6(2), 1–21.
- Cheema, U., Rizwan, M., Jalal, R., Durrani, F., dan Sohail, N. 2013. The Trend of Online Shopping in 21st Century: Impact of Enjoyment in TAM Model. *Asian Journal of Empirical Research*, 3(2), 131–141. <http://aessweb.com/journal-detail.php?id=5004>
- Chellappa, R. K., dan Pavlou, P. A. 2002. Perceived Information Security, Financial Liability and Consumer Trust in Electronic Commerce Transactions. *Logistics Information Management*, 15(5/6), 358–368. <https://doi.org/10.1108/09576050210447046>
- Chin, L. P., dan Ahmad, Z. A. 2015. Perceived Enjoyment and Malaysian Consumers' Intention to Use A Single Platform E-Payment. *SHS Web of Conferences*, 1–9. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20151801009>
- Compeau, D. R., dan Higgins, C. A. 1995. Computer Self-efficacy: Development of a Measure and Initial Test. *MIS Quarterly*, 19(2), 189–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249688>
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., dan Warshaw, P. R. 1992. Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111–1132. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00945.x>
- Dory, V., Beaulieu, M.-D., Pestiaux, D., Pouchain, D., Gay, B., Rocher, G., dan Boucher, L. 2009. The Development of Self-efficacy Beliefs during General Practice Vocational Training: An Exploratory Study. *Medical Teacher*, 31(1), 39–44. <https://doi.org/10.1080/01421590802144245>
- Endrica, A. Y. V., dan Sari, R. C. 2021. Pengaruh Performance Expectancy, Social influence, Literasi Keuangan Digital dan Computer Self efficacy terhadap Penggunaan E-wallet pada Mahasiswa Akuntansi UNY. *PROFITA: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9(4), 1–16.
- Fauziah, S. A., dan Ashfiasari, S. 2021. Pengaruh Social influence dan Self-efficacy terhadap *Intention* to Use Mobile Payment System pada Pengguna E-wallet. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*, 1(4), 307–331. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Fishbein, M. A., dan Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Giriani, A. P., dan Susanti. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi (JAE)*, 6(2), 27–37. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>

- Ghozali, I. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi 4, Vol. 16)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=kbmklQQAAAAJ&danstart=20&pagesize=80&citation_for_view=kbmklQQAAAAJ:LI9QRySNdTsc
- Ghozali, I. 2009. *Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17 (Vol. 50)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=kbmklQQAAAAJ&citation_for_view=kbmklQQAAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20 (Edisi 6)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=kbmklQQAAAAJ&danstart=300&pagesize=100&citation_for_view=kbmklQQAAAAJ:oMtqKo3K3HAC
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi (Edisi 7)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=kbmklQQAAAAJ&danpagesize=80&citation_for_view=kbmklQQAAAAJ:-vzq6BoH5oUC
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=kbmklQQAAAAJ&danpagesize=80&citation_for_view=kbmklQQAAAAJ:eH23hyXCXa4C
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9, Vol. 105)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=kbmklQQAAAAJ&danpagesize=80&citation_for_view=kbmklQQAAAAJ:XeErXHja3Z8C
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (Eds). 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc. https://www.google.com/books/edition/A_Primer_on_Partial_Least_Squares_Struct/IFiarYXE1PoC?hl=en&gbpv=1&printsec=frontcover
- Halim, F., Augustinah, F., Vidyanata, D., Sherly, dan Sudirman, A. 2022. Determinants of Intention to Use the TikTok Application among Generation Z. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(3), 721–727. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i3.977>
- Hanum, Z. 2021. *Kemenkominfo: 89% Penduduk Indonesia Gunakan Smartphone*, (Online), (<https://mediaindonesia.com/humaniora/389057/kemenkominfo-89-penduduk-indonesia-gunakan-smartphone>, diakses 06 Maret 2023)
- Harsono, Ir. L. Dwi. M., dan Suryana, L. A. 2014. Factors Affecting the Use Behavior of Social Media Using UTAUT 2 Model. *Proceedings of the First*

Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences, 1–14. www.globalbizresearch.org

- Herlambang, R. A. 2020. *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Enjoyment terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO*.
- Imansyah, Pangarepan, S. A., Damar, A., Yosetya, Y. D., dan Setiaatmadja, J. 2020. *Modus Baru Kejahatan Digital Mengintai*, (Online), (<https://nasional.tempo.co/read/1412726/modus-baru-kejahatan-digital-mengintai>, diakses 06 Maret 2023)
- Ipsos Marketing. 2020. *Evolusi Industri Dompot Digital: Strategi Menang Tanpa Bakar Uang*, (Online), (https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_media_conferennce_-_e-wallet_-_id_0.pdf, diakses 06 Maret 2023)
- Jogiyanto, H. M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan (Revisi)*. Penerbit Andi. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=681225>
- Jumardi, J., Pontoh, G., dan Nirwana, N. 2020. *The Effect of Self-Efficacy, Trust and Lifestyle on Intention to Use Digital Financial Transaction Service*. <https://doi.org/10.4108/eai.25-10-2019.2295388>
- Kassa, N. N. 2022. *92 Persen Merchant QRIS Sulsel adalah UMKM*, (Online), (<https://sulawesi.bisnis.com/read/20221023/540/1590581/92-persen-merchant-QRIS-sulsel-adalah-umkm>, diakses 06 Maret 2023)
- Khatimah, H., Susanto, P., dan Abdullah, N. L. 2019. Hedonic motivation and Social influence on *Behavioral Intention* of E-money: The Role of Payment Habit as a Mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1–9. <https://www.researchgate.net/publication/332873164>
- Koenig-Lewis, N., Marquet, M., Palmer, A., dan Zhao, A. L. 2015. Enjoyment and Social Influence: Predicting Mobile Payment Adoption. *The Service Industries Journal*, 35(10), 537–554. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1043278>
- Koksal, M. H. 2016. The *Intentions* of Lebanese Consumers to Adopt Mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 327–346. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2015-0025>
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., dan Malik, N. 2021. Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 5(1), 23–30. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/skie>
- Liao, C.-H., Tsou, C.-W., dan Shu, Y.-C. 2008. The Roles of Perceived Enjoyment and Price Perception in Determining Acceptance of Multimedia-on-Demand. *International Journal of Business and Information*, 3(1), 27–52. <https://doi.org/10.6702/IJBI.2008.3.1.2>

- Li, Y. P. 2016. Empirical Study of Influential Factors of Online Customers' Repurchase Intention. *IBusiness*, 8(3), 48–60. <https://doi.org/10.4236/ib.2016.83006>
- Makanyeza, C., dan Mutambayashata, S. 2018. Consumers' Acceptance and Use of Plastic Money in Harare, Zimbabwe: Application of The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 379–392. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2017-0044>
- Mayanti, R. 2020. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan User terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard sebagai Teknologi Pembayaran pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413>
- Monica, F., dan Japarianto, E. 2022. Analisa Pengaruh Perceived Ease of Use dan melalui Perceived Enjoyment terhadap Behavior Intention pada Digital Payment. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 9–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.9–15>
- Moon, J.-W., dan Kim, Y.-G. 2001. Extending the TAM for a WorldWide-Web Context. *Information dan Management*, 38(4), 217–230. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(00\)00061-6](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(00)00061-6)
- Mubuke, F., Ogenmungu, C., Mayoka, G. K., Masaba, A. K., dan Andrew, W. 2017. The Predictability of Perceived Enjoyment and Its Impact on the Intention to Use Mobile Learning Systems. *Article in Asian Journal of Computer Science and Information Technology*, 7(1), 1–5. <https://doi.org/10.15520/ajcsit.v6i8.51>
- Mumba, N., Groen, R. G., Isaincu, B., Lyman, T., Vasconcelos, P. de, Holtmann, M., Laboul, A., Wang, T., Gamser, M., dan Pearce, D. 2016. *G20 High-Level Principles for Digital Financial Inclusion*. <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?page=viewdantype=400dannr=2667danmenu=35>
- Nguyen, T. N., Cao, T. K., Dang, P. L., dan Nguyen, H. A. 2016. Predicting Consumer *Intention* to Use Mobile Payment Services: Empirical Evidence from Vietnam. *International Journal of Marketing Studies*, 8(1), 117–124. <https://doi.org/10.5539/ijms.v8n1p117>
- Nickerson, C. 2023. *Theory of Reasoned Action (Fishbein And Ajzen, 1975)*, (Online), (<https://www.simplypsychology.org/theory-of-reasoned-action.html>, diakses 08 Agustus 2023)
- Nurhidayat, D. 2020. *Menkop UKM Nyatakan Fintech sangat dibutuhkan Pelaku UMKM*, (Online), (<https://mediaindonesia.com/ekonomi/360404/menkop-ukm-nyatakan-fintech-sangat-dibutuhkan-pelaku-umkm>, diakses 06 Maret 2023)
- OECD. 2018. *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*, (Online), (<https://www.oecd.org/financial/education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf>, diakses 06 Maret 2023)

- Oliveira, T., Thomas, M. A., Baptista, G., dan Campos, F. 2016. Mobile Payment: Understanding the Determinants of Customer Adoption and *Intention to Recommend the Technology*. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Osman, S., Jabaruddin, N., Zon, A. S., Jifridin, A. A., dan Zolkepli, A. K. 2021. Factors Influencing the Use of E-wallet among Millennium Tourist. *Journal of Information Technology Management*, 13(3), 70–81. <https://doi.org/10.22059/jitm.2021.83114>
- Otoritas Jasa Keuangan. 2021. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025*, (Online), (<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>, diakses 06 Maret 2023)
- Otoritas Jasa Keuangan. 2022. *Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*, (Online), (<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx>, diakses 06 Maret 2023)
- Palupi, A. A., Hartati, T., dan Sofa, N. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Sistem QRIS terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS pada UMKM. *Seminar Nasional Riset Terapan: Administrasi Bisnis dan MICE X*, 10(1), 67–75. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snr/b/article/view/5607>
- Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran*. 2019. Jakarta: Departemen Komunikasi Bank Indonesia.
- Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 24/1/PADG/2022 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran*. 2022. Jakarta: Departemen Komunikasi Bank Indonesia.
- Permana, Y. S., dan Syamsuar, D. 2022. Integrasi UTAUT dan SCT untuk Studi Empirik Penerimaan Teknologi CISEA. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 9(2), 1645–1654. <http://jurnal.mdp.ac.id>
- Peter, J. P., dan Olson, J. C. (Ed). 2013. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. (Ninth Edition). Salemba Empat. <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20399037>
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., dan Pahnla, S. 2004. Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of The Technology Acceptance Model. *Internet Research*, 14(3), 224–235. <https://doi.org/10.1108/10662240410542652>
- Pontoh, G. T. 2011. Examining a Model of Information Technology Acceptance by Users of Enterprise Resource Planning. *Manajemen & Bisnis*, 10(2), 228–238. <https://www.journalmabis.org/mabis/article/view/198>

- Pradini, K. T., dan Susanti. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Mobile banking BCA, BNI, BRI. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(10), 859–872. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Prasad, H., Meghwal, D., dan Dayama, V. 2018. Digital financial literacy: A Study of Households of Udaipur. *The Journal of Business and Management*, 5(1), 23–32.
- Priyatno, D. (Ed). 2018. *SPSS: Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Andi. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1198718>
- Putra, A. K., dan Nugroho, M. A. 2016. Pengaruh Computer Anxiety, Computer Attitude dan Computer Self efficacy Terhadap Minat Menggunakan Software Akuntansi. *Jurnal Profita*, 1–16.
- QRIS. 2020. *Satu QR Code untuk Semua Pembayaran E-wallet*, (Online), (<https://QRIS.id/homepage/QRIS-fee>, diakses 06 Maret 2023)
- Rahman, M., Ismail, I., dan Bahri, S. 2020. Analysing Consumer Adoption of Cashless Payment in Malaysia. *Digital Business*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100004>
- Raida, R. E., dan Néji, B. 2013. The Adoption of the E-Banking: Validation of the Technology Acceptance Model. *Scientific Research: Technology and Investment*, 04(03), 197–203. <https://doi.org/10.4236/ti.2013.43023>
- Ramadhan, R., dan Herianingrum, S. 2017. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga terhadap Niat Nabasah menggunakan Layanan Mobile banking (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(6), 478–492.
- Rouibah, K., Lowry, P. B., dan Hwang, Y. 2016. The Effects of Perceived Enjoyment and Perceived Risks on Trust Formation and Intentions to Use Online Payment Systems: New Perspectives from an Arab Country. *Electronic Commerce Research and Applications (ECRA)*, 19(3), 33–43. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2016.07.001>
- Sadya, S. 2022. *Transaksi Digital, Konsumen Pilih E-wallet atau Mobile banking?*, (Online), (<https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-digital-konsumen-pilih-ewallet-atau-mobile-banking>, diakses 06 Maret 2023)
- Saibil, D. I., Sodik, F., dan Mardiah, A. A. 2022. Faktor Mempengaruhi Niat Menggunakan QRIS pada Sharia Mobile banking saat Pandemi Covid-19 (Modifikasi Model UTAUT 2). *Jurnal Nisbah*, 8(2), 76–92.
- Santoso, W. N., dan Setiawan, D. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Approweb oleh Account Representative Direktorat Jenderal Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 21(02), 232–252.
- Saragih, Y. W., dan Rikumahu, B. 2022. Analisis Faktor Adopsi E-wallet Gopay, OVO, dan DANA dengan Model UTAUT 2 pada Masyarakat Jawa Barat.

Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 11(1), 70–87.
<https://doi.org/10.21831/nominal.v11i1.43075>

- Sekaran, U., dan Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (Seventh Edition)*. John Wiley dan Sons Ltd. www.wileypluslearningspace.com
- Septiani, R., Handayani, P. W., dan Azzahro, F. 2017. Factors that Affecting Behavioral Intention in Online Transportation Service: Case study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*, 124, 504–512. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.183>
- Setiawan, A., Setyasih, R. D., dan Hosana, L. J. 2020. Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Financial technology pada Sistem Pembayaran Transportasi Online. *Journal of Accounting Research (Monex)*, 9(1), 30–37. <https://doi.org/10.30591/monex.v9i1.1640>
- Sriningsih, E., Pontoh, G. T., dan Amiruddin. 2018. The Effect of Computer Self-Efficacy, Computer Anxiety, and Perceived Enjoyment on The Attitudes Computer Users. *Journal of Research in Business and Management*, 6(4), 48-55. <https://www.questjournals.org/jrbm/papers/vol6-issue4/I06044855.pdf>
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. <https://onesearch.id/Record/IOS16611.slims-1467?>
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://onesearch.id/Record/IOS3145.slims-5289?>
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta. <https://library.unismuh.ac.id/opac/detail-opac?id=104401>
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif: Dilengkapi Contoh Proposal dan Laporan Penelitian*. Alfabeta. <https://onesearch.id/Record/IOS7219.ai:slims-490?>
- Sugiyono. 2018. *Statistik Non Parametris untuk Penelitian*. Alfabeta. <https://onesearch.id/Record/IOS10671.slims-14072?>
- Sularso, S. 2003. *Buku Pelengkap Metode Penelitian Akuntansi: Sebuah Pendekatan Replikasi (Edisi 2003/2004)*. BPFE-Yogyakarta. http://library.fe.uny.ac.id/index.php?p=show_detail&id=868
- Sun, H., dan Zhang, P. 2006. Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach. *Journal of the Association for Information Systems*, 7(9), 618–645. <https://doi.org/10.17705/1jais.00100>
- Syahputra, E. 2022. QRIS Perbankan Naik, Ekonom: Lebih Dipercaya Konsumen, (Online), (<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220512155258-17-338559/qris-perbankan-naik-ekonom-lebih-dipercaya-konsumen>, diakses 15 November 2023)

- Syahril, W. N., dan Rikumahu, B. 2019. Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-money pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214. <http://e-jurnalmitramanajemen.com>
- Tenggino, D., dan Mauritsius, T. 2022. Evaluation of Factors Affecting *Intention to Use QRIS* Payment Transaction. *ICIC Express Letters*, 16(4), 343–349. <https://doi.org/10.24507/icicel.16.04.343>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., dan Howell, J. M. 1991. Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125–143. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249443>
- Tony, N., dan Desai, K. 2020. Impact of Digital financial literacy on Digital Financial Inclusion. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(1), 1911–1915. www.ijstr.org
- Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (Edisi 2). Salemba Empat. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=ZWDD0-kAAAAJ&citation_for_view=ZWDD0-kAAAAJ:u5HHmVD_uO8C
- Utari, I. D. A. R., Utami, N. W., dan Putri, I. G. A. P. D. 2022. Analisis Intention of Use dalam Implementasi Pembayaran QRIS pada Pelaku Usaha di Pasar Seni Sukawati. *SNESTIK: Seminar Nasional Teknik Elektro, Sistem Informasi, dan Teknik Informatika*, 28–33. <https://doi.org/10.31284/p.snestik.2023.4085>
- Venkatesh, V., dan Davis, F. D. 2000. A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., dan Davis, F. D. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., dan Xu, X. 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <http://ssrn.com/abstract=2002388>
- Wardani, L. P. A. K., dan Masdiantini, P. R. 2022. Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 12(1), 254–263.
- Wu, W. H., Wu, Y. C. J., Chen, C. Y., Kao, H. Y., Lin, C. H., dan Huang, S. H. 2012. Review of Trends from Mobile Learning Studies: A Meta-Analysis. *Computers and Education*, 59(2), 817–827. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.03.016>
- Yesidora, A. 2022. Persaingan Transaksi Elektronik di Jalur QRIS Makin Panas, (Online), (<https://katadata.co.id/muchamadnafi/indepth/635f54274e0c1/pers>)

ainingan-transaksi-elektronik-di-jalur-QRIS-makin-panas?page=all, diakses 15 November 2023)

Yu, C.-S. 2014. Consumer Switching *Behavior* from Online Banking to Mobile banking. *International Journal of Cyber Society and Education*, 7(1), 1–28. <https://doi.org/10.7903/ijcse.1108>

Yusriadi. 2019. *Literasi Keuangan Sulsel*, (Online), (<https://sulselprov.go.id/post/literasi-keuangan-sulsel#>, diakses 06 Maret 2023)

Yuwono, W., dan Oktovian, N. 2021. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Intention* Nasabah dalam Menggunakan Mobile banking. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 2191–2206. <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines>

Zuraya, N. 2019. *Penerapan Sistem Pembayaran QRIS Masih Menemui Kendala*, (Online), (<https://ekonomi.republika.co.id/berita/pwgpvh383/penerapan-sistem-pembayaran-QRIS-masih-menemui-kendala>, diakses 06 Maret 2023)

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 10, Tamalanrea, Makassar 90245
Telepon (0411) 583678 Laman: feb.unhas.ac.id Email: feb@unhas.ac.id

Nomor : 17135/UN4.4/PT.01.04/2023
Perihal : Izin Penelitian

12 Desember 2023

Kepada
Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin
di-
Tempat

Dengan hormat, disampaikan bahwa dalam rangka penyelesaian tugas akhir mahasiswa Program Magister (Penyusunan Tesis), yang tersebut dibawah ini:

Nama : Alvyonitha Ratu Ramba
NIM. : A062212039
Jenjang Pendidikan : Magister (S2).
Program Studi : Magister Akuntansi

Akan mengadakan penelitian guna mendukung penulisan tesis yang berjudul :

Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Perceived Enjoyment, Efikasi diri dan Pengaruh Sosial terhadap Intention to Use QRIS Payment

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kiranya mengizinkan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian dan pengambilan data.

Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kemahasiswaan,



Dr. Mursalim Nohong, SE.,M.Si.
NIP. 197106192000031001

Tembusan Kepada Yth :
1. Dekan FEB UNHAS "sebagai laporan".
2. Pertiinggal.



Lampiran 3: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, *PERCEIVED ENJOYMENT*,
EFIKASI DIRI, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP *INTENTION TO USE*
QRIS PAYMENT

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi akhir Program Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, saya memohon kesediaan saudara(i) untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Keterlibatan saudara(i) dalam penelitian ini sangat penting bagi saya, dan sudut pandang serta pemikiran saudara(i) akan memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Saudara(i) dapat yakin bahwa semua informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk penelitian. Selama penelitian berlangsung, kerahasiaan dan anonimitas saudara(i) akan dijaga. Terima kasih atas bantuan dan kesediaannya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

Alvyonitha Ratu Ramba

PERTANYAAN:

Apakah anda sebagai mahasiswa pernah menggunakan *QRIS*?

Ya

Tidak

Jika anda menjawab YA, silakan melanjutkan ke pertanyaan berikutnya.

A. Identitas Responden

Responden diharap menjawab pertanyaan – pertanyaan berikut dengan memberi tanda \surd pada salah satu jawaban pada pilihan yang tersedia.

1. Nama : (tidak wajib)
2. NIM :
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
4. Angkatan :

B. Penilaian Kuesioner

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Baca dan isilah setiap pernyataan dengan jujur sesuai dengan kenyataan yang ada pada diri anda.
2. Berilah tanda *checklist* pada jawaban yang anda pilih.
3. Keterangan:
STS = Sangat Tidak Setuju S = Setuju
TS = Tidak Setuju SS = Sangat Setuju
N = Netral/Ragu-ragu

Pertanyaan:

I. Literasi Keuangan Digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2017 dalam Palupi, 2021)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Pengetahuan						
1.	Saya mengetahui QRIS merupakan alat pembayaran digital.					
2.	Saya mengetahui cara penggunaan QRIS.					
Keterampilan						
3.	Saya mampu memajemen semua aspek keuangan saya.					
4.	Saya terampil menggunakan QRIS.					
Keyakinan						
5.	Saya yakin penggunaan QRIS dapat dilakukan dengan mudah.					
6.	Saya yakin bahwa QRIS aman.					

II. Perceived Enjoyment (Davis et al., 1989)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Berdasarkan pengalaman, menggunakan STI dalam bekerja membuat saya merasa nyaman.						
1.	Bagi saya pengalaman bertransaksi menggunakan QRIS sangat nyaman.					
2.	Saya lebih suka bertransaksi menggunakan QRIS daripada pembayaran secara tunai.					
Proses aktual dari penggunaan STI menyenangkan buat saya.						
3.	Proses aktual dari penggunaan QRIS menyenangkan bagi saya.					

4.	Adanya kemudahan menggunakan <i>QRIS</i> membuat saya merasa puas.					
Saat bekerja, saya senang menggunakan STI.						
5.	Saya senang menggunakan <i>QRIS</i> saat bertransaksi di berbagai tempat.					
6.	Saya tertarik untuk bertansaksi menggunakan <i>QRIS</i> dikemudian hari.					

III. *Self-Efficacy* (Bandura, 1997)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Besaran (Magnitude)						
1.	Saya yakin bisa menggunakan <i>QRIS</i> tanpa adanya bantuan dari orang sekitar.					
2.	Saya yakin dapat menggunakan <i>QRIS</i> tanpa adanya fasilitas bantuan.					
Kekuatan (Strength)						
3.	Saya mampu menggunakan <i>QRIS</i> tanpa pernah menggunakan layanan serupa sebelumnya.					
4.	Saya merasa percaya diri melakukan transaksi menggunakan <i>QRIS</i> .					
Generalisabilitas (<i>generalizability</i>)						
5.	Saya yakin bisa menggunakan <i>QRIS</i> dengan melihat orang lain menggunakan sebelumnya.					
6.	Saya yakin akan mendapat bantuan jika mengalami hambatan dalam bertransaksi menggunakan <i>QRIS</i> .					

IV. Social Influence (Venkatesh et al, 2012)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Subjective Norm						
1.	Orang-orang yang penting buat saya menyarankan saya menggunakan <i>QRIS</i> .					
2.	Orang-orang dilingkungan sekitar mendukung saya dalam penggunaan <i>QRIS</i> .					
Social Factors						
3.	Banyaknya orang yang menggunakan <i>QRIS</i> memengaruhi saya untuk menggunakan <i>QRIS</i> .					
4.	Orang-orang disekitar saya yang menggunakan <i>QRIS</i> terlihat lebih <i>trendy</i> .					
Image						
5.	Saya merasa gengsi jika tidak menggunakan <i>QRIS</i> .					
6.	Saya merasa bangga menggunakan <i>QRIS</i> .					

V. Intention to Use *QRIS* Payment (Venkatesh et al, 2012)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Use on Regular Basic in The Future						
1.	Saya akan menggunakan <i>QRIS</i> sebagai alat pembayaran di masa mendatang.					
2.	<i>QRIS</i> layak digunakan di masa depan.					
Plan Continuous Usage						
3.	Saya berencana untuk menggunakan <i>QRIS</i> secara berkelanjutan.					
4.	Saya berniat untuk secara rutin menggunakan <i>QRIS</i> di masa depan.					

Frequently Use in The Future					
5.	Saya akan sering menggunakan <i>QRIS</i> dikemudian hari.				
6	Saya berharap layanan <i>QRIS</i> akan lebih sering digunakan di masa depan.				
Recommend to Other					
7.	Saya akan merekomendasikan <i>QRIS</i> kepada rekan-rekan yang lain.				
8.	Saya akan belajar untuk lebih memahami penggunaan pembayaran digital <i>QRIS</i> .				

Lampiran 4: Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Pengukuran	Skala Pengukuran
Intention to Use QRIS Payment (Y)	Niat penggunaan QRIS dapat diartikan sebagai niat pengguna untuk terus menggunakan QRIS dengan anggapan bahwa pengguna akan memperoleh manfaat dengan memakai sistem teknologi tersebut (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Use on Regular Basis in The Future</i> 2. <i>Plan Continuous Usage</i> 3. <i>Frequently Use in The Future</i> 4. <i>Recommend to Other</i> 	Skala Likert 5 Poin (Venkatesh <i>et al.</i> , 2012)
Literasi Keuangan Digital (X₁)	Literasi keuangan digital merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan kompetensi untuk menggunakan produk dan layanan keuangan digital dengan aman untuk membuat keputusan keuangan yang baik (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan 2. Keterampilan 3. Keyakinan 	Skala Likert 5 Poin (Otoritas Jasa Keuangan, 2017 dalam Palupi, 2021)
Perceived Enjoyment (X₂)	<i>Perceived enjoyment</i> mengacu pada sejauh mana penggunaan teknologi tertentu dianggap menyenangkan bagi setiap orang atau pengguna (Rouibah <i>et al.</i> , 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berdasarkan pengalaman, menggunakan STI dalam bekerja membuat saya merasa nyaman. 2. Proses aktual dari penggunaan STI menyenangkan buat saya. 	Skala Likert 5 Poin (Davis <i>et al.</i> , 1989)

		3. Saat bekerja, saya senang menggunakan STI.	
Self- efficacy (X₃)	<i>Self-efficacy</i> direpresentasikan sebagai pertimbangan-pertimbangan manusia tentang kemampuan-kemampuannya untuk mengorganisasikan dan melakukan sekumpulan kegiatan yang dibutuhkan untuk mendapatkan kinerja-kinerja yang direncanakan (Bandura, 1986:391).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Besaran (<i>magnitude</i>) 2. Kekuatan (<i>strength</i>) 3. Generalisabilitas (<i>generalizability</i>) 	Skala Likert 5 Poin (Bandura, 1997)
Social influence (X₄)	<i>Social influence</i> didefinisikan sebagai sejauh mana individu menganggap bahwa orang di sekitarnya percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh <i>et al.</i> , 2012:159).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Subjective Norm</i> 2. <i>Social Factors</i> 3. <i>Image</i> 	Skala Likert 5 Poin (Venkatesh <i>et al.</i> , 2012)

Lampiran 5: Jumlah Populasi Penelitian

Angk. Dep.	Akuntansi	Manajemen	Ilmu Ekonomi	Total
2019	54	58	40	152
2020	166	166	94	426
2021	156	173	110	439
2022	175	205	111	491
2023	249	285	205	739
Total	800	887	560	2.247

Sumber: Akademik Departemen Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasannudin, 2024

Lampiran 6: Hasil Olah Data

a) Hasil Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard deviation
X1.1	351	3,000	5,000	4,678	0,473
X1.2	351	3,000	5,000	4,630	0,489
X1.3	351	3,000	5,000	4,635	0,553
X1.4	351	3,000	5,000	4,476	0,527
X1.5	351	3,000	5,000	4,544	0,531
X1.6	351	3,000	5,000	4,453	0,531
X2.1	351	2,000	5,000	4,425	0,626
X2.2	351	2,000	5,000	4,054	0,880
X2.3	351	2,000	5,000	4,219	0,641
X2.4	351	2,000	5,000	4,376	0,600
X2.5	351	2,000	5,000	4,211	0,759
X2.6	351	2,000	5,000	4,328	0,621
X3.1	351	2,000	5,000	4,419	0,639
X3.2	351	1,000	5,000	4,179	0,798
X3.3	351	2,000	5,000	4,111	0,764
X3.4	351	2,000	5,000	4,370	0,618
X3.5	351	2,000	5,000	4,271	0,648
X3.6	351	2,000	5,000	4,276	0,645
X4.1	351	1,000	5,000	3,932	0,878
X4.2	351	2,000	5,000	4,026	0,729
X4.3	351	1,000	5,000	4,114	0,794
X4.4	351	1,000	5,000	3,915	0,863
X4.5	351	1,000	5,000	3,954	0,761
X4.6	351	2,000	5,000	3,926	0,781
Y1.1	351	3,000	5,000	4,316	0,649
Y1.2	351	1,000	5,000	4,425	0,626
Y1.3	351	2,000	5,000	4,268	0,629
Y1.4	351	2,000	5,000	4,142	0,690
Y1.5	351	2,000	5,000	4,145	0,711
Y1.6	351	2,000	5,000	4,319	0,663
Y1.7	351	2,000	5,000	4,148	0,697
Y1.8	351	2,000	5,000	4,182	0,663

b) Uji Outer Loading

	X1.DFL	X2.PE	X3.SE	X4.SI	Y1.IU
X1.1	0,752				
X1.2	0,756				
X1.3	0,701				
X1.4	0,712				
X1.5	0,736				
X1.6	0,725				
X2.1		0,715			
X2.2		0,742			
X2.3		0,765			
X2.4		0,716			
X2.5		0,818			
X2.6		0,717			
X3.1			0,748		
X3.2			0,784		
X3.3			0,717		
X3.4			0,764		
X3.5			0,701		
X3.6			0,721		
X4.1				0,703	
X4.2				0,758	
X4.3				0,707	
X4.4				0,723	
X4.5				0,716	
X4.6				0,741	
Y1.1					0,792
Y1.2					0,738
Y1.3					0,799
Y1.4					0,823
Y1.5					0,854
Y1.6					0,798
Y1.7					0,779
Y1.8					0,715

c) Uji Cross Loading

	X1.DFL	X2.PE	X3.SE	X4.SI	Y1.IU
X1.1	0,752	0,424	0,392	0,148	0,342
X1.2	0,756	0,401	0,391	0,099	0,312
X1.3	0,701	0,381	0,404	0,154	0,300
X1.4	0,712	0,444	0,461	0,160	0,388
X1.5	0,736	0,429	0,383	0,165	0,361
X1.6	0,725	0,413	0,380	0,200	0,390
X2.1	0,474	0,715	0,387	0,314	0,424
X2.2	0,290	0,742	0,333	0,408	0,482
X2.3	0,452	0,765	0,435	0,432	0,483
X2.4	0,528	0,716	0,411	0,304	0,433
X2.5	0,423	0,818	0,408	0,374	0,513
X2.6	0,411	0,717	0,371	0,265	0,502
X3.1	0,435	0,353	0,748	0,145	0,347
X3.2	0,369	0,387	0,784	0,275	0,425
X3.3	0,339	0,362	0,717	0,211	0,362
X3.4	0,433	0,453	0,764	0,317	0,460
X3.5	0,434	0,363	0,701	0,240	0,376
X3.6	0,442	0,386	0,721	0,270	0,374
X4.1	0,048	0,306	0,172	0,703	0,292
X4.2	0,172	0,365	0,251	0,758	0,404
X4.3	0,180	0,313	0,171	0,707	0,337
X4.4	0,128	0,305	0,217	0,723	0,337
X4.5	0,153	0,261	0,230	0,716	0,322
X4.6	0,212	0,444	0,361	0,741	0,465
Y1.1	0,373	0,554	0,433	0,418	0,792
Y1.2	0,373	0,446	0,379	0,335	0,738
Y1.3	0,448	0,522	0,430	0,357	0,799
Y1.4	0,378	0,485	0,419	0,448	0,823
Y1.5	0,351	0,514	0,462	0,418	0,854
Y1.6	0,364	0,514	0,431	0,431	0,798
Y1.7	0,396	0,545	0,421	0,451	0,779
Y1.8	0,363	0,411	0,374	0,321	0,715

d) Nilai Fornell-Larcker Criterion

	X1.DFL	X2.PE	X3.SE	X4.SI	Y1.IU
X1.DFL	0,731				
X2.PE	0,571	0,747			
X3.SE	0,552	0,522	0,740		
X4.SI	0,214	0,469	0,334	0,725	
Y1.IU	0,483	0,636	0,532	0,507	0,788

e) Nilai Construct Reliability and Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1.DFL	0,826	0,827	0,873	0,534
X2.PE	0,841	0,843	0,883	0,558
X3.SE	0,835	0,839	0,879	0,547
X4.SI	0,821	0,830	0,869	0,525
Y1.IU	0,913	0,915	0,929	0,621

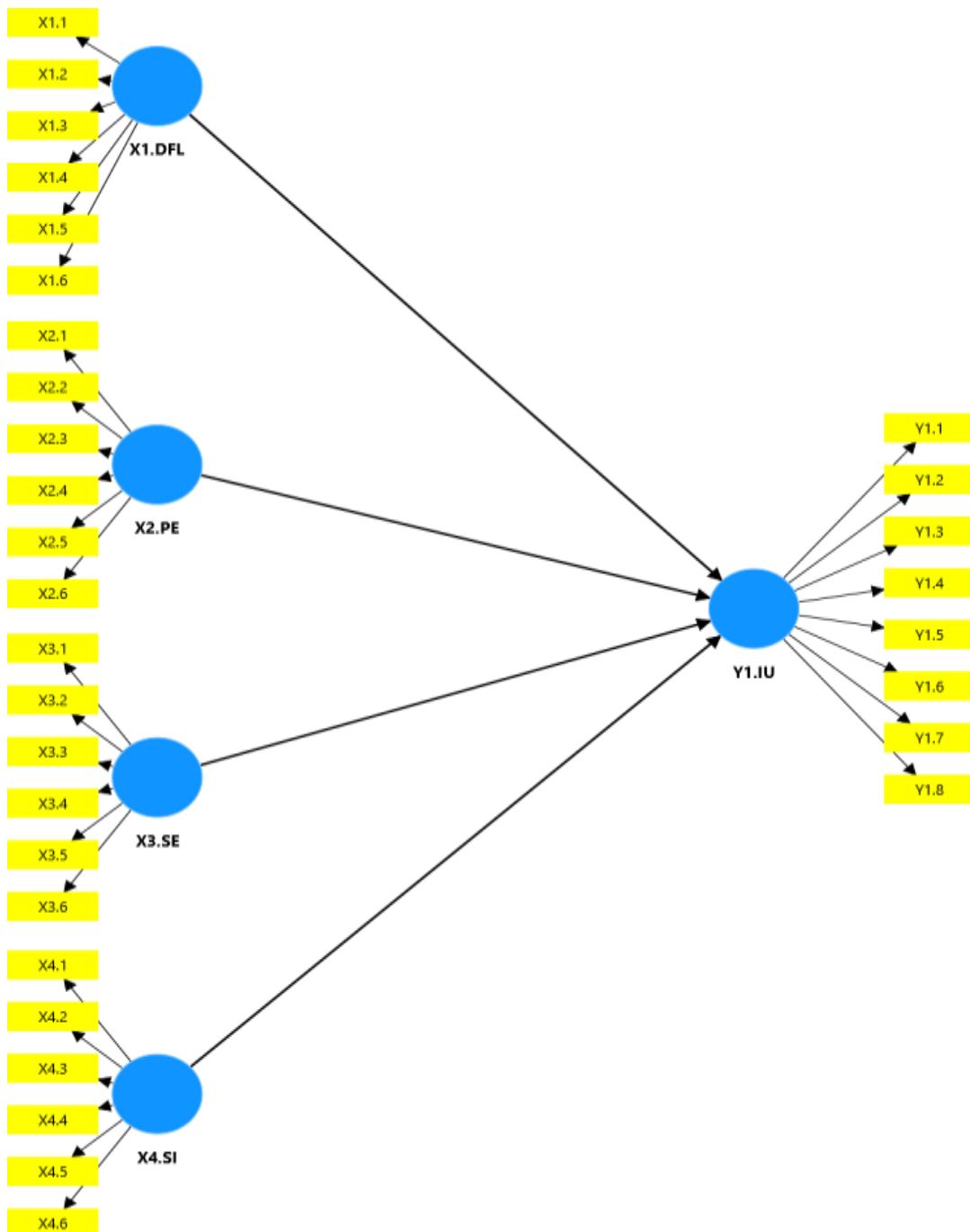
f) Nilai Adjusted R²

	R-square	R-square adjusted
Y1.IU	0,512	0,507

g) Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1.DFL -> Y1.IU	0,121	0,121	0,056	2,184	0,029
X2.PE -> Y1.IU	0,342	0,344	0,057	5,982	0,000
X3.SE -> Y1.IU	0,202	0,203	0,050	4,049	0,000
X4.SI -> Y1.IU	0,253	0,254	0,054	4,673	0,000

h) Model Penelitian



Keterangan:

1. X1.DFL = Variabel Literasi Keuangan Digital
2. X2.PE = Variabel *Perceived Enjoyment*
3. X3.SE = Variabel *Self-Efficacy* (Efikasi Diri)
4. X4.SI = Variabel *Social Influence* (Pengaruh Sosial)
5. Y1.IU = Variabel *Intention to Use QRIS Payment*

Lampiran 1: Peta Teori

No.	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/ Penulisan Buku/ Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/ Isi Buku
1	<p>Penulis: Utari, <i>et al.</i> (2023)</p> <p>Judul: <i>Analisis Intention of Use</i> dalam Implementasi Pembayaran QRIS pada Pelaku Usaha di Pasar Seni Sukawati</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang dapat mempengaruhi <i>intention of use</i> dalam implementasi pembayaran digital <i>Quick Response Indonesia Standard (QRIS)</i> pada pelaku usaha di Pasar Seni Sukawati.</p>	<p>Teori: <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i></p> <p>Hipotesis:</p> <p>H1: <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh signifikan positif terhadap <i>intention of use</i>.</p> <p>H2: <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan positif terhadap <i>intention of use</i>.</p> <p>H3: <i>Perceived enjoyment</i> berpengaruh signifikan positif terhadap <i>intention of use</i>.</p> <p>H4: <i>Trust</i> berpengaruh signifikan positif terhadap <i>intention of use</i>.</p>	<p>Penelitian ini mengumpulkan 161 responden dengan menggunakan teknik <i>simple random sampling</i>. Data yang telah diperoleh dianalisis dengan metode analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS.</p> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived Usefulness</i> • <i>Perceived Ease of Use</i> • <i>Perceived Enjoyment</i> • <i>Trust</i> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Intention of Use QRIS Payment</i> 	<p>Hasil pengujian mengindikasikan bahwa hanya variabel <i>perceived trust</i> yang berpengaruh signifikan positif terhadap <i>intention of use</i>, sedangkan tiga hipotesis lainnya, yaitu <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>intention of use</i>, <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>intention of use</i>, dan <i>perceived enjoyment</i> terhadap <i>intention of use</i> tidak berpengaruh signifikan positif.</p>
2	<p>Penulis: Monica dan Japarianto (2022)</p> <p>Judul:</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>behavior intention</i> melalui <i>perceived enjoyment</i></p>	<p>Hipotesis:</p> <p>H1: Terdapat pengaruh dari <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>behavior intention</i>.</p> <p>H2: Terdapat pengaruh dari <i>perceived ease of use</i> terhadap</p>	<p>Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model pengambilan sampel dengan teknik nonprobabilitas dan menggunakan teknik sampel <i>purposive sampling</i>. Penelitian</p>	<p>Hasil akhir yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use</i> memiliki pengaruh yang</p>

	Analisa Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> dan Melalui <i>Perceived Enjoyment</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> pada <i>Digital Payment</i>	sebagai variabel intervening pada <i>digital payment</i> .	<i>perceived enjoyment</i> . H3: Terdapat pengaruh dari <i>perceived enjoyment</i> terhadap <i>behavior intention</i> .	ini kemudian menggunakan model PLS-SEM. Variabel Penelitian: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived Ease of Use</i> • <i>Perceived Enjoyment</i> • <i>Behavior Intention</i> 	positif terhadap <i>behavior intention</i> , <i>perceived ease of use</i> juga memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>perceived enjoyment</i> , begitu juga dengan <i>perceived enjoyment</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap <i>behavior intention</i> .
3	Penulis: Wardani dan Masdiantini (2022) Judul: Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis dan Nilai Harga terhadap Minat Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>	Riset ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan nilai harga terhadap minat penggunaan (<i>QRIS</i>) pada pengguna mobile banking dan pernah menggunakan <i>QRIS</i> di Kota Singaraja.	Hipotesis: H1: Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>QRIS</i> . H2: Ekspektasi Usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>QRIS</i> . H3: Faktor sosial budaya berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>QRIS</i> . H4: Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>QRIS</i> . H5: Nilai harga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>QRIS</i> .	Jenis riset ini ialah penelitian kuantitatif berupa data primer diperoleh melalui kuesioner. Teknik insidental sampling digunakan pada penelitian ini. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Data diolah menggunakan bantuan software SPSS versi 24. Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Ekspektasi Kinerja • Ekspektasi Usaha • Faktor Sosial Budaya • Motivasi Hedonis • Nilai Harga Variabel Dependen:	Hasil dari penelitian ini yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, dan nilai harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>QRIS</i> , sedangkan faktor sosial budaya tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>QRIS</i> .

4	<p>Penulis: Endrica dan Sari (2021)</p> <p>Judul: Pengaruh <i>Performance Expectancy, Social Influence</i>, Literasi Keuangan Digital dan <i>Computer Self Efficacy</i> terhadap Penggunaan <i>E-Wallet</i> pada Mahasiswa Akuntansi UNY</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh (1) <i>performance expectancy</i> terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> pada mahasiswa akuntansi UNY, (2) <i>social influence</i> terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> pada mahasiswa akuntansi UNY, (3) literasi keuangan digital terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> pada mahasiswa akuntansi UNY, (4) <i>computer self efficacy</i> terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> pada mahasiswa akuntansi UNY.</p>	<p>Teori: UTAUT</p> <p>Hipotesis: H1: <i>Performance expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> pada mahasiswa akuntansi UNY. H2: <i>Social influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> pada mahasiswa akuntansi UNY. H3: Literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> pada mahasiswa akuntansi UNY. H4: <i>Computer self-efficacy</i> berpengaruh positif terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> pada mahasiswa akuntansi UNY.</p>	<p>• Minat Penggunaan <i>QRIS</i></p> <p>Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan metode <i>purposive sampling</i>. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.</p> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance Expectancy</i> • <i>Social Influence</i> • Literasi Keuangan Digital • <i>Computer Self-Efficacy</i> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan <i>E-Wallet</i> 	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan (1) <i>performance expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> (2) <i>social influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> (3) literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap <i>penggunaan e-wallet</i> (4) <i>computer self efficacy</i> berpengaruh positif terhadap <i>penggunaan e-wallet</i>.</p>
5	<p>Penulis: Fauziah dan Ashfiasari (2021)</p> <p>Judul: Pengaruh <i>Social</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh sosial dan <i>self-efficacy</i> terhadap niat menggunakan <i>mobile</i></p>	<p>Hipotesis: Ha1: Terdapat pengaruh <i>social influence</i> terhadap <i>intention to use mobile payment system</i>. Ha2: Terdapat pengaruh <i>self-efficacy</i> terhadap <i>intention to use</i></p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh diproses dan</p>	<p>Hasil yang diperoleh dari penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan terhadap pengaruh sosial dan <i>self-efficacy</i> pada</p>

	<i>Influence dan Self-Efficacy terhadap Intention to Use Mobile Payment System pada Pengguna E-Wallet</i>	<i>payment</i> di Sukabumi, khususnya pada generasi milenial.	mobile payment system. Ha3: Terdapat pengaruh <i>social influence</i> dan <i>self-efficacy</i> terhadap <i>intention to use mobile payment system</i> .	dianalisis oleh beberapa pengujian regresi linier. Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Social Influence</i> • <i>Self-Efficacy</i> Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Intention to Use Mobile Payment</i> 	niat untuk menggunakan pembayaran <i>mobile</i> baik secara bersamaan maupun sebagian.
6	Penulis: Giriani dan Susanti (2021) Judul: Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan E-Money	Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan <i>e-money</i> .	Hipotesis: H1: Literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>e-money</i> . H2: Fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>e-money</i> . H3: Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap penggunaan <i>e-money</i> . H4: Literasi keuangan, fitur layanan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan <i>e-money</i> .	Perolehan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik random sampling yang berjumlah 110 responden mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Surabaya. Metode analisis data yang digunakan yakni analisis regresi linier berganda, yang sebelumnya dilakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Literasi Keuangan • Fitur Layanan • Kemudahan Penggunaan Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan <i>E-Money</i> 	Hasil penelitian ini menyatakan literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap penggunaan <i>e-money</i> , sementara secara parsial fitur layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>e-money</i> . Namun, secara simultan menyatakan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap

					penggunaan <i>e-money</i> .
7	<p>Penulis: Osman, <i>et al.</i> (2021)</p> <p>Judul: <i>Factors Influencing the Use of E-Wallet among Millennium Tourist</i></p>	Studi ini mengkaji faktor-faktor yang berkontribusi terhadap adopsi <i>e-wallet</i> di kalangan wisatawan milenial di Kuala Lumpur.	<p>Teori: <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i></p> <p>Hipotesis:</p> <p>H1: <i>Perceived usefulness is significantly related to intention to use e-wallet among millennium tourists.</i></p> <p>H2: <i>Perceived ease of use is significantly related to intention to use e-wallet among millennium tourists.</i></p> <p>H3: <i>Perceived credibility is significantly related to intention to use e-wallet among millennium tourists.</i></p> <p>H4: <i>Social influence is significantly related to intention to use e-wallet among millennium tourists.</i></p>	<p>Menggunakan kuesioner yang dikelola sendiri, data dianalisis dengan menggunakan SPSS.</p> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived Usefulness</i> • <i>Perceived Ease of Use</i> • <i>Perceived Credibility</i> • <i>Social Influence</i> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Behavioral Intention</i> 	<p>Temuan mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan <i>e-wallet</i> di kalangan wisatawan milenial terbukti menjadi penyebab paling substansial selain hubungan positif signifikan yang ditemukan dari variabel lain seperti persepsi kegunaan dan pengaruh sosial dalam konteks wisatawan milenium. Namun, kredibilitas yang dirasakan ditemukan tidak terkait dengan adopsi <i>e-wallet</i>.</p>
8	<p>Penulis: Pradini dan Susanti (2021)</p> <p>Judul:</p>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan penggunaan	<p>Teori: <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i></p> <p>Hipotesis:</p> <p>H1: Literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>.</p>	<p>Sampel penelitian menggunakan purpose sampel. Pengumpulan data menggunakan tes dan kuesioner di <i>google form</i> dengan teknik analisis linear berganda.</p> <p>Variabel Independen:</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan <i>mobile</i></p>

	<p>Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> BCA, BNI, BRI</p>	<p>berpengaruh terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> BCA, BNI, BRI.</p>	<p>H2: Literasi digital secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>.</p> <p>H3: Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>.</p> <p>H4: Literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi Keuangan • Literasi Digital • Kemudahan Penggunaan <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan <i>Mobile Banking</i> 	<p><i>banking</i>, (2) literasi digital secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan <i>mobile banking</i>, (3) kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan pada penggunaan <i>mobile banking</i>, dan (4) literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan pada penggunaan <i>mobile banking</i>.</p>
9	<p>Penulis: Palupi (2021)</p> <p>Judul: Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Bertransaksi</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan antara literasi keuangan dan kemudahan penggunaan sistem <i>QRIS</i> terhadap keputusan bertransaksi menggunakan <i>QRIS</i></p>	<p>Hipotesis:</p> <p>H1: Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>QRIS</i>.</p> <p>H2: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>QRIS</i>.</p> <p>H3: Literasi keuangan dan</p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> dengan total perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin.</p> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literasi Keuangan 	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial variabel literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>QRIS</i>.</p>

	menggunakan QRIS pada UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya Kota Depok	pada UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya Kota Depok.	kemudahan penggunaan sistem QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS.	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan Penggunaan Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Keputusan Menggunakan QRIS 	
10	<p>Penulis: Jumardi <i>et al.</i> (2020)</p> <p>Judul: <i>The Effect of Self-Efficacy, Trust and Lifestyle on Intention to Use Digital Financial Transaction Service</i></p>	Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh efikasi diri, kepercayaan dan gaya hidup terhadap niat menggunakan layanan transaksi keuangan digital di Go-Pay.	<p>Teori: <i>Social Cognitive Theory</i></p> <p>Hipotesis:</p> <p>H1: Efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan layanan transaksi keuangan digital di Go-Pay.</p> <p>H2: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan layanan transaksi keuangan digital di Go-Pay.</p> <p>H3: Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan layanan transaksi keuangan digital di Go-Pay.</p>	<p>Desain penelitian yang digunakan adalah non-eksperimental dan jenis penelitiannya adalah <i>explanatory research</i> atau pengujian hipotesis. Analisis data menggunakan analisis faktor eksploratif dan model persamaan struktural.</p> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Self-Efficacy</i> • <i>Trust</i> • <i>Lifestyle</i> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Intention to Use Digital Financial Transaction Service</i> 	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efikasi diri, kepercayaan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan layanan transaksi keuangan digital. Temuan ini mengusulkan bahwa faktor perilaku pengguna dapat memberikan pemahaman kepada penyedia layanan keuangan digital mengenai aspek layanan yang harus ditingkatkan dalam penerapan layanan transaksi keuangan digital.
11	Penulis:	Penelitian ini bertujuan	Teori: <i>UTAUT 2</i>	Studi ini merupakan studi survei terhadap 249 pengguna e-	Hasil penelitian ini

	<p>Khatimah, <i>et al.</i> (2019)</p> <p>Judul: <i>Hedonic Motivation and Social Influence on Behavioral Intention of E-Money: The Role of Payment Habit as a Mediator</i></p>	<p>untuk mengkaji hubungan antara motivasi hedonis, pengaruh sosial terhadap niat perilaku penggunaan e-money dengan kebiasaan pembayaran sebagai mediator.</p>	<p>Hipotesis: H1: <i>Hedonic motivation positively affects payment habit towards the behavioral intention of e-money user.</i> H2: <i>Social Influence positively affects payment habit towards the behavioral intention of e-money user.</i> H3: <i>Habit positively affects the behavioral intention towards e-money user.</i></p>	<p><i>money</i> di Indonesia. Data dianalisis dengan menggunakan PLS-SEM. Penelitian ini merupakan penelitian <i>cross-sectional</i>.</p> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivasi Hedonis • Pengaruh Sosial <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niat Perilaku Penggunaan E-Money <p>Variabel Mediator:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kebiasaan Pembayaran 	<p>mengungkapkan bahwa motivasi hedonis dan pengaruh sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap kebiasaan pembayaran. Selain itu, motivasi hedonis dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku melalui kebiasaan pembayaran sebagai mediator.</p>
12	<p>Penulis: Mubuke <i>et al.</i> (2017)</p> <p>Judul: <i>The Predicability of Perceived Enjoyment and Its Impact on The Intention to Use Mobile Learning Systems</i></p>	<p>Penelitian ini difokuskan untuk mengidentifikasi dampak <i>perceived enjoyment</i> dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan <i>M-learning</i> di lingkungan universitas.</p>	<p>Hipotesis: H1: <i>Perceived enjoyment berpengaruh signifikan positif terhadap niat untuk menggunakan M-learning.</i></p>	<p>Penelitian ini mengumpulkan data kuesioner dari 370 responden dari Universitas Makarere dan Kampala berdasarkan <i>purposive sampling</i>. Analisis data menggunakan statistik deskriptif, analisis faktor dan korelasi dengan bantuan SPSS.</p> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived Enjoyment</i> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Intention to Use M-Learning</i> 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived enjoyment</i> memiliki dampak yang besar terhadap niat untuk menggunakan <i>M-learning</i>.</p>

13	<p>Penulis: Santoso dan Setiawan (2017)</p> <p>Judul: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan <i>Approweb</i> oleh <i>Account Representative</i> Direktorat Jenderal Pajak</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, keyakinan menggunakan web, kontrol keamanan persepsian, persepsi menyenangkan terhadap niat penggunaan <i>Approweb</i> dengan menggunakan sampel petugas <i>Account Representative</i> di DJP RI.</p>	<p>Teori: <i>UTAUT</i></p> <p>Hipotesis:</p> <p>H1: <i>Performance expectancy</i> berpengaruh positif terhadap niat penggunaan <i>approweb</i>.</p> <p>H2: <i>Effort expectancy</i> berpengaruh positif terhadap niat penggunaan <i>approweb</i>.</p> <p>H3: <i>Social influence</i> berpengaruh positif terhadap niat penggunaan <i>approweb</i>.</p> <p>H4: <i>Web self-efficacy</i> berpengaruh positif terhadap niat penggunaan <i>approweb</i>.</p> <p>H5: <i>Perceived security control</i> berpengaruh positif terhadap niat penggunaan <i>approweb</i>.</p> <p>H6: <i>Perceived enjoyment</i> berpengaruh positif terhadap niat penggunaan <i>approweb</i>.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode <i>web survey</i> untuk memperoleh data dari <i>Account Representative</i> dan menghasilkan 417 kuesioner yang kembali.</p> <p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ekspektasi Kinerja • Ekspektasi Usaha • Pengaruh Sosial • Keyakinan Diri (<i>Web Self-Efficacy</i>) • Kontrol Keamanan Persepsian • Persepsi Menyenangkan <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niat Penggunaan <i>Approweb</i> 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini kecuali variabel keyakinan menggunakan <i>web</i> adalah berpengaruh positif terhadap niat penggunaan <i>Approweb</i>. Tetapi, keyakinan menggunakan <i>web</i> tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan <i>web</i>.</p>
----	--	---	---	---	--