

Penerimaan dan Penggunaan OVO Paylater dengan Menggunakan Model UTAUT

Windy Pratiwi A. Mooduto¹, Iis Mariam²

¹Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, windymooduto3@gmail.com

²Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta, iis.mariam@yahoo.com

ABSTRACT

In recent years financial services have become more sophisticated with the support of technology as an intermediary. Various payment features are presented by service provider companies that make payment features more diverse, one of which is the paylater system. The application that supports the paylater is OVO. The study was conducted to determine the effect of user behavior in the acceptance and use of OVO Paylater. Sampling using snowball sampling technique with a total sample of 100 respondents who live in South Jakarta. Data collection methods used in this study are questionnaires. The research data were analyzed using PLS-SEM (Partial Least Square-Structural Equation Modeling) with SmartPLS software. The results of this study indicate that Performance Expectancy influences Behavioral Intention with a coefficient value of 0.202 and a p-value of 0.022. Social Influence influences Behavioral Intention with a coefficient of 0.332 and a p-value of 0.001. Facilitating Conditions affect the Behavioral Intention with a coefficient of 0.252 and a p-value of 0.044. Behavioral Intention affects the Use Behavior with a coefficient value of 0.934 and a p-value of 0,000. Meanwhile, Effort Expectancy has no effect on Behavioral Intention, this is evidenced by the p-value more than 0.1 which is 0.394.

Keywords: Financial Technology, OVO Paylater, UTAUT

ABSTRAK

Beberapa tahun belakangan ini layanan keuangan semakin canggih dengan didukung teknologi sebagai media perantaranya. Berbagai fitur pembayaran dihadirkan oleh perusahaan penyedia jasa dan layanan yang menjadikan fitur pembayaran semakin beragam, salah satunya sistem *paylater*. Aplikasi yang mendukung *paylater* tersebut adalah OVO. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh perilaku pengguna dalam penerimaan dan penggunaan OVO *Paylater*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *snowball sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang berdomisili di Jakarta Selatan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Data penelitian dianalisis menggunakan PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modeling*) dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai koefisien sebesar 0,202 dan nilai *p-value* 0,022. *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai koefisien sebesar 0,332 dan nilai *p-value* 0,001. *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai koefisien sebesar 0,252 dan nilai *p-value* 0,044. *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior* dengan nilai koefisien sebesar 0,934 dan nilai *p-value* 0,000. Sedangkan, *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*, hal ini dibuktikan dengan nilai *p-value* lebih dari 0,1 yakni 0,394.

Kata Kunci: OVO Paylater, Teknologi Keuangan, UTAUT

PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya teknologi yang berkembang pesat, hampir seluruh aktivitas sehari-hari manusia memiliki kaitan dengan internet, berbagai inovasi yang berkaitan dengan internet dilakukan demi memudahkan kegiatan sehari hari.

Internet memberikan kemudahan bagi manusia dalam berbagai aktivitas, seperti komunikasi menjadi lebih cepat, menambah wawasan dan pengetahuan, kemudahan dalam berbelanja, kemudahan dalam pemasaran bisnis, sebagai sarana hiburan, dan kemudahan dalam mencari informasi.

Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak ke berbagai bidang. Bidang *financial* atau keuangan merupakan salah satu yang terkena dampaknya. Saat ini bidang *financial* muncul dengan inovasi terbaru dengan menggunakan penerapan teknologi informasi sebagai layanan keuangan yang ditawarkan.

Beberapa tahun belakangan ini muncul layanan keuangan yang baru dengan menggunakan teknologi sebagai media perantaranya salah satunya adalah uang elektronik. Berbagai fitur pembayaran dihadirkan oleh perusahaan penyedia jasa dan layanan yang menjadikan fitur pembayaran makin beragam. Didukung perkembangan teknologi digital tersebut, salah satu fitur yang bisa memanjakan konsumen dalam bertransaksi adalah fitur kredit online (*paylater*).

Berdasarkan data perkembangan *fintech lending* per Maret 2020 oleh Otoritas Jasa Keuangan, akumulasi penyaluran pinjaman secara nasional per Maret mencapai Rp 102,53 triliun dari tahun sebelumnya. Adapun akumulasi rekening *lender* per Maret 2020 mencapai 640.233 entitas dari tahun sebelumnya dan akumulasi rekening *borrower* secara nasional per Maret 2020 mencapai 24.157.567 entitas dari tahun sebelumnya. Hal tersebut mengartikan bahwa perkembangan *fintech lending* mengalami kenaikan dari tahun ke tahun seiring dengan semakin banyaknya masyarakat untuk menggunakan jasa pinjaman *online*.

Salah satu aplikasi yang mendukung *paylater* tersebut yaitu OVO. Banyaknya faktor yang mempengaruhi perkembangan penggunaan teknologi pembayaran dalam hal ini sistem *paylater*, menyebabkan sulitnya mengukur tingkat penerimaan teknologi yang ada. Oleh karena itu, muncul beberapa teori dan model untuk

mengambarkan tingkat penerimaan dan penggunaan suatu teknologi.

Oleh karena itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku penggunaan dari sistem kredit *online (paylater)* pada OVO, maka dilakukan penelitian mengenai penerimaan dan penggunaan OVO *Paylater* dengan mengadopsi teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*).

Dalam penelitian ini akan dibahas menjelaskan perilaku pengguna OVO *paylater*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Jakarta Selatan. Sedangkan waktu penelitian dilakukan sejak bulan Maret sampai dengan Juli 2020. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna OVO *Paylater* yang berada di wilayah Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *snowball sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2012:123).

Besar sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *unknown population* dikarenakan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Pada penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan rumus yang dikemukakan oleh Frendy dalam Sriwidodo dan Sumaryanto (2018:93) sebab jumlah populasi penelitian tidak diketahui.

Perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{z^2}{4\mu^2} = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,4 \approx 100$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang diperlukan adalah 100 responden.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan penetapan skor instrumen menggunakan skala Likert untuk memperoleh data primer yang akan digunakan melalui metode survei dengan cara mengumpulkan data dari responden yang didapat melalui penyebaran angket kepada pengguna OVO Paylater yang berada di wilayah Jakarta Selatan yang dianggap sesuai untuk menjawab pernyataan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi literatur melalui buku, jurnal, dan artikel.

Variabel laten dalam penelitian ini yaitu, *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), dan *facilitating conditions* (X4) akan mempengaruhi keinginan untuk menggunakan (*behavioral intention*) layanan OVO Paylater (Y1) oleh pengguna. Kemudian keinginan untuk menggunakan akan mempengaruhi penggunaan nyata (*use behavior*) layanan OVO Paylater (Y2) oleh pengguna di wilayah Jakarta Selatan. Sedangkan, variabel manifest dari penelitian ini adalah indikator dari setiap variabel laten yang ada. Dalam penelitian ini, faktor usia dan jenis kelamin digunakan sebagai variabel moderasi. Secara lengkap, definisi operasional variabel dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
<i>Performance Expectancy</i> (X1)	Tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan	1)Persepsi terhadap kegunaan 2)Kesesuaian

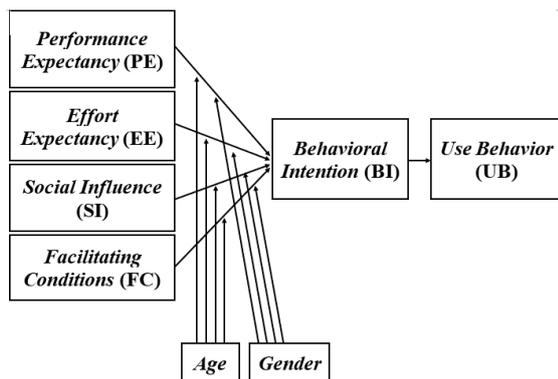
	sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan dalam kinerja pekerjaan.	pekerjaan 3)Keuntungan relatif 4)Ekspektasi-ekspektasi hasil
<i>Effort Expectancy</i> (X2)	Tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem. Jika sistem mudah digunakan maka tidak diperlukan usaha yang tinggi dan sebaliknya jika suatu sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya.	1) Persepsi kemudahan penggunaan 2) Kompleksitas 3) Kemudahan penggunaan
<i>Social Influence</i> (X3)	Tingkat di mana seorang individual merasakan bahwa orang-orang yang dianggapnya penting, dapat mempengaruhinya untuk menggunakan sistem yang baru.	1)Norma subyektif 2)Faktor-faktor sosial 3)Gambaran
<i>Facilitating Conditions</i> (X4)	Sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis ada untuk mendukung penggunaan sistem.	1) Kontrol perilaku persepsian 2) Kondisi-kondisi pemfasilitasi 3) Kompabilitas penggunaan sistem.
<i>Behavioral Intention</i> (Y1)	Sejauh mana seseorang percaya bahwa dia akan terlibat dalam suatu pemberian tingkah laku.	1) Berniat menggunakan sistem 2) Mencoba menggunakan sistem 3) Berencana menggunakan sistem secara berkelanjutan

<i>Use Behavior</i> (Y2)	Perilaku penggunaan aktual seseorang yang berkorelasi dengan harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas.	Penggunaan sistem saat ini
--------------------------	--	----------------------------

Sumber: diadaptasi dari Vankatesh et al, 2003 dan Berry, 2017

Sesuai dengan ruang lingkup penelitian maka model UTAUT yang digunakan dalam penelitian ini telah dimodifikasi menjadi lebih sederhana seperti gambar 1 berikut.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Sumber: diadaptasi dari Vankatesh et al, 2003 dan Berry, 2017

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan PLS-SEM dengan menggunakan software SmartPLS versi 3. *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) merupakan salah satu klasifikasi dari metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Widarjono (2015:273) model analisis jalur PLS-SEM terdiri dari dua unsur, yaitu model pengukuran atau *outer model* yang menggambarkan hubungan antara variabel laten dan

variabel indikator, sedangkan model struktural atau *inner model* menunjukkan hubungan antar variabel laten.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Temuan

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket kemudian dianalisis dengan pengukuran model (*outer model*) yang terdiri dari pengujian validitas dan reliabilitas. Berikut hasil pengujian validitas dan reliabilitas.

Tabel 2. Hasil *Outer Model*

Variabel	AVE	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
<i>Performance Expectancy</i>	0,711	0,980	0,979
<i>Effort Expectancy</i>	0,610	0,958	0,957
<i>Social Influence</i>	0,682	0,970	0,966
<i>Facilitating Conditions</i>	0,662	0,967	0,963
<i>Behavioural Intention</i>	0,787	0,986	0,985
<i>Use Behaviour</i>	0,768	0,986	0,985

Sumber: hasil data olahan

Nilai AVE dari seluruh variabel di atas 0,5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan nilai AVE, data penelitian ini sudah memenuhi persyaratan validitas konvergen. Nilai *composite reliability* menunjukkan telah memenuhi syarat yaitu >0,7. Nilai *Cronbach's alpha* di atas menunjukkan >0,7 yang membuktikan bahwa pengukuran dalam penelitian ini adalah reliabel/handal.

Selanjutnya dilakukan uji *inner model*. Pengujian *inner model* dapat dilihat dari nilai *R-Square* (R^2),

Tabel 3. Hasil *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
<i>Behavioral Intention</i> (Y1)	0,785
<i>Use Behavior</i> (Y2)	0,873

Sumber: hasil data olahan

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa nilai *R-Square* (R^2) untuk variabel *Behavioral Intention* sebesar 0,785. Hal ini berarti bahwa persentase besarnya pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* sebesar 78,5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya nilai *R-Square* (R^2) untuk variabel *Use Behavior* sebesar 0,873. Hal ini berarti bahwa persentase besarnya pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions* dan *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* sebesar 87,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4. Hasil *Effect Size* (f^2)

Hubungan antar Variabel	f^2	Ket.
<i>Performance Expectancy</i> -> <i>Behavior Intention</i>	0,074	Kecil
<i>Effort Expectancy</i> -> <i>Behavior Intention</i>	0,039	Kecil
<i>Social Influence</i> -> <i>Behavior Intention</i>	0,681	Besar
<i>Facilitating Conditions</i> -> <i>Behavior Intention</i>	0,080	Kecil
<i>Behavior Intention</i> -> <i>Use Behavior</i>	0,718	Besar

Sumber: hasil data olahan

Dapat dilihat pada tabel 6, menunjukkan bahwa pengujian f^2 terhadap lima jalur, dua jalur diantaranya memiliki pengaruh besar yaitu, *Social Influence* -> *Behavior*

Intention dan *Behavior Intention* -> *Use Behavior*. Tiga jalur lainnya memiliki pengaruh yang kecil.

Pengujian *Q-Square* untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-Square* >0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*; sebaliknya jika nilai *Q-Square* ≤0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*. Berikut perhitungan nilai *Q-Square* (Q^2):

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,785)(1 - 0,873)$$

$$Q^2 = 1 - (0,215)(0,127)$$

$$Q^2 = 1 - 0,027305$$

$$Q^2 = 0,972695$$

Berdasarkan perhitungan di atas nilai Q^2 *predictive relevance* pada penelitian ini sebesar 0,972695. Hal ini mengindikasikan bahwa model memiliki *predictive relevance* karena Q^2 yang ada di atas 0 sekaligus cenderung baik karena mendekati 1.

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk membuktikan pengaruh dari tiap variabel X terhadap variabel Y. Analisis data yang dilakukan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode *resampling bootstrap*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat *output path coefficient*, *t-statistics*, dan *p-values* dari hasil *resampling bootstrap*.

Tabel 5. Hasil *Resampling Bootstrap*

Hubungan antar Variabel	Path Coefficient	t-Statistics	p-Values	Ket.
H1: PE → BI	0,202	2,300	0,022	Diterima
H2: EE → BI	0,114	0,853	0,394	Ditolak
H3: SI → BI	0,332	3,271	0,001	Diterima
H4: FC → BI	0,252	2,020	0,044	Diterima
H5: BI → UB	0,934	67,737	0,000	Diterima

Sumber: hasil data olahan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa terdapat satu hipotesis yang diajukan yang ditolak yaitu Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention* OVO *Paylater*. Hal tersebut terjadi karena nilai t-statistik lebih rendah dari nilai t-tabel (tidak signifikan pada taraf 10%), selain itu p-value yang ada lebih dari 0,1.

Selanjutnya adalah pengujian variabel moderasi, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah usia dan jenis kelamin dapat memoderasi model dalam penelitian.

Tabel 6. Hasil Moderasi *Age* dan *Gender*

Pengaruh Moderasi	P-Values	
	Age	Gender
<i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> OVO <i>Paylater</i>	0,106	0,682
<i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> OVO <i>Paylater</i>	0,310	0,667
<i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> OVO <i>Paylater</i>	0,009	0,546
<i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Behavior Intention</i> OVO <i>Paylater</i>	0,080	0,832

Sumber: hasil data olahan

Data di atas menunjukkan nilai *p-values* lebih kecil dari 0,1 yang membuktikan bahwa variabel usia memoderasi hubungan antar variabel *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* terhadap *Behavior Intention* sebesar 0,009 dan 0,080. Sedangkan secara umum variabel jenis kelamin tidak memoderasi (tidak memperkuat dan tidak memperlemah) hubungan antara variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions* terhadap *Behavior Intention*. Hal ini dapat dilihat berdasar tabel 4.23 bahwa nilai *p-values* lebih besar dari 0,1.

Pembahasan

Hasil penelitian di atas sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh Wardani dan Hidayatullah (2018). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* (PE) mempunyai pengaruh positif terhadap *Behavior Intention* (BI) untuk menggunakan layanan internet *banking*. Diterimanya hipotesis tersebut dapat dikatakan bahwa semakin tinggi harapan kinerja yang dimiliki oleh pengguna, maka akan semakin tinggi pula niat untuk menggunakan sistem *paylater*.

Berdasarkan respon terhadap pernyataan variabel *Effort Expectancy* yang mewakili indikator persepsi kemudahan, kompleksitas dan kemudahan penggunaan OVO *Paylater*, penolakan hipotesis tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat kemudahan OVO *Paylater* masih rendah sehingga pengguna memiliki tingkat penerimaan dan penggunaan yang rendah, dimana pengguna mementingkan hal kemudahan dalam menggunakan sistem, semakin kecil upaya yang dikeluarkan atau semakin mudahnya sistem mendorong pengguna untuk menggunakan sistem.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Influence* (SI) mempunyai pengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) ini didukung dengan hasil yang ditemukan oleh Handayani dan Sudiana (2015). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Social Influence* (SI) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *Behavior Intention* (BI) dalam menggunakan sistem informasi akademik. Penerimaan dan penggunaan *OVO Paylater* dipengaruhi oleh dukungan orang sekitar, dukungan lingkungan, saran dan rekomendasi orang lain yang menggunakan *OVO Paylater*. Sehingga faktor pengaruh sosial dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *OVO Paylater*.

Kemudian, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* (FC) mempengaruhi *Behavior Intention* (BI) ini sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh Fauzi *et al* (2018). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* (FC) mempengaruhi *Behavior Intention* (BI) dalam menggunakan aplikasi transportasi *online*. Diterimanya hipotesis tersebut dapat dikatakan bahwa semakin baik infrastruktur organisasi dan teknis yang ada untuk mendukung sistem, maka akan semakin tinggi pula niat pengguna untuk menggunakan sistem *paylater*.

Pada penelitian ini faktor *Behavior Intention* (BI) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB). Hasil ini sesuai dengan penelitian Venkatesh *et al* (2003) yang menunjukkan bahwa keinginan menggunakan sistem berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi niat atau keinginan seseorang untuk menggunakan *OVO Paylater*, maka

semakin tinggi pula penerimaan dan penggunaan *OVO Paylater*.

KESIMPULAN

Performance expectancy berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan *OVO Paylater*. Pengguna yang memiliki harapan kinerja yang tinggi mempunyai keinginan menggunakan *OVO Paylater* yang lebih tinggi daripada pengguna yang memiliki harapan kinerja yang rendah. *Social influence* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan *OVO Paylater*. Pengguna yang memiliki pengaruh sosial yang tinggi mempunyai keinginan menggunakan *OVO Paylater* yang lebih tinggi daripada pengguna yang memiliki pengaruh sosial yang rendah. *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan *OVO Paylater*. Pengguna yang memiliki kondisi fasilitas yang tinggi mempunyai keinginan menggunakan *OVO Paylater* yang lebih tinggi daripada pengguna yang memiliki kondisi fasilitas yang rendah. *Behavior intention* *OVO Paylater* berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *OVO Paylater*. Pengguna yang memiliki niat yang tinggi mempunyai keinginan menggunakan *OVO Paylater* yang lebih tinggi daripada pengguna yang memiliki niat yang rendah. Sedangkan *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan *OVO Paylater*.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, *OVO Paylater* dapat terus meningkatkan performanya dari segi keamanan data dan kecepatan pembaca transaksi sehingga ketika pengguna menggunakan *OVO Paylater* mereka dapat meningkatkan

efektifitas kinerjanya. Rekomendasi kedepannya *OVO Paylater* dapat membuat sistem yang lebih mudah dipahami bagi penggunaanya baik dari segi registrasi sampai transaksi agar pengguna dapat lebih mudah dalam penggunaan *OVO Paylater* dan diperbanyak sosialisasi maupun penyebaran informasi yang diterima di masyarakat. Informasi ini dapat dijadikan acuan sebagai dasar untuk mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan *OVO Paylater*. Kondisi yang memfasilitasi dapat ditingkatkan dengan diperbanyak lagi jangkauan transaksi yang dapat dilakukan menggunakan *OVO Paylater*. Diperbanyak pula *merchant* atau *partner* yang dapat bekerja sama untuk meningkatkan jalannya transaksi *OVO Paylater*. Upaya *OVO* untuk dapat mempertahankan pengguna untuk tetap dikemudian hari maupun seterusnya menggunakan *OVO Paylater*.

DAFTAR PUSTAKA

Journal article

- Berry, A. M. (2017). Behavioral Intention and Use Behavior of Social Networking Websites among Senior Adults.
- Fauzi, A., Widodo, T., & Djatmiko, T. (2018). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus pada Pengguna Go-Jek dan Grab di Kalangan Mahasiswa Telkom University). . *e-proceeding of Management*, 1790-1796.
- Handayani, T., & Sudiana. (2015). Analisis Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Ppda STTNAS Yogyakarta). *Jurnal Angkasa*, 165-180.
- Sriwidodo, U., & Sumaryanto. (2017). Analisis Faktor-Faktor Berpengaruh Terhadap Perencanaan Investasi. *Research Fair Unisri*, 91-97.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 425-478.
- Wardani, I., & Hidayatullah, D. S. (2018). Analisis Minat Pengguna Layanan BNI Internet Banking dengan Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *e-proceeding of Management*, 1638-1644.

A book

- Frendy. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMART PLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.