

**ANALISIS PERILAKU PENGGUNA APLIKASI INVESTASI REKSADANA BIBIT
(STUDI KASUS PENGGUNA YANG BERDOMISILI SURABAYA)****Dimas Dicky Saputra¹, Arista Pratama², Eristya Maya Safitri³**dickysaya87@gmail.com, aristapratama.si@upnjatim.ac.id,eristyamayasafitri.si@upnjatim.ac.id

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim

Abstract (English)

Companies operating in the investment services sector in Indonesia are experiencing several challenges due to viral applications under the guise of investment that deceive the public, however there is a mutual fund investment application that is still widely used in Indonesia, especially in the city of Surabaya, called bibit which this application created by the company PT Bibit Tumbuh Bersama. The aim of this research is to find out what factors influence the behavioral intention of bibit users domiciled in Surabaya towards bibit. The research method uses the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) from Venkatesh (2003) where it contains 4 variables independent such as Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, and Facilitating Conditions, with an addition of 2 constructs which are privacy enabler and privacy inhibitor and 1 dependent Behavioral Intention. In this research to acquire sampling, researcher using NonProbability sampling technique with Purposive Sampling type the number of samples in this study was 400 bibit application users domiciled in Surabaya. Research data was analyzed using PLS-SEM with SmartPLS 3 software

Based on the results of the analysis, researcher found that Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions had a positive and significant effect on behavioral intention because they were positive and had p values < 0.5 and t statistics > 1.96.

Article History*Submitted: 1 May 2024**Accepted: 15 May 2024**Published: 22 May 2024***Key Words**

Fintech, Bibit, UTAUT, SEM-PLS

Abstrak (Indonesia)

Perusahaan yang bergerak dibidang layanan investasi di Indonesia mengalami beberapa tantangan karena viralnya aplikasi berkedok investasi yang menipu masyarakat, namun terdapat aplikasi investasi reksadana yang tetap banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia terutama di kota Surabaya yaitu aplikasi bibit milik perusahaan PT Bibit Tumbuh Bersama Tujuan penelitian ini adalah mencari faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku (Behavioral Intention) pengguna aplikasi bibit berdomisili Surabaya terhadap aplikasi bibit, Metode penelitian menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dari Venkatesh (2003) dengan 4 variabel bebas yaitu Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, dengan penambahan 2 konstruk yaitu privacy enabler dan privacy inhibitor Bajunaied (2023) dan 1 variabel terikat yaitu Behavioral Intention. Pengambilan sampel menggunakan Teknik NonProbability sampling dengan jenis Purposive Sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 pengguna aplikasi bibit berdomisili Surabaya. Data penelitian dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan software SmartPLS 3 Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Condition, berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention karena bernilai positif dan memiliki p values < 0,5 serta t statistics > 1,96

Sejarah Artikel*Submitted: 1 May 2024**Accepted: 15 May 2024**Published: 22 May 2024***Kata Kunci**

Fintech, Bibit, UTAUT, SEM-PLS

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan di berbagai aspek kehidupan penduduk di Indonesia. Masyarakat dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan mereka seperti belanja yang kini bisa dilakukan secara online, mengirim pesanan secara online, dan banyak hal yang merasa terbantu dengan penggunaan teknologi terutama pada bidang manajemen finansial. Perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi cara masyarakat mengelola manajemen finansial mereka yang dahulu manajemen finansial hanya bisa dilakukan dengan manual dan cara yang konvensional, kini mengelola manajemen finansial dapat dengan mudah dilakukan dengan aplikasi investasi dan manajemen finansial salah satunya yaitu bibit.

Aplikasi bibit adalah aplikasi investasi reksadana dan saham yang dibuat oleh PT. Bibit Tumbuh Bersama yang memungkinkan pengguna untuk berinvestasi dengan mudah, membantu mengelola portofolio pengguna/investor. Dan memantau kinerja investasi secara realtime. Aplikasi bibit memiliki fitur robo advisor dimana fitur ini membantu pengguna pemula mengalokasikan dana investasi untuk memilih produk investasi yang cocok bagi pengguna berdasarkan profil risiko yang dimiliki oleh pengguna

Sebelum memutuskan untuk berinvestasi masyarakat harus memiliki literasi keuangan yang cukup agar memudahkan mereka dalam memahami aplikasi investasi dan jenis investasi yang dipilih karena persaingan teknologi finansial di Indonesia cukup populer. Beberapa aplikasi seperti bibit, bareksa dan Ajaib adalah aplikasi yang menguasai pasar menurut Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) calon pengguna harus memilih aplikasi yang cocok bagi pengguna karena setiap aplikasi memiliki fitur yang berbeda. Masyarakat juga harus berhati-hati karena maraknya aplikasi investasi bodong yang mengaku sebagai aplikasi investasi tetapi malah berujung kepada penipuan. Walau begitu masih terdapat aplikasi investasi yang masih populer digunakan masyarakat untuk berinvestasi salah satunya yaitu bibit, maka dari itu untuk meneliti masalah tersebut pada penelitian kali ini menggunakan metode UTAUT.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan sebuah model untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. Model UTAUT pertama kali digagas oleh Venkatesh et al (2003) dimana memiliki 4 konstruk utama yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition yang berperan dalam menentukan minat penggunaan dan tingkat terbiasa namun pada penelitian ini ditambahkan 2 konstruk tambahan yaitu privacy enabler dan privacy inhibitor sesuai rekomendasi dari Venkatesh et al (2021) untuk lebih menjelaskan pembelian produk secara online sehingga diharapkan dapat menjelaskan niat perilaku penggunaan aplikasi bibit terutama di Surabaya karena merupakan lingkungan penelitian

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan yang dijelaskan sebagai berikut.

A. Observasi

Observasi adalah tahapan awal yang dilakukan dengan tujuan menemukan permasalahan penelitian dalam hal ini yaitu perilaku pengguna aplikasi bibit khususnya pengguna yang berdomisili Surabaya dan tempat observasi penelitian ini yaitu grup facebook aplikasi bibit

B. Studi Literatur

Studi literatur adalah kegiatan yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, membaca, dan memahami kajian dengan cara mencari teori dari jurnal, buku serta website terkait perilaku pengguna (Warsiah., 2009). Dalam penelitian ini jurnal acuan yang digunakan adalah penelitian dari Bajunaied et al. (2023) dimana pada penelitian tersebut menjelaskan perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi finansial atau fintech di Saudi.

C. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membuat kuesioner dan menyebarkan kuesioner secara online melalui grup aplikasi bibit yang ada di sosial media facebook dengan menerapkan nonprobability sampling yaitu menggunakan kriteria seperti pengguna aplikasi bibit yang berdomisili Surabaya untuk menentukan sampling. Penentuan sampel minimal menggunakan rumus slovin yaitu.

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)}$$

n = sample size

N = population size

E = margin of error

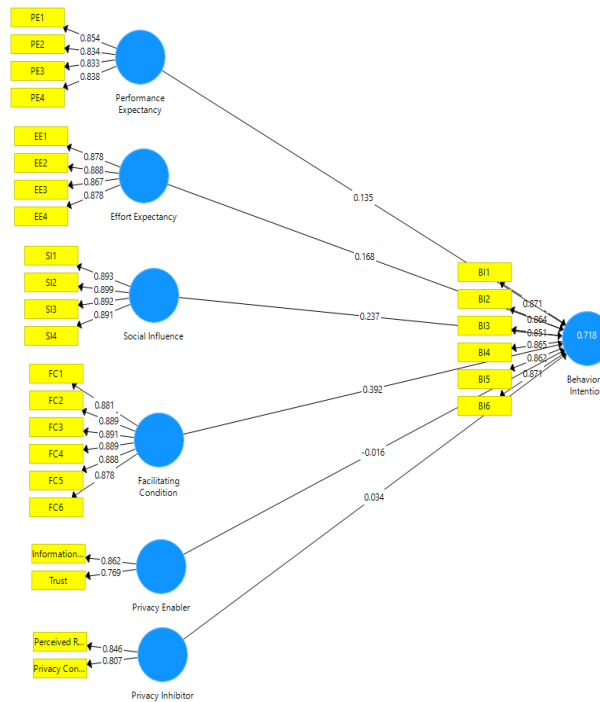
Dengan total populasi proyeksi penduduk Surabaya yaitu 2.997.547 dan menggunakan margin of error sebesar 5% maka didapatkan hasil jumlah sampel minimal yaitu 399,94 atau jika dibulatkan menjadi 400.

D. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan menggunakan teknik Structural Equation Model) dengan pendekatan Partial Least Square dimana dengan menggunakan teknik SEM-PLS dapat menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model baik berupa indikator dengan konstruk maupun konstruk dengan konstruk dengan basis varian (Hair et al., 2021).

Hasil dan Pembahasan

Hasil pada penelitian ini diolah menggunakan software SmartPLS 3 dengan tujuan menghitung hasil pengolahan data dari data yang sudah dikumpulkan sebelumnya dimana dari pengolahan data dilakukan beberapa evaluasi seperti outer model, inner model dan uji hipotesis



Gambar 1 Model Struktural Penelitian

1. Outer Model

Outer model adalah model pengukuran yang menjelaskan hubungan variabel laten dengan indikatornya (Hair et al, 2021). Hasil dari pengujian ini berupa nilai validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability dan nilai cronbach’s alpha (Abdillah dan Hartono, 2015).

Tabel 1 Convergent Validity

	loadings	Cronbach alpha	Composite reliability	AVE
Performance expectancy		0,861	0,905	0,705
PE1	0.854			
PE2	0.834			
PE3	0.833			
PE4	0.838			
Effort expectancy		0,901	0,931	0,771
EE1	0,878			
EE2	0,888			
EE3	0,867			
EE4	0,878			

Social Influence		0,916	0,941	0,799
SI1	0,893			
SI2	0,899			
SI3	0,892			
SI4	0,891			
Facilitating Condition		0,945	0,956	0,785
FC1	0,881			
FC2	0,889			
FC3	0,891			
FC4	0,889			
FC5	0,888			
FC6	0,878			
Behavioral Intention		0,932	0,946	0,746
BI1	0.871			
BI2	0.864			
BI3	0.851			
BI4	0.865			
BI5	0.862			
BI6	0.871			
Privacy Inhibitor		0,537	0,812	0,530
Privacy Concern	0,807			
Perceived Risk	0,846			
Privacy Enabler		0,550	0,799	0,575
Trust	0,769			
Information Richness	0,862			

Tabel 1 menjelaskan nilai convergent validity penelitian ini dimana pada outer loadings semua bernilai diatas batas ketentuan yang dijelaskan oleh Hair et al. (2017) yaitu sebesar 0,5 sehingga untuk outer loadings dikatakan lolos,

Cronbach's alpha pada tabel 1 menunjukan nilai diatas 0,5 sehingga menurut Hansjosten (2015) Cronbach alpha dapat dikatakan lolos

Composite reliability pada tabel 1 menunjukkan nilai diatas batas minimal composite reliability yang diterima menurut Hair et al. (2011) yaitu $> 0,7$ sehingga composite reliability dikatakan lolos

Average Variance Extracted (AVE) pada tabel 1 menunjukkan nilai diatas 0,5 menurut Ghazali & latan (2015) ave harus bernilai $>0,5$ sehingga nilai AVE pada penelitian ini dikatakan lolos evaluasi model

Tabel 2 Discriminant Validity

	BI	EE	FC	PE	Pre	Pri	SI
BI	0.864						
EE	0.723	0.878					
FC	0.794	0.725	0.886				
PE	0.715	0.664	0.754	0.840			
Pre	0.324	0.314	0.359	0.398	0.816		
Pri	0.662	0.675	0.699	0.699	0.371	0.827	
SI	0.721	0.684	0.674	0.656	0.337	0.640	0.894

Discriminant validity (validitas diskriminan) bertujuan untuk mengukur sejauh mana sebuah konstruk benar-benar berbeda atau bervariasi dari konstruk lainnya. Discriminant validity dapat diukur melalui nilai fornell-larcker dimana nilai ini adalah akar kuadrat dari nilai AVE, dimana nilai antar variabel laten yang sama harus lebih besar daripada nilai korelasi dengan variabel lainnya pada kolom yang sama (Larcker., 1981). Tabel 2 menunjukkan nilai antar variabel laten lebih besar daripada nilai korelasi variabel lainnya sehingga discriminant validity dapat dikatakan lolos evaluasi model

2. Inner Model

inner model, pengujian dilakukan untuk menggambarkan hubungan antar variabel laten (Hair et al., 2021). Langkah pengujian dimulai dari uji multikolinearitas lalu dilanjutkan uji R-Square dan F- Square

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

	BI	EE	FC	PE	Pre	Pri	SI
BI							
EE	2,663						
FC	3,179						
PE	2,888						
Pre	1,220						
Pri	2,529						

SI 2,334

◆ Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang berhubungan dengan variabel bebas lainnya dan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Nilai VIF harus bernilai kurang dari 5 dan apabila nilai VIF bernilai lebih dari 5 maka mengindikasikan terjadi masalah multikolinearitas (Hair et al, 2021). Tabel 3 menunjukkan nilai VIF yang bernilai kurang dari 5 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam penelitian.

Tabel 4 R-Square

Variable	R Square
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	0,718

R-Square digunakan untuk menjelaskan variasi dalam variabel endogen yang dijelaskan melalui variabel eksogen (Henseler et al., 2009). Tabel 4 menunjukkan bahwa behavioral intention menunjukkan nilai 0,718 sehingga dapat diartikan bahwa behavioral intention dapat dijelaskan oleh variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, privacy inhibitor, dan privacy enabler sebanyak 71,8%.

Tabel 5 Nilai F-Square

	<i>Behavioral Intention</i>	Keterangan
<i>Effort Expectancy</i>	0,038	Pengaruh Kecil
<i>Facilitating Condition</i>	0,172	Pengaruh Sedang
<i>Performance Expectancy</i>	0,022	Pengaruh Kecil
<i>Privacy Enablers</i>	0.001	Tidak ada Pengaruh
<i>Privacy Inhibitors</i>	0.002	Tidak Ada Pengaruh
<i>Social Influence</i>	0,085	Pengaruh kecil

Effect size atau F-square digunakan untuk mengukur perubahan nilai R-Square ketika konstruk tertentu dihilangkan dari model untuk mengevaluasi apakah konstruk yang dihilangkan memiliki dampak substantif (Suntara et al., 2023). Menurut Henseler et al (2009) jika effect size memiliki nilai antara 0.020 dan 0.150 menunjukkan konstruk eksogen memiliki pengaruh kecil, nilai antara 0.150 dan 0.350 memiliki pengaruh sedang dan nilai lebih dari 0.350 memiliki pengaruh besar pada konstruk endogen dan Jika nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek (Hair et al, 2017)

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan. Uji hipotesis dilakukan menggunakan proses bootstrapping pada aplikasi SmartPLS 3 dan berikut hasil uji hipotesis yang telah dilakukan

Tabel 6 Nilai Bootstrapping

	Hipotesis	Path Coefficient	T Statistics	P Values	Keterangan
PE - BI	H1	0,135	2,734	0,006	Diterima
EE - BI	H2	0,168	2,728	0,007	Diterima
SI - BI	H3	0,237	5,165	0,000	Diterima
FC - BI	H4	0,392	8,027	0,000	Diterima
PRe - BI	H5	-0,016	0,553	0,581	Ditolak
PRi - BI	H6	0,032	0,765	0,444	Ditolak

1. Pengaruh Performance Expectancy terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa hubungan antara PE dengan BI memiliki path coefficient bernilai positif sebesar 0,135 dengan p values sebesar 0,006 dan nilai T-statistics > 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa performance expectancy berpengaruh positif dan signifikan terhadap behavioral intention, maka H1 diterima

Penelitian Bajunaeid et al (2023) mendukung hasil penelitian ini, dimana dalam penelitian tersebut diketahui bahwa masyarakat konsumen di Saudi Arabia merasa yakin dan percaya menggunakan *fintech* membantu memaksimalkan kinerja mereka dalam mengelola aktivitas finansial mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Chan et al (2022) menjelaskan bahwa *performance expectancy* merupakan dimensi penting dari UTAUT, memungkinkan pengguna dalam memanfaatkan layanan *fintech* dengan percaya diri

2. Pengaruh Effort Expectancy terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa variabel effort expectancy menghasilkan path coefficient bernilai sebesar 0,168 dengan p values sebesar 0,007 dan nilai T-statistics > 1,96. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel effort expectancy terhadap variabel behavioral intention, sehingga berdasarkan hasil tersebut H2 diterima

Penelitian Bajunaeid et al (2023) mendukung hasil skripsi ini, dimana dalam penelitian tersebut diketahui bahwa konsumen di Saudi Arabia merasa menggunakan layanan *fintech* mudah dioperasikan dan mudah dimengerti, hasil ini selaras dengan penelitian terdahulu milik Rabaii (2021) yang menjelaskan bahwa jika *effort expectancy* bernilai tinggi oleh konsumen maka berarti mereka menggunakan layanan *fintech* tanpa memperdulikan detail

3. Pengaruh Social Influence terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa variabel social influence menghasilkan path coefficient bernilai sebesar 0,237 dengan p values sebesar 0,000 dan nilai T-statistics $> 1,96$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel social influence terhadap variabel behavioral intention, sehingga berdasarkan hasil tersebut H3 diterima.

Penelitian Bajunaeid et al (2023) memiliki hasil yang berbeda skripsi ini, dimana dalam penelitian tersebut diketahui bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Masyarakat saudi masih terikat oleh budaya/ajaran mereka jika salah satu saudara mereka menyarankan atau melarang mereka maka mereka akan mengikuti saran tersebut, hasil tersebut berbeda dengan penelitian Khatib Sulaiman et al. (2003) yang menjelaskan bahwa faktor *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan bank digital seabank di Indonesia

4. Pengaruh Facilitating Condition terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa variabel facilitating condition menghasilkan path coefficient bernilai sebesar 0,392 dengan p values sebesar 0,000 dan nilai T-statistics $> 1,96$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel facilitating condition terhadap variabel behavioral intention, sehingga berdasarkan hasil tersebut H4 diterima

Penelitian Bajunaeid et al (2023) mendukung hasil skripsi ini, dimana dalam penelitian tersebut diketahui bahwa konsumen di saudi merasa kondisi yang memfasilitasi mereka dirasa mendukung dalam mengoperasikan fintech maka dari itu variabel facilitating condition juga merupakan faktor penting konsumen dalam menggunakan layanan fintech.

5. Pengaruh Privacy Enabler terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa variabel privacy enablers menghasilkan path coefficient bernilai sebesar -0,016 dengan p values sebesar 0,581 dan nilai T-statistics $> 1,96$. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan dari variabel privacy enablers terhadap variabel behavioral intention, sehingga berdasarkan hasil tersebut H5 ditolak

Penelitian Bajunaeid et al (2023) menunjukkan hal yang berbeda dari hasil skripsi ini, dimana dalam penelitian tersebut diketahui bahwa konsumen di saudi arabia mempercayai data mereka yang disimpan oleh perusahaan penyedia layanan fintech dan informasi yang tersedia juga bisa diakses oleh pengguna. Penelitian yang dilakukan oleh Saprikis et al, (2022) menjelaskan bahwa trust atau kepercayaan merupakan faktor yang penting dalam niat perilaku calon pengguna m-banking tetapi hal tersebut tidak begitu berlaku bagi pengguna yang sudah menggunakan m-banking

6. Pengaruh Privacy Inhibitor terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui bahwa variabel *privacy inhibitors* menghasilkan *path coefficient* bernilai sebesar 0,032 dengan *p values* sebesar 0,444 dan nilai *T-statistics* < 1,96. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif antara *privacy concern* dan *perceived risk* terhadap *privacy inhibitor* namun tidak signifikan dari variabel *privacy inhibitors* terhadap variabel *behavioral intention*, sehingga berdasarkan hasil tersebut H6 ditolak

Penelitian (Bajunaied et al, 2023) mendukung hasil penelitian ini, dimana dalam penelitian tersebut diketahui bahwa konsumen di saudi arabia percaya menggunakan layanan fintech penuh dengan faktor resiko. Pada penelitian Kheira (2021) menyatakan bahwa layanan fintech di saudi arabia masih merupakan konsep yang baru di kalangan masyarakat, dimana Sebagian besar pengguna berpikir bahwa perusahaan penyedia layanan fintech mungkin bisa mencuri data dan menggunakannya untuk keperluan yang tidak baik

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan adalah variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*, memiliki nilai *path coefficient* positif dan nilai *p values* dibawah tingkat signifikansinya sehingga variabel tersebut adalah variabel yang signifikan dapat menjelaskan dan mempengaruhi perilaku (*Behavioral Intention*) pengguna aplikasi bibit yang berdomisili surabaya, sehingga agar aplikasi tetap digunakan (sustain) maka perlu menjaga dan meningkatkan kualitasnya terutama pada keempat faktor tersebut.

Referensi

- Bajunaied, K., Hussin, N., & Kamarudin, S. (2023). Behavioral intention to adopt FinTech services: An extension of unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100010>
- Chan, R., Troshani, I., Rao Hill, S., & Hoffmann, A. (2022). Towards an understanding of consumers' FinTech adoption: the case of Open Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 40(4), 886–917. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2021-0397>
- Danial, E., & Wasriah, N. (2009). Metode penulisan karya ilmiah. Bandung: Laboraturium Pendidikan Kewarganegaraan
- Hair, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use “PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use.” In *Organizational Research Methods, MIS Quarterly, and International Journal* (Vol. 1, Issue 2).
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). An Introduction to Structural Equation Modeling. Classroom Companion: Business, 1–29. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Hansjosten, H. (2015). *Scientific accuracy of the methodology*.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277–319. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Khatib Sulaiman, J., Fitriana, D., Kurniawan, D., & Sriwijaya, U. (n.d.). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan Bank Digital SeaBank menggunakan Modifikasi UTAUT2 dengan Security, Privacy, dan Trust. *Indonesian Journal of Computer Science Attribution*, 12(6), 2023–3986.
- Larcker, D. F. (1981). CLAES FORNELL Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. In *Journal of Marketing Research: Vol. XVIII*.
- Rabaai, A. (2021). An Investigation into the Acceptance of Mobile Wallets in the FinTech Era: An Empirical Study from Kuwait. *International Journal of Business Information Systems*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ijbis.2021.10038422>
- Saprikis, V., Avlogiaris, G., & Katarachia, A. (2022). A Comparative Study of Users versus Non-Users' Behavioral Intention towards M-Banking Apps' Adoption. *Information (Switzerland)*, 13(1). <https://doi.org/10.3390/info13010030>
- Suntara, A. A., Widagdo, P. P., & Kamila, V. Z. (2023). Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi Uang Kuliah Tunggal Universitas Mulawarman. *Kreatif Teknologi Dan Sistem Informasi (KRETISI)*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.30872/kretisi.v1i1.275>
- Venkatesh, V., Hoehle, H., Aloysius, J. A., & Nikkhah, H. R. (2021). Being at the cutting edge of online shopping: Role of recommendations and discounts on privacy perceptions. *Computers in Human Behavior*, 121. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106785>
- Venkatesh, V., Smith, R. H., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2003). *Quarterly USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW1*.