

**ANALISIS FAKTOR ADOPTSI PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* PADA UMKM  
DENGAN PENDEKATAN *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF  
TECHNOLOGY (UTAUT)***

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Akuntansi



Oleh:

**NOVA HERLI BRILIYAN PUTRI  
NIM : 2017310538**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2021**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Nova Herli Briliyan Putri  
Tempat, Tanggal Lahir : Tulungagung, 10 November 1998  
N.I.M : 2017310538  
Program Studi : Akuntansi  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen  
Judul : Analisis Faktor Adopsi Penggunaan *Mobile Banking* Pada  
Umkm Dengan Pendekatan *Unified Theory Of Acceptance And  
Use Of Technology* (UTAUT)

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,  
Tanggal:

**(Romi Ilham,S.Kom., M.M.)**

**NIDN: 0730088404**

**Dr. Nanang Shonhadji, SE, M.Si., Ak., CA.**

**NIDN: 0731087601**

# **ANALYSIS FACTOR THE USE MOBILE BANKING ADOPTION FOR SMES USING UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY**

**Nova Herli Briliyan Putri**

STIE Perbanas Surabaya

E-mail: [2017310538@students.perbanas.ac.id](mailto:2017310538@students.perbanas.ac.id)

## **ABSTRACT**

*The level of utilization of mobile banking services as a result of the development of information technology in the business world, especially the SMEs sector which can be explained using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model. The UTAUT model is a technology acceptance model. UTAUT is formulated with four basic constructs, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions where the four constructs affect behavior intention in using technology and user behavior of technology. The purpose of this study was to determine the effect of performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions on the behavioral intention of SMEs using mobile banking in transactions. This research model was tested using 113 SMEs in the culinary sector who were registered at "Lapak UMKM" and had used mobile banking in transacting in Kabupaten Tulungagung as respondents. Data were analyzed using Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that performance expectancy, effort expectancy, and social influence have no significant positive effect on the behavioral intention of SMEs using mobile banking in transactions, facilitating conditions have a significant positive effect on behavioral intention and user behavior. SMEs use mobile banking in transactions, and behavioral intention has a significant positive effect on the user behavior mobile banking in transactions for SMEs.*

**Keywords:** *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, SMEs, behavior intention, use behavior, UTAUT, mobile banking.*

## **PENDAHULUAN**

Teknologi Informasi dalam dunia keuangan bukanlah suatu hal yang baru, teknologi informasi sangat bermanfaat karena semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan bisnis atau bertransaksi (Nugraha & Atahau, 2018). Perkembangan teknologi informasi sangat berpengaruh di dalam dunia bisnis, dan sangat cepat seperti yang dirasakan saat ini, membuat dunia bisnis berkembang pesat karena keduanya saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain (Nugraha & Atahau, 2018). Masyarakat di Indonesia juga merasakan kemajuan teknologi

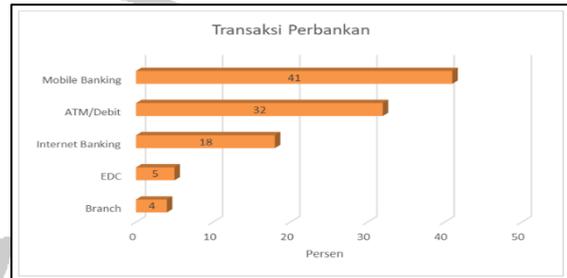
misalnya internet, dimana Indonesia berada di peringkat kelima, setelah China, India, Amerika Serikat dan Brazil, dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta (Statista, 2019). Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi di Indonesia ini juga dimanfaatkan oleh pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau disebut (UMKM) yang mempunyai peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Dalam situasi krisis seperti adanya virus Corona, UMKM menjadi andalan dalam penyerapan tenaga kerja, dengan mensubstitusi produk-produk konsumsi

atau setengah jadi (Tribunnews.com, 2020) yang diakses pada tanggal 29 oktober 2020. Menteri Koperasi dan UMKM Teten Masduki, memberikan informasi bahwa dampak dari meluasnya wabah virus Corona telah melemahkan perekonomian global. Dengan situasi perekonomian yang tidak menentu di masa pandemi, UMKM menjadi kekuatan penyangga ekonomi nasional (liputan6.com, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020. Namun perkembangan teknologi belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh UMKM. Sebelum dimasa pandemi, UMKM menjalankan bisnisnya dengan secara offline, dimana ada nya pembatasan aktivitas yang membuat penjualan UMKM menurun. Dalam hal tersebut, UMKM harus segera mempertahankan bisnisnya dan mengadopsi kemajuan teknologi tersebut dengan melakukan inovasi, yang sebelumnya menjalankan bisnisnya dengan secara offline kini diubah dengan cara online, misalnya dengan menjual produknya di online shop, e-commerce atau marketplace (Databoks, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020.



Penelitian yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) pada bulan Juni 2020 menyatakan bahwa, sebanyak 34,6% responden UMKM memilih beralih dari sistem pemasaran offline ke online sebagai cara untuk menghadapi krisis di tengah pandemi. Teknologi informasi digunakan untuk pemasaran, akses pada permodalan, proses produksi dan komunikasi dengan pelanggan di masa pandemi (Databoks, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020.

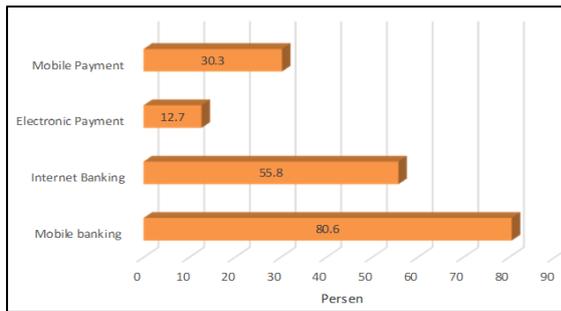
Meningkatnya pemakaian online shop, e-commerce atau marketplace ini mengakibatkan pembayaran melalui digital juga meningkat, khususnya mobile banking pada UMKM. Tanpa adanya transaksi digital akan sulit melakukan pembayaran yang berasal dari online shop, e-commerce atau marketplace (Katadata, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020. .



Sumber: (<https://cdn1.katadata.co.id> , diolah 18 Oktober 2020)

Aplikasi mobile banking telah menggeser transaksi perbankan melalui kantor cabang dan anjungan tunai mandiri (ATM). Pemanfaatan mobile banking pada UMKM paling banyak diminati dan diharapkan akan mempengaruhi transaksi keuangan maupun operasional yang selaras dengan perkembangan teknologi informasi yang makin berkembang sampai saat ini. Selain itu, mobile banking dinilai sebagai pembayaran yang aman, cepat, dan efisien dalam melakukan transaksi (Katadata, 2020) yang diakses pada tanggal 18 Oktober 2020.

Penelitian tentang sistem pembayaran pelaku UMKM melalui digital juga telah dilakukan oleh (Pintubipar Saragih & Nopriadi, 2019) dengan 165 responden pelaku UMKM di Batam menunjukkan hasil bahwa pembayaran digital yang digunakan paling banyak oleh UMKM adalah pembayaran dengan mobile banking sebanyak 80,6% atau sekitar 133 responden. .



Sumber: (Penelitian oleh Pintubipar Saragih & Nopriadi, (2019), diolah 26 Oktober 2020)

Kasus yang sama juga di temukan di Kabupaten Tulungagung, yaitu adanya penurunan penjualan pada UMKM sekitar enam puluh persen akibat adanya pandemi covid, dari hal tersebut Dinas Koperasi dan UMKM mengarahkan pelaku UMKM untuk berinovasi dengan menjalankan bisnisnya ke digital marketing (Basso, 2020). Menurut [www.afederasi.com](http://www.afederasi.com), (2020) diakses pada tanggal 18 Oktober 2020 menyatakan bahwa, Bupati Tulungagung, Maryoto Birowo secara resmi telah melaunching marketplace yang bernama “LAPAK UMKM”. Dalam hal tersebut adalah sebagai wujud dukungan pemerintah terhadap perkembangan UMKM di Tulungagung agar dapat merambah pasar nasional maupun internasional.

Bupati Tulungagung sangat mendukung penuh para pelaku UMKM yang ada di Tulungagung, karena adanya pelaku UMKM roda perekonomian di Kabupaten Tulungagung dapat bergerak dan pemerintah berharap dengan adanya marketplace tersebut dapat menjadi jembatan bagi para pelaku UMKM untuk menawarkan produk yang dihasilkan kemanapun dan dimanapun. ([www.afederasi.com](http://www.afederasi.com), (2020) diakses pada tanggal 18 Oktober 2020). Salah satu usaha yang mempunyai prospek yang bagus adalah usaha kuliner. Makanan maupun minuman (kuliner) merupakan kebutuhan primer, sehingga bagi sebagian orang bisnis tersebut sangat berpotensi untuk dijadikan peluang usaha.

Saat ini bisnis kuliner sangat berkembang pesat. Usaha kuliner merupakan usaha yang banyak diminati

dan dijalankan di Kabupaten Tulungagung. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang mudah dikembangkan karena kuliner (makanan maupun minuman) sendiri sangat digemari oleh masyarakat luas dari semua kalangan masyarakat. Usaha kuliner sangat mudah untuk dikembangkan menjadi home industri. Sehingga di wilayah Kabupaten Tulungagung banyak ditemukan sentra-sentra industri kuliner yang berdiri. Sebagai contoh, pada data yang diambil melalui marketplace “LAPAK UMKM” sektor kuliner ada di posisi pertama yaitu sekitar 270 UMKM. Pelaunching marketplace di Kabupaten Tulungagung ini mengakibatkan para pelaku UMKM yang berjualan online akan semakin meningkat dan berdampak pada pemakaian mobile banking dalam bertransaksi juga akan semakin meningkat. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku penerimaan dan penggunaan pada pelaku UMKM dalam mengadopsi kemajuan teknologi khususnya pembayaran melalui mobile banking yang semakin berkembang. Agar pengusaha UMKM dapat mempertimbangkan penggunaan mobile banking guna mengembangkan usahanya.

Tingkat dalam memanfaatkan layanan mobile banking sebagai salah satu hasil dari berkembangnya teknologi informasi di dalam dunia usaha, khususnya sektor UMKM yang dapat dijelaskan menggunakan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Model UTAUT merupakan model penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003). UTAUT diformulasikan dengan empat konstruk dasar, yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions dimana keempat konstruk tersebut mempengaruhi minat perilaku untuk menggunakan teknologi maupun perilaku penggunaan teknologi. Selain itu dalam UTAUT, minat perilaku dan facilitating conditions menentukan perilaku

penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003).

## **RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS**

### ***Teori Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)***

Model UTAUT merupakan model penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh (Venkatesh Dkk, 2003) dengan mengkombinasikan delapan model penerimaan teknologi lainnya yaitu Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB), Social Cognitive Theory (SCT), Innovation Diffusion Theory (DTPU), Model of PC Utilization (MPCU). UTAUT merupakan salah satu model yang digunakan untuk menjelaskan alasan individu menggunakan teknologi di atas teknologi lainnya. Model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap teknologi informasi.

Pada model UTAUT terdapat empat konstruk/variabel yang menjadi faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap perilaku penerimaan maupun penggunaan teknologi. Keempat variabel tersebut adalah Performance expectancy (Ekspektasi kinerja), Effort expectancy (Ekspektasi usaha), Social influence (Pengaruh sosial), Facilitating condition (Kondisi fasilitas). Selain itu dalam UTAUT, minat perilaku dan facilitating condition menentukan perilaku penggunaan teknologi (Venkatesh Dkk, 2003).

### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagai mana diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut: (1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. (2) Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 300.000.000

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut: (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 2,5 milyar

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. Kriteria Usaha Menengah sebagai berikut: (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 milyar sampai dengan paling banyak Rp. 50 milyar.

### ***Mobile banking***

*Mobile banking* adalah sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk mendukung berbagai macam transaksi

perbankan guna memperoleh efektifitas dan efisiensi (Pertiwi & Ariyanto, 2017). *Mobile Banking* merupakan suatu aplikasi yang mendukung nasabah khususnya pengusaha UMKM dalam mewujudkan keinginannya untuk dapat melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Masuknya *mobile banking* dalam dunia perbankan ini memberikan dampak positif bagi pengusaha UMKM dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan (Premi & Widyaningrum, 2020).

Pengusaha UMKM tidak lagi harus melakukan transaksi perbankan dengan cara datang ke bank, tetapi hanya perlu menggunakan *smartphone* miliknya, baik *handphone* maupun *tablet*, dengan dihubungkan melalui internet untuk dapat menjalankan aplikasi *mobile banking* (Premi & Widyaningrum, 2020).

### **Performance expectancy**

*Performance expectancy* Ekspektasi Kinerja memberitahu individu bahwa bagaimana menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka, (Venkatesh et al., 2003). Dalam hal tersebut, jika dirasa menggunakan teknologi itu berguna dan akan mendapatkan hasil yang bagus bagi seseorang maka dia akan menggunakannya. Variabel ini diperoleh dari penggabungan model penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi sebelumnya antara lain: Persepsi Terhadap Kegunaan (*perceived usefulness*) dari TAM, motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*) dari MM, kesesuaian pekerjaan (*job fit*) dari MPCU, keuntungan relatif (*relative advantage*) dari IDT, dan harapan hasil (*outcome expectations*) dari SCT (Venkatesh et al., 2003). *Performance expectancy* diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003) yang terdiri dari meningkatkan kinerja, menghemat waktu, fleksibel dan bermanfaat.

### **Effort Expectancy**

*Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) menunjukkan betapa mudahnya individu dalam mengoperasikan teknologi, (Venkatesh et al., 2003). Dalam UTAUT *Effort Expectancy* diyakini merupakan proses dari pengambilan keputusan. Jika suatu sistem informasi mudah digunakan maka seseorang akan menggunakannya. Namun, jika suatu sistem informasi tidak mudah untuk digunakan maka seseorang itu tidak akan menggunakannya. Variabel ini diperoleh dari penggabungan model penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi sebelumnya antara lain: kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) dari TAM, kompleksitas (*complexity*) dari MPCU, dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) dari IDT (Venkatesh et al., 2003)

### **Social Influence**

*Social Influence* (Pengaruh sosial) adalah taraf kepercayaan seseorang terhadap lingkungan sosialnya yang meyakinkan dirinya untuk menggunakan suatu sistem yang baru (Venkatesh et al., 2003). Penggunaan teknologi tertentu dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti pendapat teman dan keluarga yang menggunakan teknologi tersebut, sehingga individu tersebut cenderung akan menggunakan teknologi ketika lingkungan sosialnya mendukungnya. Pengaruh sosial sebagai penentu langsung dari minat perilaku diwakili sebagai norma subjektif pada teori TRA, TAM2, TPB/ DTPB dan C-TAM-TPB, faktor sosial di MPCU, dan citra IDT

### **Facilitating Conditions**

*Facilitating Conditions* adalah dukungan teknis yang tersedia bagi individu selama penggunaan teknologi. Untuk mengadopsi teknologi, seseorang membutuhkan keterampilan, ponsel, koneksi internet, dan keamanan. Semakin baik *facilitating conditions* yang tersedia bagi pengguna, semakin besar kemauan seseorang untuk menerima teknologi. Variabel *facilitating conditions* yang terdapat dalam UTAUT merupakan gabungan dari variabel-variabel yang

diperoleh dari model penelitian sebelumnya antara lain: persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) dari TPB, kondisi pendukung (*facilitating conditions*) dari MPCU, dan kompatibilitas (*compatibility*) dari IDT (Venkatesh et al., 2003)

### **Intention**

minat (*intention*) adalah suatu keinginan dalam berperilaku yang dilakukan oleh seseorang. Minat merupakan kesadaran dari diri seseorang terhadap objek, orang, masalah, atau situasi yang memiliki keterkaitan dengan dirinya. Artinya, minat harus dilihat sebagai suatu kesadaran. Oleh karena itu minat adalah suatu aspek psikologis seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi pada kegiatan tertentu dan mendorongnya untuk melakukan. Seseorang yang sering mengekspresikan minatnya, maka minat tersebut akan semakin kuat. Apabila minat seseorang tidak tersalurkan maka akan semakin lemah. Untuk itu minat menjadi suatu penyebab terjadinya suatu kegiatan dan hasil yang nantinya akan diperoleh.

### **Use Behavior**

Perilaku pengguna (*Use Behavior*) didefinisikan sebagai intensitas dan atau frekuensi pemakai dalam menggunakan teknologi informasi (Ramdhani et al., 2017). Menurut (Nugraha & Atahau, 2018) Ada perbedaan antara minat dan perilaku penggunaan. Minat masih terbatas pada keinginan individu untuk melakukan perilaku, sementara penggunaan sistem yang sebenarnya adalah tindakan atau aktivitas nyata dalam menggunakan sistem tertentu.

### **Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking***

Pada model UTAUT *Performance Expectancy* merupakan salah satu faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap perilaku penerimaan maupun penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). *Performance Expectancy* memberitahu individu bahwa bagaimana

menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka, (Venkatesh et al., 2003). Dalam konteks *mobile banking*, terdapat keyakinan individu bahwa penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan aktivitas perbankan mereka. Ketika pengusaha UMKM percaya bahwa *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja mereka, akan ada minat untuk menggunakannya.

Penelitian sebelumnya oleh Raza et al., (2019) dengan menggunakan teori penerimaan dan penggunaan teknologi (UTAUT) model dan menggunakan sampel penelitian sebanyak 229 pengguna *mobile banking* di Pakistan menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan pada minat menggunakan *mobile banking*

H<sub>1</sub> : *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*.

### **Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking***

Pada model UTAUT, dikatakan bahwa *Effort Expectancy* merupakan faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap perilaku penerimaan maupun penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). *Effort Expectancy* menunjukkan betapa mudahnya individu dalam mengoperasikan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Kemudahan dalam mengoperasikan teknologi khususnya *mobile banking* didefinisikan sebagai suatu keyakinan dimana seseorang berpikir bahwa penggunaan layanan *mobile banking* tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami, dipelajari dan digunakan (Nugraha & Atahau, 2018). Pada penelitian ini kemudahan dalam mengoperasikan teknologi berarti pelaku UMKM percaya bahwa bertransaksi menggunakan *mobile banking* akan bebas dari usaha, yang selanjutnya akan timbul minat pada pelaku UMKM tersebut untuk menggunakannya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Raza et al., (2019) dengan menggunakan teori penerimaan

dan penggunaan teknologi (UTAUT) model dan menggunakan sampel penelitian sebanyak 229 pengguna *mobile banking* di Pakistan menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan pada minat menggunakan.

H<sub>2</sub> : *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*.

### **Pengaruh *social influence* terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking***

Pada model UTAUT *Social Influence* merupakan salah satu faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap perilaku penerimaan maupun penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Menurut (Venkatesh et al., 2003), *Social Influence* adalah taraf kepercayaan seseorang terhadap lingkungan sosialnya yang meyakinkan dirinya untuk menggunakan suatu sistem yang baru. Penggunaan teknologi tertentu dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti pendapat teman dan keluarga yang menggunakan teknologi tersebut. Dengan adanya opini atau dukungan yang positif, akan mendorong minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* oleh pengusaha UMKM. Penelitian yang telah dilakukan oleh Ghalandari, (2012) dengan menggunakan 310 nasabah Bank Melli sebagai responden menunjukkan hasil bahwa *Social Influence* memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

H<sub>3</sub> : *social influence* berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*.

### **Pengaruh *facilitating conditions* terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking***

Pada model UTAUT, dikatakan bahwa *facilitating conditions* merupakan salah satu faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap perilaku penerimaan maupun penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Menurut (Venkatesh et al., 2003), *facilitating*

*conditions* di definisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem. Semakin tinggi *facilitating conditions* semakin tinggi pula minat pemanfaatan teknologi (Premi & Widyaningrum, 2020). Untuk mengadopsi *mobile banking*, pelaku UMKM membutuhkan keterampilan, ponsel, koneksi internet, dan keamanan. Semakin baik *facilitating conditions* yang tersedia bagi pelaku UMKM, maka semakin besar minat pelaku UMKM untuk menerima *mobile banking*. Penelitian yang telah dilakukan oleh Owusu Kwateng et al., (2019) dan Premi & Widyaningrum, (2020) dengan menggunakan model UTAUT memberikan hasil bahwa *facilitating conditions* berpengaruh signifikan pada minat penggunaan *mobile banking*.

H<sub>4</sub> : *facilitating conditions* berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*.

### **Pengaruh *facilitating conditions* terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi**

Pada model UTAUT, dikatakan bahwa *facilitating conditions* merupakan salah satu faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap perilaku penerimaan maupun penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Menurut (Venkatesh et al., 2003), *facilitating conditions* di definisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem. Untuk mengadopsi *mobile banking*, pengusaha UMKM membutuhkan keterampilan, ponsel, koneksi internet, dan keamanan. Semakin baik *facilitating conditions* yang tersedia bagi pengguna, semakin besar kemauan pengusaha UMKM untuk menerima teknologi. Penelitian yang telah dilakukan oleh Ghalandari (2012), Mufingatun et al., (2020), Oliveira et al., (2014), Premi dan Widyaningrum (2020), Yu (2012) dengan menggunakan model UTAUT memberikan

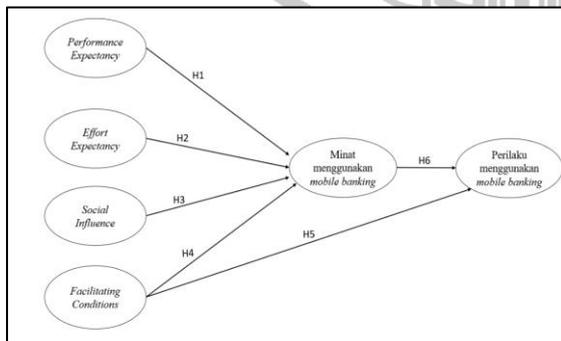
hasil bahwa *facilitating conditions* berpengaruh signifikan pada perilaku penggunaan *mobile banking*.

H<sub>5</sub> : *facilitating conditions* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi.

### **Pengaruh minat perilaku terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi**

UTAUT merupakan model penerimaan teknologi maupun penggunaan teknologi. Menurut Jogiyanto, (2008:29) minat (*intention*) adalah suatu keinginan dalam berperilaku yang dilakukan oleh seseorang. Perilaku individu dapat diprediksi dan dipengaruhi oleh minat individu, UTAUT berpendapat dan membuktikan minat perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Penelitian yang telah dilakukan oleh (Venkatesh et al., 2003) menyimpulkan bahwa minat perilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi. Ini berarti bahwa keyakinan individu tentang penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan minat mereka dan pada akhirnya individu akan menggunakan teknologi informasi dalam pekerjaan mereka. Dalam hal ini pengusaha UMKM yang memiliki minat dalam melakukan transaksi menggunakan layanan *mobile banking* akan mempengaruhi perilaku pengusaha UMKM dalam menggunakan layanan *mobile banking* tersebut

H<sub>6</sub> : minat perilaku berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi.



Gambar 4  
Rerangka Pemikiran

## **METODE PENELITIAN**

### **Sampel**

Sampel penelitian ini adalah pengusaha UMKM di Kabupaten Tulungagung yang terdaftar di “Lapak UMKM”. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Sampel tersebut dipilih karena ada pada tempat dan waktu yang tepat, karena bila pengusaha UMKM yang ditemui cocok dengan kriteria responden yaitu pengusaha UMKM di sektor kuliner Kabupaten Tulungagung yang terdaftar di “Lapak UMKM” dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan hasil dari penjualan minimal mencapai Rp. 300.000.000 dalam jangka waktu satu tahun serta telah menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi, maka hal tersebut dapat dijadikan sampel dalam penelitian

### **Data Penelitian**

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan bersifat kuantitatif. Dengan peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan secara langsung melalui survei. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner akan dibagikan melalui google form kepada responden yaitu pengusaha UMKM sektor kuliner di Kabupaten Tulungagung yang terdaftar di “Lapak UMKM” dan telah menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi

### **Variabel Penelitian**

Variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*. Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minat perilaku. Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perilaku penggunaan.

### **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional adalah definisi untuk mengukur dari suatu konsep atau variabel dengan melihat dimensi (indikator) dari suatu konsep atau variabel

itu sendiri (Noor, 2011:99). Skala yang dipakai adalah skala likert. Skala *likert* yaitu skala yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang mengenai suatu fenomena atau objek tertentu. Petanyaan dalam kuesioner dinilai dengan menggunakan skala *likert* satu sampai dengan empat. Adapun penilaian dari setiap pertanyaan kuesioner telah ditentukan skornya, yaitu:

- (1)STS = Sangat tidak setuju;
- (2)TS = Tidak setuju;
- (3)S = Setuju; dan
- (4)SS = Sangat setuju

Berikut adalah definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini:

#### ***Performance Expectancy***

Indikator pengukuran *performance expectancy* dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003) yang terdiri dari meningkatkan kinerja, menghemat waktu, fleksibel dan bermanfaat.

#### ***Effort Expectancy***

Indikator pengukuran *effort expectancy* dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003) yang terdiri dari mudah dipelajari, mudah untuk menjadi terampil/mahir, jelas dan dapat dipahami dan mudah digunakan.

#### ***Social Influence***

Indikator pengukuran *social influence* dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003) yang terdiri dari pengaruh orang yang penting bagi penggunaan teknologi, pengaruh orang yang akrab bagi penggunaan teknologi, pengaruh orang yang mempengaruhi perilaku bagi penggunaan teknologi, dan pengaruh orang yang ada di sekitar bagi penggunaan teknologi.

#### ***Facilitating Conditions***

Indikator pengukuran *facilitating conditions* dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh (Venkatesh et al., 2003) yang terdiri dari lingkungan tempat tinggal yang mendukung, lingkungan kerja yang mendukung, kesesuaian dengan kebutuhan dan ketersediaan bantuan saat mengalami masalah dalam penggunaan teknologi.

#### **Minat**

Indikator pengukuran minat dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh (Davis, 1989) yang terdiri dari minat untuk menggunakan, menggunakan secara teratur, dan menyarankan orang lain untuk menggunakan *mobile banking*.

#### **Perilaku Penggunaan**

Indikator pengukuran perilaku penggunaan dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking* diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh (Davis, 1989) yang terdiri dari frekuensi terhadap penggunaan teknologi, durasi terhadap penggunaan sebuah teknologi dan penggunaan sebuah teknologi dimasa mendatang.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Menurut Ghozali & Latan, (2016), Uji validitas merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur valid atau tidak valid variabel eksogen dan variabel endogen. Pengukuran dianggap valid apabila melakukan sesuatu yang memang harus dilakukan dan mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Apabila pengukuran dianggap tidak valid, maka menjadi percuma penilaian yang dilakukan karena melakukan dan atau mengukur sesuatu yang seharusnya tidak dilakukan dan atau diukur. Indikator validitas dapat dilihat dengan cara mengevaluasi model

pengukuran (outer model). Outer model mendefinisikan hubungan antar variabel laten dengan indikator – indikatornya atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Pengukuran dianggap valid apabila nilai Convergent validity adalah nilai loading factor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan lebih dari 0,5. Uji yang dilakukan pada outer model:

- (1) *Convergent Validity*. Nilai *convergen validity* adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator – indikatornya. Nilai yang diharapkan  $> 0.5$ .
- (2) *Discriminant Validity*. Discriminant validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai dengan cara membandingkan akar kuadrat AVE harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk laten.
- (3) *Composite Reability*. Data yang memiliki *composite reliability*  $> 0.7$ .
- (4) *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE yang diharapkan  $> 0.5$ .

Uji diatas merupakan uji yang dilakukan pada outer model untuk indikator reflektif. Sedangkan untuk indikator formatif, uji yang dilakukan antara lain:

- (1) *Significance of weights*. Nilai *weight* indikator formatif dengan konstraknya harus signifikan.
- (2) *Multicollinearity*. Uji ini untuk mengetahui hubungan antar indikator, indikator formatif mengalami multicollinearity dapat diketahui dengan nilai VIF. Nilai VIF antara 5 – 10 bisa disimpulkan mengalami multicollinearity.

Menurut Ghazali & Latan, (2016), Reliabilitas adalah tingkat stabilitas dan konsisten dari suatu alat pengukuran atau skor. Uji reliabilitas digunakan sebagai alat penguji konsistensi dari alat ukur yang digunakan untuk pengukuran. Uji reliabilitas dapat diukur dengan menggunakan evaluasi model struktural (*inner model*) yang dapat dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel laten. Model struktural (*inner*

*model*) dievaluasi dengan melihat prosentase variance yang dijelaskan pada nilai *R-square* kurang dari sama dengan 0,70 menunjukkan bahwa suatu model kuat, kurang dari sama dengan 0,45 menunjukkan bahwa suatu model moderate, dan kurang dari sama dengan 0,25 menunjukkan suatu model itu lemah

### Analisis Deskriptif

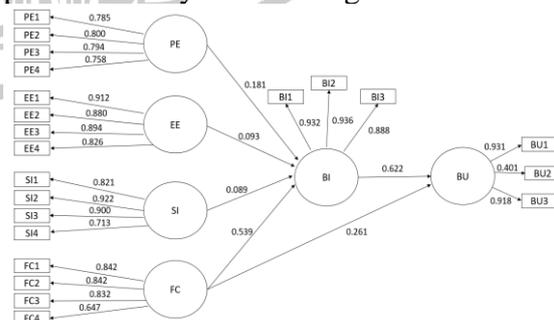
Penelitian analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan hasil penelitian berdasarkan jawaban responden mengenai variabel. Data yang diperoleh melalui kuesioner yang hasilnya dapat disimpulkan. Variabel dari penelitian ini *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence*, *Facilitating conditions* dan minat.

### Analisis Statistik

Analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan alat uji yaitu *partial least square (PLS)*. *Partial Least Square (PLS)* merupakan salah satu teknik dari *Structural Equation Modelling (SEM)* yang berbasis variance. Analisis PLS-SEM melalui dua tahap, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

### Uji Validitas dan Reliabilitas

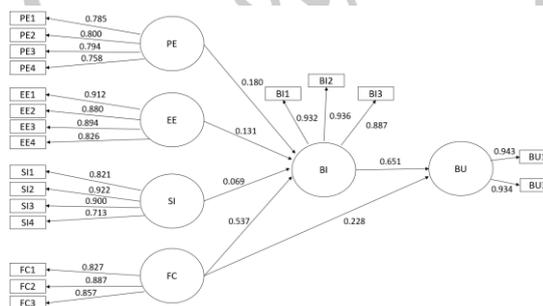
Pada penelitian ini, telah terkumpul sebanyak 113 responden yang telah memenuhi kriteria. Pernyataan pada kuesioner dapat dikatakan valid apabila memiliki *loading factor*  $> 0,7$  dan *composite reliability*  $> 0,7$ , (Ghozali & Latan, 2016). Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dinyatakan sebagai berikut:



Gambar 5

## Model Uji Validitas dan Reliabilitas Pertama

Instrumen penelitian dikatakan valid apabila memiliki nilai *outer loadings* diatas 0,60 dan nilai *Average Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,50. Jika *Composite reliability* dan *Cronbach alpha* diatas 0,70 maka konstruk tersebut dikatakan reliabel, (Ghozali & Latan, 2016). Berdasarkan uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat beberapa instrumen dari variabel yang memiliki nilai dibawah 0,60 yaitu instrumen BU2 dan FC4. Pada penelitian ini tidak terdapat nilai AVE dibawah 0,50. Nilai dari *Composite Reliability* menunjukkan diatas angka 0,70. Sedangkan nilai dari *Cronbach alpha* terdapat nilai dibawah 0,70 yaitu pada variabel perilaku pengguna. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian belum reliabel dan belum valid. Peneliti menghapus dari indikator-indikator yang memiliki nilai *outer loadings* dibawah 0,60 dan menguji kembali instrumen penelitian. Berikut ini adalah hasil dari pengujian kembali instrument penelitian yang sudah dihapus beberapa indikatornya:



Gambar 6  
Model Uji Validitas dan Reliabilitas Kedua

Berdasarkan uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat instrumen yang memiliki *outer loadings* dibawah 0,60. Kemudian nilai AVE untuk tiap variabel sudah menunjukkan di atas 0,50. Nilai dari *Composite Reliability* juga sudah menunjukkan diatas angka 0,70 dan tidak terdapat nilai dibawah 0,70 pada *Cronbach*

*alpha*. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian sudah valid dan reliabel.

## Hasil uji model pengukuran

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengukur sejauh mana tingkat validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian.

### 1. Hasil Uji Validitas

#### a. Validitas Konvergen

Pengujian terhadap validitas konvergen dilakukan untuk mengetahui item-item instrumen yang dapat digunakan sebagai indikator dari seluruh variabel laten. Indikator konstruk dikatakan validitas jika memiliki nilai korelasi di atas 0.70 (Ghozali & Latan, 2016). Pengukuran validitas konvergen ini dilakukan dengan melihat besarnya *outer loading* (*cross loading*) dari indikator konstruk.

#### b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan ini dilakukan dengan cara menilai *cross loading* setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Suatu konstruk dibandingkan dengan konstruk lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang cukup jika *cross loading* untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya dalam model pada output PLS dalam tabel berikut:

	BI	BU	EE	FC	PE	SI
BI1	0.932	0.810	0.613	0.718	0.595	0.567
BI2	0.936	0.744	0.607	0.747	0.693	0.570
BI3	0.887	0.735	0.512	0.706	0.549	0.634
BU1	0.809	0.943	0.573	0.718	0.623	0.621
BU3	0.748	0.934	0.556	0.671	0.537	0.605
EE1	0.563	0.514	0.912	0.537	0.620	0.450
EE2	0.515	0.478	0.880	0.433	0.603	0.436
EE3	0.594	0.590	0.894	0.602	0.627	0.481
EE4	0.536	0.526	0.826	0.629	0.556	0.525
FC1	0.614	0.569	0.534	0.827	0.528	0.603
FC2	0.678	0.675	0.482	0.887	0.574	0.613
FC3	0.727	0.655	0.600	0.857	0.586	0.640
PE1	0.409	0.366	0.582	0.421	0.785	0.480
PE2	0.548	0.440	0.528	0.506	0.800	0.548
PE3	0.544	0.596	0.550	0.554	0.794	0.462
PE4	0.562	0.512	0.502	0.558	0.758	0.484
SI1	0.432	0.366	0.390	0.567	0.518	0.821
SI2	0.511	0.555	0.500	0.602	0.579	0.922
SI3	0.559	0.565	0.455	0.615	0.528	0.900
SI4	0.608	0.648	0.446	0.619	0.488	0.713

Berdasarkan hasil nilai *cross loading* pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *outer loading* (*cross loading*) sudah sesuai dengan syarat, yaitu di atas 0,60. Hasil uji ini dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik.

## 2. Hasil uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan indikator dalam mengukur konstruk penelitian. Uji reliabilitas diukur dengan dua kriteria, yaitu *composite reliability* dan *cronbach alpha*, konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* di atas 0.70, (Ghozali & Latan, 2016).

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Minat Perilaku	0.907	0.942
Perilaku Pengguna	0.865	0.936
Effort Expectance (Ekspektasi Usaha)	0.901	0.931
Facilitating Condition (Kondisi yang memfasilitasi)	0.819	0.892
Performance Expectance (Ekspektasi Kinerja)	0.793	0.865
Social Influence (Pengaruh Sosial)	0.862	0.907

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas untuk seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan juga nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dinyatakan reliabel (Ghozali & Latan, 2016).

## Hasil uji model structural

Model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness-fit* model. Selanjutnya, melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan melihat hasil nilai pada *path coefficients* (Mean, STDEV, T-Values, p-value), (Ghozali & Latan, 2016).

### 1. goodness-fit model

	R-square
Minat Perilaku	0.670
Perilaku Pengguna	0.710

Pengujian *R-squared* ( $R^2$ ) merupakan cara untuk mengukur tingkat *Goodness of Fit*

(GOF) suatu model struktural. Nilai *R-square* kurang dari sama dengan 0,70 menunjukkan bahwa suatu model kuat, kurang dari sama dengan 0,45 menunjukkan bahwa suatu model moderate dan kurang dari sama dengan 0,25 menunjukkan suatu model itu lemah. Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat nilai *R-square* pada minat perilaku sebesar 0,670 yang berarti bahwa konstruk minat perilaku yang dijelaskan oleh konstruk *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), dengan presentase 67%. Sementara sisanya sebesar 33% dijelaskan oleh konstruk lain diluar penelitian. Selain itu, *R-square* pada perilaku pengguna sebesar 0,710 yang berarti bahwa konstruk perilaku pengguna yang dijelaskan oleh konstruk *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) dan minat perilaku dengan presentasi 71%. Sementara sisanya sebesar 29% dijelaskan oleh konstruk lain diluar penelitian. Pengujian selanjutnya ialah dengan melihat signifikansi pengaruh antar variabel pada *path coefficients*.

## PEMBAHASAN

Hipotesis	Original Sample	T Statistic	P Value	Keterangan
H1 Performance Expectance (Ekspektasi Kinerja) -> Minat Perilaku	0.180	1.666	0.096	H1= Tidak Didukung
H2 Effort Expectance (Ekspektasi Usaha) -> Minat Perilaku	0.131	1.192	0.234	H2= Tidak Didukung
H3 Social Influence (Pengaruh Sosial) -> Minat Perilaku	0.069	0.982	0.327	H3= Tidak Didukung
H4 Facilitating Condition (Kondisi Yang Memfasilitasi) -> Minat Perilaku	0.537	5.556	0.000	H4= Didukung
H5 Facilitating Condition (Kondisi Yang Memfasilitasi) -> Perilaku Pengguna	0.228	2.039	0.042	H5= Didukung
H6 Minat Perilaku -> Perilaku Pengguna	0.651	6.328	0.000	H6= Didukung

### H1: Pengaruh performance expectancy terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan mobile banking dalam bertransaksi

Hasil dari hipotesis satu menunjukkan bahwa *performance expectance* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking*

dalam bertransaksi. Hubungan antara *performance expectance* (ekspektasi kinerja) dengan minat perilaku adalah berpengaruh positif, hal tersebut dapat dilihat dari nilai original sample sebesar 0.180. *Performance expectance* (ekspektasi kinerja) didefinisikan sebagai tingkatan dimana individu yakin dengan menggunakan teknologi yang diadopsi akan memberikan manfaat baginya ketika melakukan aktivitas tertentu dan akan meningkatkan kinerja mereka (Venkatesh et al., 2003).

Nilai t-statistic sebesar 1.666 atau kurang dari 1.96 dan nilai p-value sebesar 0.096 atau  $\geq 0.05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *performance expectance* (ekspektasi kinerja) dengan minat perilaku adalah tidak signifikan. Hal ini berarti pengusaha UMKM tidak merasa bahwa menggunakan *mobile banking* akan meningkatkan kinerja mereka. Kemudian, cepatnya penyelesaian tugas pengusaha UMKM juga tidak memengaruhi individu tersebut untuk minat menggunakan *mobile banking*. Hal tersebut dapat dinilai karena kebanyakan pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* hanya untuk kesenangan dan kepuasan kepentingan pribadi. Maka dari itu, bagi penyedia layanan *mobile banking* diharapkan bisa memberikan fasilitas pelayanan *mobile banking* yang dapat berhubungan dengan pekerjaan pengusaha UMKM sehingga dapat membantu kinerja pengusaha UMKM lebih baik dan terselesaikan lebih cepat. Maka dapat disimpulkan bahwa masih banyak pengusaha UMKM di Tulungagung yang menggunakan layanan *mobile banking* untuk pemenuhan kebutuhan pribadinya bukan untuk peningkatan kinerja.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian (Venkatesh et al., 2003; Ghalandari, 2012; Mufingatun Dkk, 2020; Oliveira Dkk, 2014; Pertiwi & Ariyanto, 2017; Premi & Widyaningrum, 2020; Raza Dkk, 2019; Yu, 2012). Dalam hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang digunakan

yaitu *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). Model UTAUT merupakan model penerimaan teknologi dan merupakan salah satu model yang digunakan untuk menjelaskan alasan individu menggunakan teknologi di atas teknologi lainnya. Model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap teknologi informasi. Perbedaan ini mungkin disebabkan dari faktor geografis penelitian dan budaya negara setempat. Dapat disimpulkan bahwa pengusaha UMKM dalam menggunakan layanan *mobile banking* tidak dikaitkan dengan pekerjaan mereka dan pengusaha UMKM di Tulungagung belum merasa bahwa penggunaan *mobile banking* memiliki dampak pada penghematan waktu untuk peningkatan kinerja. Selain itu, layanan *mobile banking* dinilai kurang bermanfaat dalam proses bisnisnya khususnya untuk memperoleh penghasilan per bulan dan layanan *mobile banking* dinilai tidak meningkatkan kinerja mereka. Hasil penelitian yang serupa ditunjukkan oleh penelitian Owusu Kwateng dkk., (2019) dan Purwanto & Loisa, (2020)

**H2: Pengaruh *effort expectancy* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.**

Nilai t-statistik sebesar 1.192 atau kurang dari 1.96 dan nilai p-value 0.234 atau  $\geq 0.05$ , sehingga pengaruhnya tidak signifikan. Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa hubungan antara *effort expectancy* (ekspektasi usaha) dengan minat perilaku adalah berpengaruh positif, hal tersebut dapat dilihat dari nilai original sample sebesar 0.131. *Effort Expectancy* (ekspektasi usaha) didefinisikan sebagai kemudahan individu dalam mengoperasikan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Kemudahan dalam mengoperasikan teknologi khususnya *mobile banking* didefinisikan sebagai suatu keyakinan dimana seseorang berpikir bahwa penggunaan layanan *mobile banking* tersebut dapat dengan mudah

untuk dipahami, dipelajari dan digunakan (Nugraha & Atahau, 2018).

Berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa *effort expectancy* (ekspektasi usaha) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hal ini disebabkan karena penyedia layanan *mobile banking* sudah merancang sistem penggunaan *mobile banking* dengan mudah dari awal sehingga kemudahan bukanlah salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku pengusaha UMKM dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Dalam penelitian ini juga ditunjukkan bahwa minat perilaku menggunakan layanan *mobile banking* paling dipengaruhi oleh *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) sehingga ketika konsumen sudah merasa senang menggunakan layanan *mobile banking* secara otomatis konsumen tersebut juga merasa mudah menggunakannya. Adanya fasilitas-fasilitas pendukung seperti ketersediaan ponsel dan koneksi internet maupun tutorial pemakaian layanan *mobile banking* yang mempermudah dan menarik konsumen untuk tertarik menggunakan layanan tersebut. Dasar-dasar itu juga menjadi alasan faktor *effort expectancy* (ekspektasi usaha) bukanlah faktor yang mendukung dalam penggunaan layanan *mobile banking* pada pengusaha UMKM di Tulungagung dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian (Ghalandari, 2012; Mufingatun et al., 2020; Premi & Widyaningrum, 2020; Purwanto & Loisa, 2020; Raza et al., 2019; Venkatesh et al., 2003) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan *effort expectancy* (ekspektasi usaha) pada minat penggunaan teknologi. Sedangkan hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian (Oliveira et al., 2014; Owusu Kwateng et al., 2019; Pertiwi & Ariyanto, 2017; Yu, 2012) yang menunjukkan hasil bahwa *effort expectancy*

(ekspektasi usaha) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan *mobile banking*.

### **H3: Pengaruh *social influence* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi**

Hasil dari hipotesis tiga menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Nilai original sample pada tabel 4.12 menunjukkan hasil 0.069. hal tersebut menunjukkan bahwa *social influence* (pengaruh sosial) memiliki pengaruh positif terhadap minat perilaku pengusaha UMKM dalam menggunakan *mobile banking*. *Social influence* (pengaruh sosial) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan dimana individu merasa bahwa orang-orang penting disekitarnya (seperti keluarga dan teman) percaya mereka harus menggunakan suatu teknologi tertentu untuk menunjang aktivitasnya.

Hasil nilai t-statistik sebesar 0.982 atau kurang dari 1.96 dan nilai p-value 0.327 atau  $\geq 0.05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa *social influence* (pengaruh sosial) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti pengusaha UMKM merasa tidak adanya pengaruh orang-orang disekitarnya untuk mendorong pengusaha UMKM tersebut menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian (Ghalandari, 2012; Makanyeza, 2016; Mufingatun et al., 2020; Premi & Widyaningrum, 2020; Raza et al., 2019; Yu, 2012) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara *social influence* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking*. Perbedaan ini mungkin disebabkan karena perbedaan geografis dan objek penelitian yang dilakukan. Sedangkan hasil dari penelitian ini sejalan

dengan penelitian (Oliveira et al., 2014; Owusu Kwateng et al., 2019; Pertiwi & Ariyanto, 2017; Purwanto & Loisa, 2020).

**H4: Pengaruh *facilitating conditions* terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.**

Hasil dari hipotesis empat menunjukkan bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Nilai original sample pada tabel 4.12 menunjukkan hasil 0.537. Hal tersebut menunjukkan bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh positif terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking*. *Facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) didefinisikan sebagai persepsi individu tentang media berupa perangkat dan dukungan yang tersedia untuk melakukan suatu perilaku, (Venkatesh et al., 2003).

Hasil nilai t-statistik sebesar 5.556 atau lebih dari 1.96 dan nilai p-value 0.000 atau  $< 0.05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hal ini berarti pengusaha UMKM merasa adanya kondisi pendukung seperti keterampilan, ponsel, koneksi internet, dan keamanan akan mendorong pengusaha UMKM dalam minat perilaku menggunakan layanan *mobile banking*.

Kondisi yang memfasilitasi ini membentuk persepsi pengusaha UMKM bahwa mereka tidak perlu khawatir jika mendapatkan kesulitan ketika menggunakan layanan *mobile banking* karena pengusaha UMKM sudah memiliki kepercayaan bahwa orang-orang disekitarnya bisa membantu pengusaha UMKM untuk menggunakan layanan *mobile banking* seperti pelayan kasir atau orang yang ditemui dalam satu toko yang

sama. Dapat disimpulkan bahwa adanya faktor kondisi yang memfasilitasi memang mendorong pengusaha UMKM untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Perusahaan penyedia layanan tersebut harus memperluas kerjasama dengan *merchant-merchant* sehingga pengusaha UMKM bisa menikmati penggunaan *mobile banking* dimana saja dan kapan saja baik transaksi pembelian ritel atau tidak. Kemudian, peningkatan layanan lain yang bisa dilakukan ialah dengan menambah akses *mobile banking* pada transaksi keuangan lainnya selain untuk jual beli. Kemudian, tidak semua pengusaha UMKM memiliki pengetahuan yang sama sehingga perusahaan penyedia layanan jasa tersebut bisa memberikan tutorial penggunaan *mobile banking* sehingga pengusaha UMKM akan merasa mudah untuk menggunakannya. Tutorial ini akan sangat bermanfaat terutama bagi pengusaha UMKM yang baru mengenal teknologi sehingga hal semacam ini sangat penting diperhatikan.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan yaitu *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)*. Model UTAUT merupakan model penerimaan teknologi dan merupakan salah satu model yang digunakan untuk menjelaskan alasan individu menggunakan teknologi di atas teknologi lainnya. Model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap teknologi informasi. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Premi & Widyaningrum, 2020; Purwanto & Loisa, 2020; Raza et al., 2019) yang menyatakan bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) dapat mengendalikan minat perilaku individu pada konteks teknologi. Adanya fasilitas pendukung untuk individu secara langsung seperti keterampilan, ponsel, koneksi internet, dan keamanan akan berdampak pada perilaku individu secara langsung juga terhadap teknologi yang digunakan.

**H5: Pengaruh *facilitating conditions* terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM**

Hasil dari hipotesis lima menunjukkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM. Nilai original sample pada tabel 4.12 menunjukkan hasil 0.228. hal tersebut menunjukkan bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking*. Hasil nilai t-statistik sebesar 2.039 atau lebih dari 1.96 dan nilai p-value 0.042 atau  $< 0.05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.

*Facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) ini membentuk persepsi pengusaha UMKM bahwa mereka tidak perlu khawatir jika mendapatkan kesulitan ketika menggunakan layanan *mobile banking* karena pengusaha UMKM sudah memiliki kepercayaan bahwa orang-orang disekitarnya bisa membantu pengusaha UMKM untuk menggunakan layanan *mobile banking* seperti pelayan kasir atau orang yang ditemui dalam satu toko yang sama. Dapat disimpulkan bahwa adanya faktor kondisi yang memfasilitasi memang mendorong pengusaha UMKM untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Ghalandari, 2012; Mufingatun et al., 2020; Oliveira et al., 2014; Premi & Widyaningrum, 2020; Yu, 2012) yang menyatakan bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) dapat mengendalikan perilaku pengguna individu pada konteks teknologi. Adanya fasilitas pendukung untuk individu secara langsung seperti keterampilan, ponsel, koneksi internet, dan keamanan akan

berdampak pada perilaku individu secara langsung juga terhadap teknologi yang digunakan.

**H6: Pengaruh minat perilaku terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM**

Hasil dari hipotesis enam menunjukkan bahwa minat perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM. Nilai original sample pada tabel 4.12 menunjukkan hasil 0.651. hal tersebut menunjukkan bahwa minat perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *mobile banking*. Hasil nilai t-statistik sebesar 6.328 atau lebih dari 1.96 dan nilai p-value 0.000 atau  $< 0.05$ , hal tersebut menunjukkan bahwa bahwa minat perilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi.

Minat merupakan keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi dengan tujuan – tujuan yang diinginkannya. Untuk menjaga konsistensi dengan teori yang mendasari untuk semua model *intention*, diharapkan minat perilaku akan mempunyai pengaruh positif yang signifikan pada perilaku penggunaan teknologi, (Venkatesh et al., 2003). Hal ini berarti pengusaha UMKM merasa memiliki minat dalam melakukan transaksi menggunakan layanan *mobile banking* dan akan mempengaruhi perilaku pengusaha UMKM dalam menggunakan layanan *mobile banking* dalam bertransaksi. Dalam model UTAUT menunjukkan seberapa tinggi tingkat minat perilaku akan mempengaruhi tingkat perilaku penggunaan suatu teknologi. Artinya, dalam penggunaan teknologi, konstruk ini mencerminkan tingginya minat perilaku menggunakan layanan *mobile banking* akan menentukan seberapa tinggi penggunaan teknologi tersebut, dan dalam penelitian ini sudah sesuai dengan model UTAUT.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Venkatesh et al., (2003) yang menyatakan bahwa minat perilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi. Ini berarti bahwa keyakinan individu tentang penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan minat mereka dan pada akhirnya individu akan menggunakan teknologi informasi dalam pekerjaan mereka.

## KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban dari permasalahan serta pembuktian hipotesis penelitian dari hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

(1). Penelitian ini membuktikan bahwa *performance expectance* (ekspektasi kinerja) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa peningkatan kinerja pengusaha UMKM di Tulungagung dalam menyelesaikan sebuah pekerjaan tidak memengaruhi pengusaha UMKM tersebut untuk minat menggunakan layanan *mobile banking*. (2) Penelitian ini membuktikan bahwa *effort expectancy* (ekspektasi usaha) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hal ini berarti faktor *effort expectancy* (ekspektasi usaha) bukan menjadi alasan pengusaha UMKM minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini terjadi kemungkinan karena sejak awal *mobile banking* sudah dirancang secara mudah sehingga faktor kemudahan bukan menjadi masalah yang dihadapi pengusaha UMKM. (3) Penelitian ini menunjukkan bahwa *social influence* (pengaruh sosial) memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku pengusaha

UMKM dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti pengusaha UMKM merasa tidak adanya pengaruh orang-orang yang ada disekitarnya mendorong mereka untuk menggunakan layanan *mobile banking*. (4) Penelitian ini membuktikan bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hal ini berarti minat perilaku penggunaan layanan *mobile banking* mendorong pengusaha UMKM untuk menyadari bahwa terdapat kondisi-kondisi pendukung yang membantu perilaku pengusaha UMKM untuk berminat menggunakan layanan *mobile banking*. (5) Penelitian ini membuktikan bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengguna pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hal ini berarti adanya faktor kondisi yang memfasilitasi memang mendorong pengusaha UMKM untuk menggunakan layanan *mobile banking*. (6) Penelitian ini membuktikan minat perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM. Hal ini berarti pengusaha UMKM merasa memiliki minat dalam melakukan transaksi menggunakan layanan *mobile banking* dan mempengaruhi perilaku pengusaha UMKM dalam menggunakan layanan *mobile banking* dalam bertransaksi.

### Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang mungkin dapat memengaruhi hasil penelitian, antara lain:

(1) Penelitian ini menggunakan beberapa variabel yaitu *performance expectance* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh social), *facilitating conditions*

(kondisi yang memfasilitasi), minat perilaku penggunaan, dan perilaku penggunaan, penelitian ini belum menggunakan variabel-variabel potensial misalnya variabel motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. (2) Penelitian hanya dilakukan bagi responden yang memiliki usaha UMKM di Tulungagung dan hanya yang telah terdaftar di website marketplace “Lapak UMKM”.

### Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan yaitu kepada:

(1) Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas wilayah penyebaran kuesioner. Tidak hanya pengusaha UMKM di Tulungagung yang telah terdaftar di website marketplace “Lapak UMKM” saja. (2) Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan model dengan mempertimbangkan variabel potensial lain yang belum digunakan dalam penelitian ini misalnya variabel variabel motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Hal ini diharapkan mampu membuktikan lebih jauh mengenai pengaruh pada minat perilaku dan perilaku pengguna terhadap penggunaan layanan mobile banking. (3) Disarankan bagi perusahaan atau penyedia layanan *mobile banking* untuk memperluas kerjasama dengan merchant-merchant, meningkatkan layanan lain yang bisa dilakukan seperti dengan menambah akses mobile banking pada transaksi keuangan lainnya selain untuk jual beli, memberikan tutorial penggunaan mobile banking. Hal tersebut akan sangat bermanfaat terutama bagi pengguna layanan *mobile banking*. Sehingga perusahaan perlu untuk mempertimbangkan hal-hal tersebut dalam mengembangkan bisnisnya

### DAFTAR RUJUKAN

Basso, A. (2020). *Omzet Turun 60 persen, Dinkop dan UMKM Tulungagung Arahkan Pelaku Usaha ke Digital Marketing*.

<https://jatimtimes.com/baca/229628-20201125/161900/omzet-turun-60-persen-dinkop-dan-umkm-tulungagung-arahkan-pelaku-usaha-ke-digital-marketing>

Databoks. (2020a). *Kegiatan yang Akan Lebih Sering Dilakukan Orang Setelah Pandemi*.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/08/ini-kegiatan-yang-akan-lebih-sering-dilakukan-orang-setelah-pandemi>

Databoks. (2020b). *Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19*.

Jayani, Dwi Hadya. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbaspandemi-covid-19>

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota Is Collaborating with JSTOR to Digitize, Preserve and Extend Access to MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>

Ghalandari, K. (2012). The Effect of Performance Expectancy , Effort Expectancy , Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran : the Moderating Role of Age and Gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(6), 801–807.

Ghozali, I., & Latan, H. (2016). *Partial least squares concepts: Methods and applications using the WarpPLS 5.0 Program (Third Edition)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi (1st ed.)*. ANDI.

Katadata. (2020). *Tranformasi Digital*

- pada UMKM untuk Pemulihan Ekonomi Indonesia. [https://cdn1.katadata.co.id/media/files/pdf/2020/09/11/2020\\_09\\_11-09\\_31\\_59\\_tranformasi\\_digital\\_pada\\_umkm\\_untuk\\_pemulihan\\_ekonomi\\_indonesia.pdf](https://cdn1.katadata.co.id/media/files/pdf/2020/09/11/2020_09_11-09_31_59_tranformasi_digital_pada_umkm_untuk_pemulihan_ekonomi_indonesia.pdf)
- liputan6.com. (2020). *Menteri Teten: UMKM Jadi Penyangga Ekonomi di Tengah Terjangan Virus Corona*. Tiara Santia. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4194350/menteri-teten-umkm-jadi-penyangga-ekonomi-di-tengah-terjangan-virus-corona>
- Makanyeza, C. (2016). Determinants of Consumers' Intention to Adopt Mobile Banking Services in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 997–1017.
- Mudrajad, K. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (4th ed.). Erlangga.
- Mufingatun, M., Prijanto, B., & Dutt, H. (2020). Analysis of factors affecting adoption of mobile banking application in Indonesia: an application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 12(2), 88–106. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p88-106>
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian*. Prenzada Media Group.
- Nugraha, I. S., & Atahau, A. D. R. (2018). The Use Analysis of Internet Banking among SMEs Entrepreneurs. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(3), 542–556. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i3.1798>
- Oliveira, T., Faria, M., & Abraham, M. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34, 689–703.
- Owusu Kwateng, K., Osei Atiemo, K. A., & Appiah, C. (2019). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 18, 1369–1397.
- Pintubipar Saragih, S., & Nopriadi, N. (2019). Pengaruh Budaya Terhadap Actual Use Digital Payment System Pada Pelaku UMKM di Kota Batam. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 3(2), 63–67. <https://doi.org/10.30871/jaic.v3i2.1646>
- Premi, W. B., & Widyaningrum, W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 140–159. <https://doi.org/http://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080>
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia : UTAUT Model. *Technology Report of Kansai University*, 62(6), 2757–2767.
- Ramdhani, A. B., Rachmawati, I., Sidiq, F., & Prabowo, A. (2017). *Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan Utaut2 The Effect of Technology Adoption*

- Electronic Money Services Telkomsel Cash Using Utaut*. 4(1), 53–61.
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Statista. (2019). *Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Management*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tribunnews.com. (2020). *UMKM Bisa Jadi Penyangga Ekonomi di Tengah Kasus Virus Corona*. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/03/05/umkm-bisa-jadi-penyangga-ekonomi-di-tengah-kasus-virus-corona>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. 27(3), 425–478.
- www.afederasi.com. (2020). *Bupati Maryoto Launching Marketplace Lapak UMKM*. Deny Trisdianto. <https://www.afederasi.com/news/government/bupati-maryoto-launching-marketplace-lapak-umkm/>
- Yu, C. (2012). Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence from The Utaut Model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(2), 104–121