

PENERAPAN MODEL UTAUT2 UNTUK MENJELASKAN MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* DI KOTA DENPASAR

Ni Wayan Dewi Mas Yogi Pertiwi¹
Dodik Ariyanto²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: dewimasyogipertiwi@yahoo.co.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Mobile banking adalah sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk mendukung berbagai macam transaksi perbankan guna memperoleh efektifitas dan efisiensi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan *mobile banking* melalui penerapan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Penelitian bertempat di Kota Denpasar. Metode *sampling* menggunakan teknik *accidental sampling*. Data penelitian diperoleh melalui metode survei dengan teknik kuesioner. Analisis data penelitian menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*. Kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *mobile banking*.

Kata kunci: UTAUT2, minat penggunaan *mobile banking*, perilaku penggunaan *mobile banking*

ABSTRACT

Mobile banking is a service provided by the bank to support various banking transactions in order to gain effectiveness and efficiency. The research purpose is to explain the use intention and use behavior of *mobile banking* through the application of *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) model. The research took place in Denpasar. The sampling method used *accidental sampling*. Data were obtained through a survey method with questionnaire technique. Research data analysis used multiple linear regression. The results showed performance expectancy affects use intention of *mobile banking*. Habit and use intention affect use behavior of *mobile banking*.

Keywords: UTAUT2, use intention of *mobile banking*, use behavior of *mobile banking*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi mendorong munculnya peluang bisnis karena dirasa lebih efisien dan efektif terutama jika dilihat dari segi penghematan waktu.

Teknologi informasi juga diterapkan sebagai pendukung proses bisnis, termasuk juga bisnis perbankan. Dengan adanya teknologi informasi mampu memberikan kemudahan pelayanan transaksi dan akses informasi, serta menghubungkan pihak bank dengan nasabahnya melalui penggunaan internet.

Lembaga Perbankan Indonesia mulai menyelenggarakan kegiatan perbankan berbasis internet sejak pertengahan tahun 1998. Saat ini perkembangan pelayanan perbankan berbasis teknologi (*electronic banking*) dapat berupa *internet banking*, *mobile banking*, maupun penggunaan *automatic teller machine* (ATM) (Resita & Baridwan, 2015). Layanan *mobile banking* termuat pada Peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum dan juga termuat pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Resita & Baridwan, 2015). *Mobile banking* yakni layanan yang disediakan pihak bank yang mendukung beragam transaksi guna memperoleh efektifitas dan efisiensi. Melalui layanan ini, nasabah dapat bertransaksi non-tunai seperti transfer, cek saldo, serta pembayaran tagihan tanpa perlu datang ke ATM ataupun ke bank. Keunggulan lainnya yakni kerahasiaan *user-id* yang tidak dengan mudah diketahui oleh pihak lain.

Ditinjau dari uraian diatas, terdapat berbagai keuntungan melalui pemanfaatan *mobile banking*. Namun fenomena yang terjadi ialah masih sedikit nasabah yang menggunakan layanan ini. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh MARS Indonesia di 2013, terdapat sejumlah 1.710 nasabah yang berasal dari lima kota besar di Indonesia (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Medan), namun tingkat kepemilikan *mobile banking* adalah sebesar 41,2%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat 58,8% nasabah yang belum memiliki layanan ini.

Penyebab tingginya jumlah nasabah yang masih belum mengadopsi layanan *mobile banking* meskipun banyak manfaat yang diperoleh adalah kurangnya sosialisasi oleh pihak bank. Selain itu, menurut Hartono (2007:1) masih banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapan suatu sistem informasi meskipun kualitas teknis sistem tersebut sudah meningkat.

Berbagai macam model penelitian telah dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat dan penggunaan suatu sistem teknologi. Salah satu yang terbaru adalah model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). UTAUT adalah model penerimaan dan penggunaan teknologi yang menyatukan fitur-fitur terbaik dari delapan teori penerimaan teknologi lainnya. UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003). Model UTAUT dipengaruhi langsung oleh empat konstruk utama yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial dan kondisi yang memfasilitasi.

Semakin pesatnya perkembangan teknologi menjadi salah satu alasan diperlukannya pengembangan baru dari model UTAUT. Hasil dari pengembangan model UTAUT ini dinamakan model UTAUT2. Tiga konstruk ditambahkan yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan, memperluas UTAUT ke UTAUT2. Tujuan dari model UTAUT2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan mengenalkan hubungan baru (Venkatesh *et al.*, 2012).

Hasil analisis model UTAUT oleh Venkatesh *et al.* (2003) masih mempunyai beberapa kelemahan. Salah satunya instrumen konstruk faktor sosial

berasal dari konstruk bahwa orang bertindak hanya karena dipengaruhi oleh orang yang ada disekitarnya, belum memasukkan konstruk tanggung jawabnya ke alam, tingkat spiritualitas individu, dan individu sebagai agen perubahan yang bersifat aktif (Ariyanto, 2014). Model UTAUT berbasis pada masalah perilaku manusia, maka diperkirakan penerapan model UTAUT melalui aplikasi, teknologi, dan pemakai pada industri yang sama dapat memberikan hasil yang tidak sama karena adanya perbedaan budaya, baik itu pada tingkatan budaya organisasi dan budaya lokal atau budaya daerah (Ariyanto, 2014). Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini menggunakan rekonstruksi definisi dan pengukuran konstruk faktor sosial dari perspektif budaya organisasi dan tingkat spiritual dengan mengganti konstruk faktor sosial menjadi faktor sosial budaya yang bersumber dari penelitian Ariyanto (2014).

Rumusan masalah yang diajukan yaitu apakah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, serta nilai harga berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking*, kemudian apakah kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, serta minat penggunaan berpengaruh pada perilaku penggunaan *mobile banking*. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk memahami pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, serta nilai harga pada minat penggunaan *mobile banking*, kemudian guna memahami pengaruh kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, serta minat penggunaan pada perilaku penggunaan *mobile banking*.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis kepada pihak terkait, yakni dapat digunakan sebagai salah satu hasil studi empiris untuk

memberikan pemahaman, gambaran dan wawasan untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan *mobile banking* di Kota Denpasar dengan menerapkan model UTAUT2. Manfaat praktis penelitian ini yakni dapat menjadi referensi bagi manajemen bank untuk meningkatkan kualitas pelayanan *mobile banking*. Selain itu juga dapat mengedukasi masyarakat mengenai layanan *mobile banking* yang penggunaannya dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan, dalam hal ini transaksi non tunai.

Model UTAUT adalah model penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikemukakan oleh Venkatesh *et al.* (2003). Tersusun atas teori-teori dasar mengenai penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi, UTAUT menyatukan karakteristik terbaik yang berasal dari delapan teori penerimaan teknologi lainnya. UTAUT disusun atas empat faktor penentu langsung yang bersifat signifikan terhadap minat pemanfaatan dan penggunaan sistem informasi, yaitu: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial serta kondisi yang memfasilitasi (Venkatesh *et al.*, 2003). UTAUT terbukti hingga 70% lebih berhasil dalam menjelaskan varian niat menggunakan teknologi dibandingkan kedelapan teori yang lain (Venkatesh *et al.*, 2003).

Model UTAUT2 merupakan pengembangan lebih lanjut dari model UTAUT, dimana UTAUT2 mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi dalam konteks konsumen (Venkatesh *et al.*, 2012). Tujuan dari model UTAUT2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan

mengenalkan hubungan baru (Venkatesh *et al.*, 2012). Tiga konstruk ditambahkan yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan, memperluas UTAUT ke UTAUT2.

Ekspektasi kinerja merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa melalui penggunaan sistem dapat membantu dirinya guna memperoleh keuntungan kinerja dalam aktivitasnya (Venkatesh *et al.*, 2003). Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai kemudahan penggunaan suatu sistem dapat mengurangi upaya berupa tenaga dan waktuseorang dalam beraktivitas (Venkatesh *et al.*, 2003).

Faktor sosial adalah taraf kepercayaan seseorang terhadap lingkungan sosialnya yang meyakinkan dirinya untuk menggunakan suatu sistem yang baru (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian Ariyanto (2014) merekonstruksi definisi dan pengukuran konstruk faktor sosial dari perspektif budaya organisasi dan tingkat spiritual dengan mengganti konstruk faktor sosial sebagai faktor sosial budaya. Budaya yang diadopsi pada konstruk ini yaitu budaya masyarakat Bali, Tri Hita Karana (THK). THK mengandung elemen *parahyangan*, *palemahan*, dan *pawongan*. Konsep *parahyangan* merupakan pendorong moral bagi individu untuk selalu berusaha secara gigih, tekun, tulus, dan ikhlas untuk ikut berperan dalam proses penerimaan serta penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi informasi (Ariyanto, 2014). Konsep *palemahan* akan menjadi spirit proses pengadopsian dan pemanfaatannya karena selalu mengutamakan manfaat, efektivitas, dan keberlanjutan (Ariyanto, 2014). Konsep *pawongan* mengandung makna bahwa proses penerimaan serta penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis teknologi informasi tidak bisa lepas dari proses kerja sama, inisiatif, dan

kerja keras yang dilandasi sifat humanis, harmonis, dan kebersamaan (Ariyanto, 2014).

Kondisi yang memfasilitasi, menurut hasil penelitian Venkatesh *et al.* (2003), dipahami sebagai taraf kepercayaan seorang individu jika organisasi dan infrastruktur teknis yang adapat membantu penggunaan suatu sistem. Motivasi hedonis didefinisikan sebagai hal menyenangkan atau kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi, serta terbukti berperan penting guna menentukan pengadopsian dan penggunaan teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Nilai harga merupakan persepsi kesenjangan antara manfaat penggunaan suatu teknologi dengan tarif yang dikenakan dalam penggunaannya (Dodds *et al.*, 1991). Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang cenderung untuk berperilaku secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya (Limayem *et al.*, 2007).

Sistem pada organisasi yang menautkan kebutuhan pengelolaan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi serta menghasilkan laporan bagi pihak luar yang berkepentingan disebut dengan sistem informasi (Handayani, 2005). Sistem informasi akuntansi merupakan struktur terpadu yang memanfaatkan sumber daya fisik serta komponen guna mengubah data ekonomi menjadi informasi akuntansi kepada pengguna internal dan eksternal (Wilkinson, 2000). Pemrosesan transaksi yang dahulu dilakukan secara manual kini telah bergeser menjadi sistem terkomputerisasi. Sistem akuntansi terkomputerisasi dibagi menjadi dua kelompok besar yakni sistem *batch* dan sistem *real time* (Resita & Baridwan, 2015). Sistem

batch mengatur transaksi ke dalam kelompok-kelompok pemrosesan dimana data dikumpulkan terlebih dahulu dan dimasukkan ke dalam komputer secara berkala. Sistem *real time* memproses transaksi secara individual pada saat terjadi peristiwa ekonomi.

Mobile banking atau yang dikenal pula dengan istilah *m-banking* adalah salah satu bagian *e-banking* yang memanfaatkan *mobile phone* atau telepon seluler untuk layanan perbankan, baik melalui menu yang sudah tersedia di *SIM card*, melalui media *short message service* (SMS) atau melalui menu aplikasi *mobile* dan *web browser* dengan memanfaatkan internet pada *mobile phone* (Sulistiyarini, 2013). Nasabah bisa melakukan transaksi non kas seperti mengetahui saldo rekening, rincian transaksi, aktivitas transfer, pembayaran kartu kredit, maupun tagihan telepon.

Seseorang yang merasa pekerjaannya dimudahkan dengan menggunakan suatu sistem akan memiliki minat untuk memanfaatkan sistem tersebut dan menggunakannya secara berkelanjutan. Sistem informasi mampu memberikan hal positif dalam penggunaannya ketika sistem informasi tersebut mempermudah seseorang dalam peningkatan kinerjanya (Widnyana & Yadnyana, 2015). Penelitian Venkatesh *et al.*, (2003) menunjukkan ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan suatu sistem. Penelitian Iriani dkk. (2014) membuktikan bahwa ekspektasi kinerja merupakan variabel yang memberikan pengaruh yang baik terhadap penerimaan aplikasi Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD). Hal ini sejalan berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh Davis (1989), Thompson *et*

al., (1991), Taylor & Todd (1995), dan Venkatesh & Davis, (2000). Berdasarkan ulasan diatas, hipotesis penelitian yang diajukan yaitu:

H₁: Ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*.

Konstruk ekspektasi usaha dalam percobaan pertama memberikan pengaruh signifikan dan menjadi tidak signifikan dalam percobaan kedua dan seterusnya (Venkateshet *al.*, 2003). Meyliana dkk. (2012) menyimpulkan bahwa ekspektasi usaha memengaruhi minat penggunaan. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian Thompson *et al.* (1991), Venkatesh & Moris (2000), Hong *et al.* (2010), serta Wulandari & Yadnyana (2016). Ditinjau dari ulasan diatas, hipotesis yang diajukan yaitu:

H₂: Ekspektasi usaha berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan penelitian yang menguji dan mengembangkan model UTAUT (penelitian Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Cheng *et al.*, 2011) dapat disimpulkan faktor sosial merupakan prediktor niat mengadopsi dan menggunakan sistem teknologi informasi, sedangkan penelitian Al-Gahtani *et al.* (2007) menjelaskan norma subjektif merupakan prediktor niat mengadopsi dan menggunakan sistem teknologi informasi. Selain faktor sosial, dalam penelitian Cheng *et al.* (2011), Venkatesh & Zhang (2010), serta Bandyopadhyay & Fraccastoro (2007) menunjukkan bahwa faktor budaya merupakan unsur penting dalam mengadopsi dan menggunakan sistem teknologi informasi. Ditinjau dari ulasan diatas, hipotesis yang diajukan yaitu:

H₃: Faktor sosial budaya berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*.

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai hal menyenangkan atau kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi, dan terbukti berperan penting guna menentukan pengadopsian dan penggunaan teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Beberapa penelitian sistem informasi, seperti penelitian yang dilakukan oleh van der Heijden (2014) dan Thong *et al.* (2006) menemukan bahwa motivasi hedonis (dikonseptualisasikan sebagai kenikmatan yang dirasakan) memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi secara langsung. Penelitian oleh Marhaeni (2014), Primasari (2015), dan Putranto (2013) juga menunjukkan hasil senada. Ditinjau dari ulasan diatas, hipotesis yang diajukan yaitu:

H₄: Motivasi hedonis berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*.

Nilai harga merupakan persepsi kesenjangan antara manfaat penggunaan suatu teknologi dengan tarif yang dikenakan dalam penggunaannya (Dodds *et al.*, 1991). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh *et al.* (2012) menyimpulkan bahwa nilai harga berperan dalam memengaruhi seseorang untuk memanfaatkan suatu sistem. Hasil tersebut juga konsisten dengan penelitian Marhaeni (2014), Primasari (2015), serta Dhulla & Mathur (2014). Ditinjau dari ulasan diatas, hipotesis yang diajukan yaitu:

H₅: Nilai harga berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*.

Perilaku tidak akan terjadi apabila kondisi obyektif di lingkungannya menghalangi (Triandis, 1980). Hasil penelitian Venkatesh *et al.* (2003) menyimpulkan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif

padapemanfaatan sistem informasi namun tidak secara signifikan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Handayani & Yulianti (2011), Meyliana dkk. (2012), dan Widyawati (2013). Ditinjau dari ulasan diatas, hipotesis yang diajukan yaitu:

H₆: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *mobile banking*.

Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang cenderung untuk berperilaku secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya (Limayem *et al.*, 2007). Penelitian Venkatesh *et al.* (2012) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kebiasaan konsumen pada penggunaan teknologi pribadi ketika mereka menghadapi lingkungan yang beragam dan selalu berubah. Hasil tersebut juga konsisten dengan penelitian Marhaeni (2014), Harsono & Suryana (2014), serta Christiono & Tambotoh (2014).Ditinjau dari ulasan diatas, hipotesis yang diajukan yaitu:

H₇: Kebiasaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *mobile banking*.

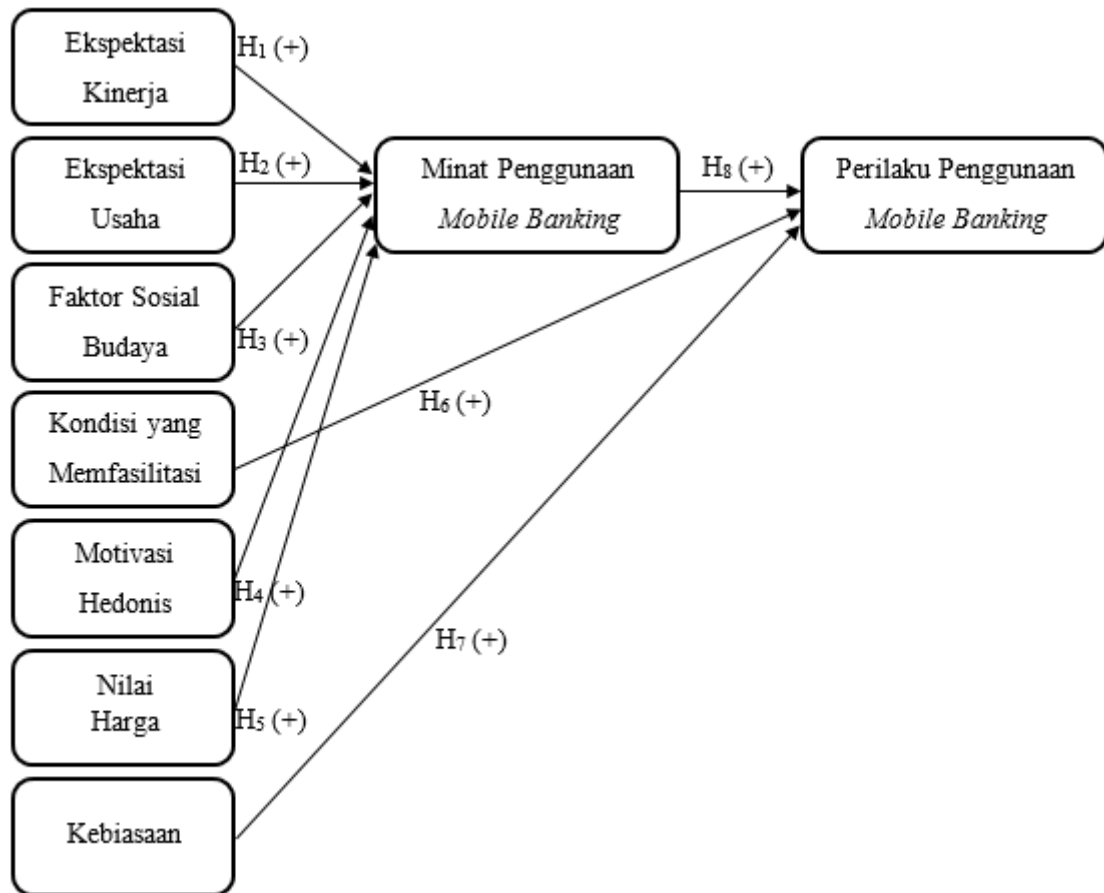
Keyakinan individu terhadap manfaat suatu sistem mampu meningkatkan minat, kemudian individu tersebut akhirnya akan menggunakan sistem tertentu dalam aktivitasnya, ataupun dapat dikatakan bahwa keyakinan akan imbalan yang didapat di masa mendatang adalah suatu faktor yang dapat memengaruhi minat penggunaan terhadap perilaku penggunaannya (Thompson *et al.*, 1991). Penelitian Venkatesh *et al.* (2003) menjelaskan bahwa terjadi hubungan yang langsung serta signifikan antara minat penggunaan sistem informasi terhadap perilaku penggunaannya. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian Dhulla & Mathur

(2014), Marhaeni (2014), serta Harsono & Suryana (2014). Ditinjau dari ulasan diatas, hipotesis yang diajukan yaitu:

H₈: Minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *mobile banking*.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif diterapkan dalam penelitian ini. Kota Denpasar merupakan lokasi penelitian ini dilakukan. Obyek penelitian ini yaitu faktor-faktor yang memengaruhi minat dan perilaku penggunaan *mobile banking* di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa hasil dari kuesioner, serta data kualitatif berupa pernyataan responden. Sumber data penelitian yakni data primer yang berasal dari kuesioner. Variabel yang digunakan adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan sebagai variabel independen. Minat penggunaan dan perilaku penggunaan *mobile banking* sebagai variabel dependen.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan:
(+): Memiliki pengaruh positif

Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah bank yang merupakan pengguna *mobile banking*. Sampel penelitian ini adalah nasabah bank pengguna *mobile banking* di Kota Denpasar. Pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *nonprobability sampling* melalui teknik *accidental sampling*. Tidak tersedianya data yang relevan serta akurat yang menunjukkan jumlah pengguna *mobile banking* di Kota Denpasar, sehingga untuk menentukan jumlah minimum kecukupan sampel menurut Kusumo (2010) adalah sepuluh kali jumlah variabel. Penelitian ini menggunakan sembilan variabel, dengan demikian jumlah sampel minimal adalah 90 sampel. Peneliti menetapkan jumlah sampel

sebesar 100 sampel dan menyebar 100 kuesioner, hal ini karena jika terdapat kesalahan dalam pengisian kuesioner, penelitian ini tetap dapat memenuhi syarat jumlah sampel minimal.

Metode survei dengan teknik kuesioner diterapkan dalam penelitian ini. Kuesioner yang digunakan berdasarkan penelitian Venkatesh *et al.* (2012) yang telah diterjemahkan ke Bahasa Indonesia dan dimodifikasi seperlunya sesuai kebutuhan penelitian, serta dari penelitian Ariyanto (2014). Kuesioner penelitian diukur dengan menggunakan skala *Likert*, dengan skala lima poin.

Teknik analisis data penelitian menggunakan regresi linear berganda yang diolah menggunakan aplikasi SPSS. Adapun model persamaan dari regresi linear berganda yang digunakan yaitu:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_5 + \beta_5 X_6 + \varepsilon \dots \dots \dots (1)$$

$$Y_2 = \alpha + \beta_6 X_4 + \beta_7 X_7 + \beta_8 Y_1 + \varepsilon \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- Y_1 = Minat penggunaan *mobile banking*
- Y_2 = Perilaku penggunaan *mobile banking*
- X_1 = Ekspektasi kinerja
- X_2 = Ekspektasi usaha
- X_3 = Faktor sosial budaya
- X_4 = Kondisi yang memfasilitasi
- X_5 = Motivasi hedonis
- X_6 = Nilai harga
- X_7 = Kebiasaan
- α = Konstanta
- β = Koefisien regresi
- ε = Standar error

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat diamati koefisien regresi berganda yang disesuaikan (*adjusted Rsquare*), uji F (uji kelayakan model), serta uji t (uji hipotesis). *Adjusted R square* menunjukkan bagaimana kemampuan

model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ikhsan, 2008: 249). Nilai *adjusted R square* berada di antara satu dan nol. Uji F bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen layak digunakan. Apabila nilai signifikansi Anova $\leq 0,05$ maka model dari penelitian ini dikatakan layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji hipotesis menggunakan uji t menjelaskan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual untuk menerangkan variasi variabel dependen (Ikhsan, 2008: 248). Taraf nyata yang digunakan adalah 5%. Penelitian ini menggunakan uji satu sisi, jika tingkat signifikansi t lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka hipotesis ditolak. Sebaliknya jika signifikansi t lebih kecil atau sama dengan $\alpha = 0,05$ maka hipotesis diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penyebaran 100 kuesioner yakni keseluruhannya kembali beserta pengisian yang lengkap serta memenuhi kriteria, maka tidak ada kuesioner yang gugur, sehingga menghasilkan *response rate* 100% dengan *useable response rate* sebesar 100%. Berdasarkan profil dari 100 responden yang mengisi kuesioner, didapatkan karakteristik responden penelitian diantaranya jenis kelamin, umur, pekerjaan, keterangan nasabah bank, dan lamanya menggunakan *mobile banking*.

Karakteristik responden penelitian ini yaitu pengguna *mobile banking* didominasi oleh perempuan dengan selisih empat responden dibandingkan laki-laki. Kelompok usia dengan jumlah pengguna *mobile banking* terbanyak yaitu pada kelompok usia muda 21-30 tahun sebanyak 44 responden, menunjukkan

bahwa transaksi perbankan menggunakan *mobile banking* lebih menjadi pilihan bagi kaum muda. Pekerjaan sebagai pegawai swasta menjadi profesi terbanyak yang menggunakan *mobile banking*, sebanyak 49 responden. Layanan *mobile banking* terbanyak digunakan oleh nasabah BNI sejumlah 34 responden, melebihi nasabah BCA yang merupakan bank pertama di Indonesia penyedia layanan *mobile banking* dengan pengguna hanya sebanyak 23 responden. Responden yang menggunakan *mobile banking* sejak tahun 2014 merupakan yang terbanyak sejumlah 26 responden, dan hanya 10 responden yang sudah menggunakan *mobile banking* sebelum tahun 2010.

Tabel 1.
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
Ekspektasi Kinerja	100	3,00	11,26	9,06	2,23
Ekspektasi Usaha	100	3,00	11,40	8,52	2,29
Faktor Sosial Budaya	100	23,55	51,29	37,63	7,48
Kondisi yang Memfasilitasi	100	3,00	11,41	8,82	2,18
Motivasi Hedonis	100	4,29	12,30	9,19	2,37
Nilai Harga	100	5,09	12,23	9,67	2,41
Kebiasaan	100	4,09	12,69	9,68	2,47
Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	100	3,00	13,21	10,60	2,52
Perilaku Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	100	3,00	11,84	9,51	2,50
Valid N (<i>listwise</i>)	100				

Sumber: Data diolah, 2016

Tabel 1 memperlihatkan variabel ekspektasi kinerja mempunyai rata-rata sebesar 9,06 dengan standar deviasi sebesar 2,23. Hal ini berarti terdapat selisih nilai yang diteliti terhadap rata-ratanya sebesar 2,23. Ekspektasi usaha memiliki nilai standar deviasi 2,29, menjelaskan bahwa terdapat selisih nilai yang diteliti terhadap rata-ratanya sebesar 2,29. Faktor sosial budaya mempunyai nilai standar deviasi 7,48, menjelaskan bahwa terdapat selisih nilai yang diteliti terhadap rata-ratanya sebesar 7,48. Kondisi yang memfasilitasi memiliki nilai standar deviasi 2,18, menjelaskan bahwa terdapat selisih nilai yang diteliti

terhadap rata-ratanya sebesar 2,18. Motivasi hedonis memiliki nilai standar deviasi 2,37, menjelaskan bahwa terdapat selisih nilai yang diteliti terhadap rata-ratanya sebesar 2,37. Nilai harga memiliki nilai standar deviasi 2,41, menjelaskan bahwa terdapat selisih nilai yang diteliti terhadap rata-ratanya sebesar 2,41. Kebiasaan memiliki nilai standar deviasi 2,47, menjelaskan bahwa terdapat selisih nilai yang diteliti terhadap rata-ratanya sebesar 2,47. Minat penggunaan memiliki nilai standar deviasi 2,52, menjelaskan bahwa terdapat selisih nilai yang diteliti terhadap rata-ratanya sebesar 2,52. Perilaku penggunaan memiliki nilai standar deviasi 2,50, menjelaskan bahwa terdapat selisih nilai yang diteliti terhadap rata-ratanya sebesar 2,50.

Tabel 2.
Regresi Linear Berganda Model 1

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,146	1,323		1,621	0,108
Ekspektasi Kinerja (X ₁)	0,268	0,105	0,238	2,552	0,012
Ekspektasi Usaha (X ₂)	0,134	0,118	0,122	1,132	0,260
Faktor Sosial Budaya (X ₃)	0,048	0,034	0,142	1,414	0,161
Motivasi Hedonis (X ₅)	0,111	0,117	0,104	0,952	0,344
Nilai Harga (X ₆)	0,212	0,110	0,203	1,938	0,056
Adjusted R ²					0,290
F Hitung					9,085
Sig. F					0,000

Sumber: Data diolah, 2016

Merujuk pada Tabel 2 dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = 2,146 + 0,268X_1 + 0,134X_2 + 0,048X_3 + 0,111X_5 + 0,212X_6 + \varepsilon$$

Tabel 2 menunjukkan bahwa model *summary* besarnya *Adjusted R²* untuk variabel minat penggunaan *mobile banking* sebesar 0,290. Hal ini menjelaskan variasi minat penggunaan *mobile banking* mampu dijelaskan oleh variasi ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan

nilai harga sebesar 29%, sementara itu sisanya sebesar 71% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Hasil uji F memperlihatkan bahwa nilai F hitung untuk variabel minat penggunaan *mobile banking* sebesar 9,085 dengan signifikansi $F=0,000$ kurang dari $\alpha=0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa model regresi pertama yang digunakan pada penelitian ini adalah layak. Hasil ini menunjukkan kelima variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_5, X_6) mampu memprediksi atau menjelaskan minat penggunaan *mobile banking* (Y_1).

Tabel 3.
Regresi Linear Berganda Model 2

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,097	1,724		-1,796	0,076
Kondisi yang Memfasilitasi (X_4)	0,113	0,099	0,098	1,137	0,258
Kebiasaan (X_7)	0,195	0,091	0,192	2,132	0,036
Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y_1)	9,630	1,940	0,462	4,964	0,000
Adjusted R^2					0,359
F Hitung					19,495
Sig. F					0,000

Sumber: Data diolah, 2016

Merujuk pada Tabel 3 dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = -3,097 + 0,113X_4 + 0,195X_7 + 9,630Y_1 + \varepsilon$$

Tabel 3 menunjukkan bahwa model *summary* besarnya *Adjusted R²* untuk variabel perilaku penggunaan *mobile banking* adalah sebesar 0,359. Ini berarti variasi perilaku penggunaan *mobile banking* dapat dijelaskan oleh variasi kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan minat penggunaan sebesar 35,9%, sedangkan sisanya sebesar 64,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Hasil uji F memperlihatkan bahwa nilai F hitung untuk variabel perilaku penggunaan *mobile banking* sebesar 19,495 dengan signifikansi $F=0,000$ kurang dari $\alpha=0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi kedua yang diterapkan pada penelitian ini

adalah layak. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (X_4 , X_7 , Y_1) mampu memprediksi atau menjelaskan perilaku penggunaan *mobile banking* (Y_2).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi uji t pada Tabel 2 dan Tabel 3. Tabel 2 memperlihatkan tingkat signifikan t uji satu sisi variabel ekspektasi kinerja sebesar 0,012 kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_1 diterima, yang berarti ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*. Ekspektasi kinerja pada penelitian ini berhubungan dengan peningkatan produktivitas dan output yang dihasilkan. Hasil kuesioner menunjukkan item pernyataan pertama, yaitu penggunaan *mobile banking* sangat bermanfaat, sebagai indikator yang paling memengaruhi dengan memperoleh skor tertinggi. Selain itu, hasil penelitian yang positif menjelaskan bahwa nasabah di Kota Denpasar merasakan penggunaan *mobile banking* dapat membantu menyelesaikan pekerjaan mereka dengan lebih cepat, sehingga dapat meningkatkan produktivitasnya. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Taylor & Todd (1995), Venkatesh & Davis (2000), serta Wulandari & Yadnyana (2016).

Tabel 2 menunjukkan tingkat signifikan t uji satu sisi variabel ekspektasi usaha adalah sebesar 0,260 lebih dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_2 ditolak, yang berarti ekspektasi usaha tidak berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking*. Ekspektasi usaha yang dimaksud dalam penelitian ini berkaitan dengan pemanfaatan sistem informasi yang dapat memudahkan seseorang dalam pekerjaannya. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa item pernyataan pertama,

yaitu interaksi dengan *mobile banking* sangat jelas dan mudah dipahami, mendapatkan skor tertinggi. Hasil ini didukung pula oleh hasil karakteristik responden penelitian yang menunjukkan bahwa mayoritas nasabah sudah menggunakan *mobile banking* sejak tahun 2014. Penggunaan *mobile banking* yang telah berlangsung selama 2 tahun membuat para nasabah sudah terbiasa dengan penggunaan *mobile banking*, sehingga interaksi yang terjadi sangat jelas dan sudah memahami dengan baik mengenai penggunaannya. Hal ini menjelaskan bahwa faktor kemudahan tidak memengaruhi minat nasabah di Kota Denpasar dalam penggunaan *mobile banking*, sehingga faktor ekspektasi usaha tidak berpengaruh dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini senadadengan hasil penelitian dari Pramudita (2010), Gaffar *et al.*, (2013), serta Widnyana&Yadnyana (2015).

Tabel 2 menunjukkan tingkat signifikan t uji satu sisi variabel faktor sosial budaya adalah sebesar 0,161 lebih dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_3 ditolak, yang berarti faktor sosial budaya tidak berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking*. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa item pernyataan kelima, yaitu *mobile banking* dapat mendukung penggunaanya karena mampu merespon perkembangan bisnis dan teknologi sistem informasi, mendapatkan skor tertinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa nasabah di Kota Denpasar menggunakan *mobile banking* karena memiliki respon cepat terhadap perkembangan bisnis dan teknologi informasi, sehingga dapat membantu meningkatkan produktivitasnya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan pada minat

penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan hal tersebut dapat dijelaskan bahwa tidak perlu pengaruh dari orang lain dan lingkungan sekitar yang menyarankan untuk menggunakan *mobile banking*, karena para nasabah di Kota Denpasar tetap berminat untuk menggunakannya karena alasan produktivitas dan kinerja. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawati (2010) dan AlGhamdi *et al.* (2013).

Tabel 2 menunjukkan tingkat signifikan t uji satu sisi variabel motivasi hedonis adalah sebesar 0,344 lebih dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_4 ditolak, yang berarti motivasi hedonis tidak berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking*. Nilai harga merupakan persepsi kesenjangan antara manfaat penggunaan suatu teknologi dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakannya (Dodds *et al.*, 1991). Motivasi hedonis didefinisikan sebagai hal menyenangkan atau kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi (Brown & Venkatesh, 2005). Hasil kuesioner menunjukkan bahwa item pernyataan pertama, yaitu menggunakan *mobile banking* menyenangkan, mendapatkan skor tertinggi. Hal ini menjelaskan bahwa menyenangkan bagi nasabah di Kota Denpasar dalam menggunakan *mobile banking*. Namun hal tersebut tidak memengaruhi minat penggunaannya. Tanpa kesenangan yang didapat, nasabah di Kota Denpasar akan tetap menggunakan *mobile banking* karena dirasa sangat bermanfaat, terutama dalam peningkatan produktivitasnya, didukung oleh hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif signifikan pada minat penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Negara (2014).

Tabel 2 menunjukkan tingkat signifikan t uji satu sisi variabel nilai harga adalah sebesar 0,056 lebih dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_5 ditolak, yang berarti nilai harga tidak berpengaruh pada minat penggunaan *mobile banking*. Nilai harga merupakan persepsi kesenjangan antara manfaat penggunaan suatu teknologi dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakannya (Dodds *et al.*, 1991). Hasil kuesioner menunjukkan bahwa item pernyataan kedua, yaitu biaya penggunaan *mobile banking* seimbang dengan kemudahan bertransaksi yang didapatkan, mendapatkan skor tertinggi. Biaya penggunaan *mobile banking* terbilang murah jika dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh. Namun keunggulan ini hanya merupakan sebuah bonus yang didapatkan dari penggunaannya, karena biaya yang murah tidak memengaruhi minat penggunaan *mobile banking* di Kota Denpasar. Tujuan utama penggunaannya adalah karena bermanfaat dalam peningkatan produktivitas, seperti hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa minat penggunaan *mobile banking* secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja. Hasil penelitian ini senada dengan penelitian Kit *et al.* (2014).

Tabel 3 menunjukkan tingkat signifikan t uji satu sisi variabel kondisi yang memfasilitasi adalah sebesar 0,258 lebih dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_6 ditolak, yang berarti kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada perilaku penggunaan *mobile banking*. Kondisi yang memfasilitasi dalam penelitian ini berhubungan dengan dukungan organisasi serta infrastruktur teknis yang tersedia untuk pengguna suatu sistem. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa item pernyataan pertama, yaitu pengguna memiliki sumber daya yang

diperlukan (misal: *smartphone*) untuk penggunaan *mobile banking*, mendapatkan skor tertinggi. Sementara itu, item pernyataan kedua, yaitu pengguna memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk penggunaan *mobile banking*, mendapatkan skor terendah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun memiliki sumber daya untuk penggunaan *mobile banking*, tanpa memiliki pengetahuan yang baik mengenai penggunaannya, nasabah bank di Kota Denpasar tidak akan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi perbankannya. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Thompson *et al.* (1991) dan Pramudita (2010).

Tabel 3 menunjukkan tingkat signifikan t uji satu sisi variabel kebiasaan adalah sebesar 0,036 kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_7 diterima, yang berarti kebiasaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *mobile banking*. Kebiasaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang cenderung untuk berperilaku secara otomatis karena pembelajaran sebelumnya. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa item pernyataan pertama, yaitu penggunaan *mobile banking* telah menjadi kebiasaan bagi pengguna, mendapatkan skor tertinggi. Hal ini didukung pula oleh hasil karakteristik responden penelitian, dimana mayoritas responden telah menggunakan layanan ini sejak tahun 2014, yang membuat penggunaan *mobile banking* selama dua tahun ke belakang telah menjadi kebiasaan bagi nasabah bank di Kota Denpasar. Kebiasaan ini membuat mereka ketagihan (*addicted*), sehingga menggunakan *mobile banking* dirasakan sebagai sebuah keharusan pada saat melakukan transaksi perbankan non-tunai. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Limayem *et al.* (2007) dan Venkatesh *et al.* (2012).

Tabel 3 menunjukkan tingkat signifikan t uji satu sisi variabel minat penggunaan *mobile banking* adalah sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima, yang berarti minat penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *mobile banking*. Minat penggunaan *mobile banking* dalam penelitian ini berhubungan dengan minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem secara terus menerus. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa item pernyataan pertama, yaitu pengguna berniat untuk menggunakan *mobile banking* sepanjang keamanan terjaga, mendapatkan skor tertinggi. Hal ini menjelaskan bahwa nasabah bank di Kota Denpasar menggunakan *mobile banking* karena dirasa keamanan dari penggunaan layanan ini masih terjaga, untuk saat ini. Selain itu, tanpa adanya minat untuk menggunakan *mobile banking*, maka nasabah bank di Kota Denpasar tidak akan menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian yang positif juga menunjukkan bahwa nasabah bank di Kota Denpasar memprediksi dan berencana untuk tetap menggunakan *mobile banking* kedepannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kurniawati (2010), Sari (2011), serta Widnyana & Yadnyana (2015).

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan *mobile banking* di Kota Denpasar dengan menerapkan model UTAUT2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada minat penggunaan *mobile banking*, kemudian kebiasaan dan minat penggunaan berpengaruh positif pada perilaku penggunaan *mobile banking*. Ekspektasi kinerja, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak berpengaruh

pada minat penggunaan *mobile banking*, serta kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh pada perilaku penggunaan *mobile banking*.

Saran yang dapat diberikan kepada pihak bank sebagai pihak yang menyediakan layanan *mobile banking* harus benar-benar menjamin keamanan bagi pihak nasabahnya terkait dengan resiko aplikasi *mobile banking*. Kemudian kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan model UTAUT2 diharapkan dapat meningkatkan kualitas kuesioner dengan item-item pernyataan yang lebih relevan. Selain itu peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel moderasi pada model UTAUT2 seperti umur dan jenis kelamin.

REFERENSI

- AlGhamdi, Rayed., Alshehri, Mohammed., and Drew, Steve. 2013. Analysis of Citizens Acceptance for E-Government Services: Applying the UTAUT Model. *arXiv preprint arXiv:1304.3157*, pp: 69-76.
- Al-Gahtani, S.S., Hubona, G.S., and Wang, J. 2007. Information Technology (IT) in Saudi Arabia: Culture and The Acceptance and Use of IT. *Information and Management* 44, pp: 681-691.
- Ariyanto, Dodik. 2014. Kesuksesan Pengadopsian dan Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi dalam Konteks Budaya Tri Hita Karana pada Industri Hotel. *Disertasi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Ariyanto, Dodik., Subroto, Bambang., Purnomosidhi, Bambang., and Rosidi. 2014. Does the Balinese Tri Hita Karana Culture Affect the Adoption and Usage of Information Technology System?. *Information and Knowledge Management*, 4 (9), pp: 150-160.
- Bandyopadhyay, K., and Fraccastoro, K.A. 2007. The Effect of Culture on User Acceptance of Information Technology. *Communications of the Association for Information Systems*, 19, pp: 522-543.
- Brown, S. A., and Venkatesh, V. 2005. Model of Adoption of Technology in the Household: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle. *MIS Quarterly*, 29 (4), pp: 399-426.

- Cheng, Y., Yu T., Huang, C., Chien, Y., and Chin-Cheh, Y. 2011. The Comparison of Three Major Occupations for User Acceptance of Information Technology: Applying the UTAUT Model. *iBusiness*, 3, pp:147-158.
- Christiono, Adi Tio dan Tambotoh, Johan J.C. 2014. Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi Menggunakan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Studi Kasus: Flexible Learning (F-Learn) UKSW). Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly*, 13 (3), pp: 319-339.
- Dhulla, Tejal V., and Mathur, Suman Kishore. 2014. Adoption of Cloud Computing by Tertiary Level Students–A Study. *Journal of Exclusive Management Science*, 3 (3).
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., and Grewal, D. 1991. Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers. *Journal of Marketing Research*, 28 (3), pp: 307-319.
- Gaffar, Kemuel., Singh, Lenandlar., and Thomas, Troy Devon. 2013. The Utility of the UTAUT Model in Explaining Mobile Learning Adoption in Higher Education in Guyana. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJEDICT)*, 9 (3), pp: 71-85.
- Handayani, Putu Wuri dan Yulianti. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pengguna dalam Menggunakan Sistem ERP dengan Studi Kasus PT XYZ. *Jurnal Sistem Informasi*, 7 (1), pp: 69-75.
- Handayani, Rini. 2005. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Tesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harsono, Listyo Dwi and Suryana, Lisandy Arinta. 2014. Factors Affecting the Use Behavior of Social Media Using UTAUT 2 Model. *Proceedings of the First Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (API4Singapore Conference)*.
- Hartono, Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

- Hong, Seongtae., Im, Il., Kang, Myung Soo. 2012. Anpp International Comparison of Techonology adoption: Testing The UTAUT Model. *School of Business, Yonsei University*.
- Ikhsan, Arfan. 2008. *Metode Penelitian Akuntansi Keprilakuan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Iriani, Siska., Muhamad Suyanto., dan Armadyah Amborowati. 2014. Pengujian Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah Berbasis Web Kabupaten Pacitan dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *IJNS-Indonesian Journal on Networking and Security*, 3(2).
- Kit, Adelyn Kuan Lai., Ni, Ann Hui., Badri, Emeilee Nur Freida Binti Mohd., and Yee, Tang Kia. 2014. UTAUT2 Influencing the Behavioural Intention to Adopt Mobile Applications. *A Research Project Submitted in Partial Fulfilment of the Requirement for the Degree of Bachelor of Commerce (HONS) Accounting*. Malaysia: Universiti Tunku Abdul Rahman.
- Kurniawati, Wiewien. 2010. Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem Teknologi Informasi (Studi Empiris Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Sragen). *Tesis*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Kusumo, Hanung Cokro. 2010. Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) dengan Kerumitan (Complexity) sebagai Variabel Eksternal dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Skripsi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Limayem, M., Hirt, S. G., and Cheung, C. M. K. 2007. How Habit Limits the Predictive Power of Intentions: The Case of IS Continuance. *MIS Quarterly*, 31 (4), pp: 705-737.
- Marhaeni, Gusti Ayu Made Mas. 2014. Analisis Perilaku Penggunaan Aplikasi Pesan Instan dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 di Kota Bandung.
- MARS Indonesia. 2013. 34% Nasabah Sudah Melek Internet Banking. (<http://www.marsindonesia.com/newsletter/34-nasabah-sudah-melek-internet-banking>) Diakses pada tanggal 10 November 2015.
- Meyliana dan Shunjaya, Denis., Nugroho, Novriy Eko., dan Uranino Wasistha Arfiandi. 2012. Kepuasan User terhadap Kinerja Sistem SAP pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (Nutrition and Special Foods Division). *Jurnal Binus University, Jakarta, Indonesia*.

- Negara, Rangga Adi. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Sistem Informasi/Teknologi Informasi: Studi Kasus Program Wardes-GPOBA Direktorat Pemberdayaan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika. *Tesis*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Pramudita, Aditya. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Studi pada Universitas Surakarta). *Skripsi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Primasari, Nadia. 2015. Analisis Adopsi Media Advertising Digital Menggunakan Model Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Case Study: Layanan U-Ad Untuk Industri Consumer Goods Di Indonesia). *Tesis*. Bandung: Universitas Telkom.
- Putranto, Aristya Mega dan Pramudiana, Yudi. 2013. Pengaruh Faktor-Faktor dalam Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengadopsi Layanan Wifi PT. XYZ area Jakarta. Bandung: Universitas Telkom.
- Resita, Indri Nur dan Baridwan, Zaki. 2015. Determinan Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking di Kabupaten Lamongan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (jimfeb)*.
- Sari, Fatma. 2011. Implementasi Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) terhadap Perilaku Penggunaan E-Learning Sistem. *Jurnal Universitas Bina Darma*.
- Sulistiyarini, Suci. 2013. Pengaruh Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1 (2).
- Taylor, S., and Todd, P.A. 1995. Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information Systems Research*, 6 (2), pp: 144-176.
- Thompson, R.L., Higgins, C.A., and Howell, J.W. 1991. Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15 (1), pp:124-143.
- Thong J. Y. L., Hong, S. J., and Tam, K. Y. 2006. The Effects of Post-Adoption Beliefs on the Expectation–Confirmation Model for Information Technology Continuance. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64 (9), pp: 799-810.

- Triandis, H. C. (1980). Values, Attitudes, and Anterpersonal Behavior. *Nebraska Symposium on Motivation*. University of Nebraska Press.
- van der Heijden, H. 2004. User Acceptance of Hedonic Information Systems. *MIS Quarterly*, 28 (4), pp: 695-704.
- Venkatesh, Viswanath and Davis, F.D. 2000. A Theoritical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46 (2), pp:186-204.
- Venkatesh, Viswanath, and Michael G. Morris. 2000. Why don't men ever stop to ask for directions? Gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behavior. *MIS quarterly*, 115-139.
- Venkatesh, Viswanath and Zhang, X. 2010. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology; U.S. Vs. China. *Journal of Global Information Technology Management*, 13 (1), pp: 5.
- Venkatesh, Viswanath., Morris, Michael G., Davis, Gordon B., and Davis, Fred D. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View1. *MIS Quarterly*, 27 (3), pp: 425-478.
- Venkatesh, Viswanath., Thong, James Y. L., and Xu, Xin. 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1. *MIS Quarterly*, 36 (1), pp: 157-178.
- Widnyana, Ida I Dewa Gede Pramarta dan Yadnyana, I Ketut. 2015. Implikasi Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology untuk Menjelaskan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 11 (2), pp: 515-530.
- Widyawati, Ikha. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris pada Bmt di Karisidenan Pati). *Skripsi*.Kudus: Universitas Muria Kudus.
- Wilkinson, W. J., Cerullo. J. M., Raval. V., Wong-on-Wing. B. 2000. *Accounting Information Systems Fourth Edition: Essential Concepts and Applications*. New Jersey: JohnWiley and Sons. Inc.
- Wulandari, Ni Putu Ary dan Yadnyana, I Ketut. 2016. Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology untuk Menjelaskan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Filing Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14 (2), pp: 1270-1297.