

**PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *EFFORT EXPECTANCY*,
SOCIAL INFLUENCE, *PERCEIVED RISK* DAN *PERCEIVED COST*
TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* (STUDI PADA PENGGUNA
GO-PAY BANDUNG)**

**THE EFFECT OF *PERFORMANCE EXPECTANCY*, *EFFORT EXPECTANCY*,
SOCIAL INFLUENCE, *PERCEIVED RISK*, AND *PERCEIVED COST* ON
BEHAVIORAL INTENTION
(STUDY CASE ON USER GO-PAY BANDUNG)**

¹⁾Ghina Rida Kamilia, ²⁾Marheni Eka Saputri

^{1,2)}Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾ghinaridakamilia@gmail.com, ²⁾marhenieka@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh transaksi non-tunai lewat fintech hanya 1.66% dari perputaran uang di Indonesia dan penetrasi penggunaan layanan keuangan melalui non perbankan atau financial technology (fintech) di Indonesia baru mencapai 5%. Angka tersebut masih sangat rendah. Mckinsey mengatakan, tingkat penetrasi fintech tersebut dapat terus berkembang, bahkan mencapai 15 persen atau bisa menyaingi Australia yang sudah menyentuh

17 persen. Terutama dengan adanya aplikasi pembayaran seperti Gopay. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh performance expectancy, effort expectancy, social influence, perceived risk dan perceived cost terhadap behavioral intention pengguna Go-Pay di Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Populasi penelitian ini adalah pengguna mobile payment Go-Pay di Bandung dengan sampel sebanyak 400 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah i. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SmartPLS. Hasil dari penelitian ini, tanggapan responden mengenai variabel *performance expectancy*, variabel *effort expectancy*, variabel *social influence* di kategori baik sedangkan variabel *perceived risk*, variabel *perceived cost* berada pada kategori cukup baik. serta hasil analisis SEM-PLS bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *perceived risk*, *perceived cost* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap behavioral intention.

Kata Kunci : *Behavioral intention, Effort expectancy, Perceived risk, Perceived Cost, Performance Expectancy, Social Influence.*

Abstract

This research is motivated by non-cash transactions through fintech only 1.66% of the velocity of money in Indonesia and penetration of the use of financial services through non-banking or financial technology (fintech) in Indonesia has only reached 5%. This figure is far lower than other countries such as China which ranked first with a percentage of 67%. Mckinsey said, the fintech penetration rate could continue to grow, even reaching 15 percent or could rival Australia which had touched 17 percent. Especially with the existence of payment applications such as Gopay. This study aims to determine how much influence the performance of expectancy, effort expectancy, social influence, perceived risk and perceived cost of the behavioral intention of Go-Pay users in Bandung. The method used in this study is a quantitative method with the type of research used is descriptive, the measurement scale used is a Likert scale. The study population was Go-Pay mobile payment users in Bandung with a sample of 400 respondents. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling. The data analysis method used in this study is Structural Equation Modeling (SEM). Data processing is performed using SmartPLS. The results of this study, respondents' responses regarding performance expectancy variables, effort expectancy variables, social influence variables, perceived risk variables, perceived cost variables are in the good category. and SEM-PLS analysis results that performance expectancy, effort expectancy, social influence, perceived risk, perceived cost have a significant influence on behavioral intention.

Keywords: *Behavioral intention, Effort expectancy, Perceived risk, Perceived Cost, Performance expectancy, dan Social influence.*

1. Pendahuluan

Inovasi teknologi pada kehidupan sekarang mempunyai dampak yang besar dan tidak dapat dibantah lagi kalau ini membawa manfaat yang nyata bagi kita semua. Seperti *handphone* yang dulunya hanya berfungsi untuk telfon dan sms saja sekarang sudah bertransformasi menjadi *handphone* pintar berbasis internet (*smartphone*) yang bisa digunakan untuk berbelanja, memesan makanan, memesan kendaraan umum, memesan tukang pijit bahkan untuk pembayarannya bisa dilakukan sekaligus.

Payment menjadi sektor tertinggi sebanyak 39% dan menjadi faktor utama pada perkembangan *fintech*, karena bertransaksi merupakan aktifitas yang dilakukan oleh semua orang. Menurut Manajer Direktur Digital Artha Media (DAM), Fanny Verona mengatakan, walaupun Indonesia sudah punya ekosistem *fintech*, sistem *digital payment* belum bisa dilakukan secara keseluruhan (www.infobanknews.com). Menurut katadata.com (2018) transaksi non-tunai lewat *fintech* hanya 1.66% dari perputaran uang di Indonesia. Penetrasi pembayaran menggunakan *mobile payment* hampir menginjak angka 30%, Berada di posisi keempat pembayaran digital setelah transfer ATM, kartu debit, dan *internet banking*. Kemudian menurut Mckinsey (2019) penetrasi penggunaan layanan keuangan melalui non perbankan atau *financial technology (fintech)* di Indonesia baru mencapai 5%. Angka tersebut jauh lebih rendah daripada negara lain seperti China yang menduduki peringkat pertama dengan persentase 67%. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa kesadaran masyarakat untuk menggunakan digital payment masih sangat kecil dan menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih belum melek dengan keberadaan teknologi *fintech* yang sudah banyak tersedia dan bisa di gunakan untuk memudahkan mereka dalam bertransaksi hanya dengan menggunakan ponsel (*mobile payment*).

GO-PAY adalah uang elektronik atau dompet digital atau dompet virtual berupa saldo GO-JEK yang dapat digunakan untuk membayar berbagai layanan GO-JEK. Fungsi Go-Pay ini seperti layaknya kartu kredit. Kelebihan dari penawaran aplikasi penggunaan gopay dalam transaksi gojek, yakni adanya potongan harga yang lebih murah dari tarif transaksi *cash* untuk penggunaan layanan pada aplikasi dan tentunya konsumen tak perlu repot menyediakan uang untuk pembayaran jasa yang ditawarkan aplikasi Go-Jek tersebut. Untuk memenuhi tantangan teknologi ini dan struktur pasarnya, maka bisa dilihat dari bagaimana minat konsumen dalam mengadopsi layanan Go-Pay dengan sebuah model yang menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi yang disebut UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology*). Adapun perilaku-perilaku yang menjadi faktor minat mengadopsi teknologi adalah, *performance expectancy, effort expectation, social influence, perceived risk, dan perceived cost*. (Abrahão et al. 2016).

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh performance expectancy, effort expectancy, social influence, perceived risk dan perceived cost terhadap behavioral intention (studi kasus pada pengguna Go-Pay bandung)**” Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *Performance Expectancy* pada *Behavioral Intention* pengguna Go-Pay
2. Untuk mengetahui *Effort Expectancy* pada *Behavioral Intention* pengguna Go-Pay
3. Untuk mengetahui *Social Influence* pada *Behavioral Intention* pengguna Go-Pay
4. Untuk mengetahui *Perceived Risk* pada *Behavioral Intention* pengguna Go-Pay
5. Untuk mengetahui *Perceived Cost* pada *Behavioral Intention* pengguna Go-Pay
6. Untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectation Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk dan Perceived Cost* terhadap *Behavioral Intention* pengguna Go-Pay

2. Dasar Teori

2.1 Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost

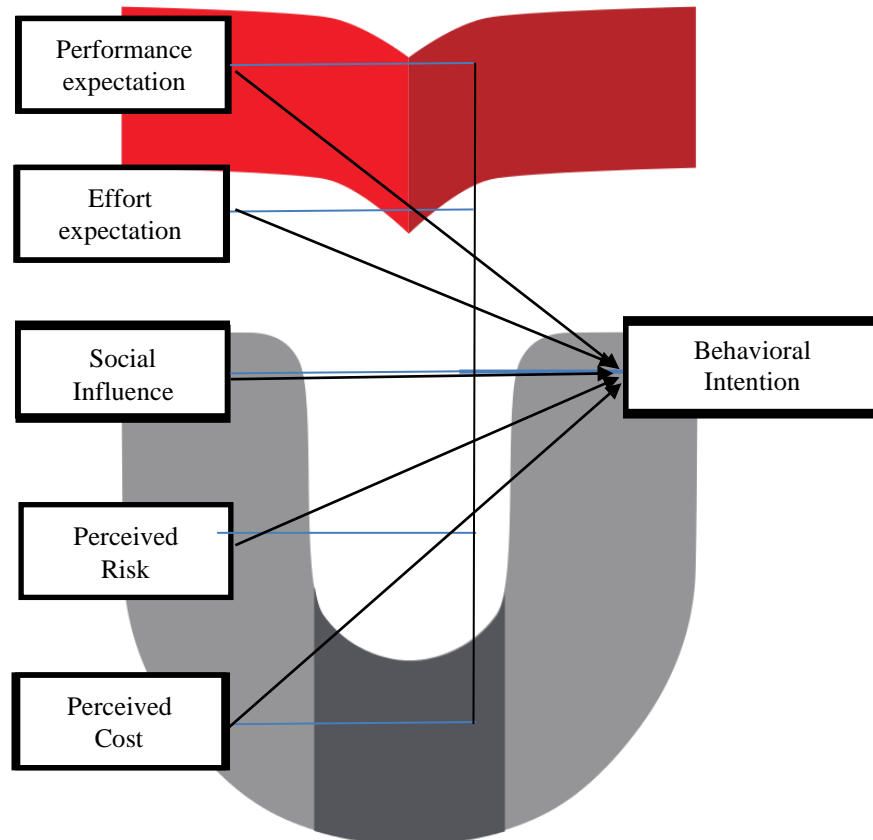
Performance Expectancy didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaannya. *Effort Expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem. *Social Influence* didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu memandang bahwa pentingnya keberadaan orang lain dalam menggunakan sistem baru akan mempengaruhi individu tersebut dalam menggunakan sistem baru tersebut juga. Persepsi risiko (*perceived risk*) menurut Zhang et al. (2012), didefinisikan sebagai tingkat di mana konsumen layanan seluler percaya bahwa dirinya mungkin terpapar terhadap jenis risiko keuangan, sosial, psikologis, fisik, atau waktu tertentu. *Perceived Cost* menurut Abrahao et al (2016) mengacu pada biaya awal, biaya berlangganan, biaya transaksi, dan biaya komunikasi yang dipercaya oleh konsumen.

2.2 Behavioral Intention

Behavioral intention adalah tingkat dimana seseorang berencana untuk menggunakan atau tidak menggunakan sesuatu teknologi dimasa depan (Sancaka & Subagio, 2014)

2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian

Dari beberapa teori yang telah disajikan diatas, penulis menghubungkan variabel-variabel tersebut menjadi suatu kerangka pemikiran yang dijadikan pedoman dalam penelitian. Berikut adalah gambaran kerangka pemikiran:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

“Terdapat Pengaruh *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk* dan *Perceived Cost* terhadap *Behavioral Intention* pengguna Go-pay di Bandung”

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Jenis penelitian yang dilakukan adalah Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:11) penelitian deskriptif adalah studi yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Metode kausal adalah penelitian yang dilakukan apabila peneliti ingin menggambarkan penyebab (cause) dari suatu masalah (baik dilaksanakan dengan melalui eksperimen maupun non-eksperimen) Indrawati, (2015:117) Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap perilaku, pengetahuan, opini atau sikap. Metode kuantitatif banyak digunakan dalam berbagai penelitian karena kecocokan untuk menguji model atau hipotesis. Indrawati (2015:184). Dalam rumusan masalah penelitian, peneliti ingin mengetahui hubungan *performnace expectancy, effort expectancy, social influence, perceived risk* dan *perceived cost* terhadap *behavioral intention*.

3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.2.1 Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah *performance expectancy, effort expectancy, social influence, perceived risk* , *perceived cost* dan variabel endogen adalah *behavioral intention*.

3.2.2 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam pengukuran penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2018:93) Skala *likert* digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna Go-Pay pada aplikasi Go-Jek di Bandung dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti.

3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Peneliti menggunakan sampel sebanyak 400 responden yaitu pengguna Go-Pay pada aplikasi Go-Jek di Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan sumbernya, data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan program *SmartPLS 3.2.7*. Prosedur dari pengujian validitas adalah *convergent validity* yaitu dengan mengkorelasikan *component score* dengan *construct score* yang nantinya akan menghasilkan nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* dikatakan tinggi apabila indikator berkorelasi $\geq 0,7$ dengan konstruk yang ingin diukur. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode yaitu dilihat dari *Cronbach's alpha* dan nilai *Composite reliability*.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Tanggapan Responden Mengenai *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Perceived Risk* dan *Perceived Cost*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *Performance Expectancy* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 82,27%. *Effort Expectancy* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 78,22%. *Social Influence* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 72,43%. *Perceived Risk* termasuk dalam kategori cukup baik dengan nilai persentase sebesar 65,78% dan *Perceived Cost* termasuk dalam kategori cukup baik dengan nilai persentase sebesar 61,61%.

4.1.2 Tanggapan Responden Mengenai *Behavioral Intention*

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *Behavioral Intention* termasuk dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 71,27%.

4.2 Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 1 Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	AVE	Nilai Kristis	Evaluasi Model
<i>Performance Expectancy (X₁)</i>	0,668	>0,5	Valid
<i>Effort Expectancy (X₂)</i>	0,682		Valid
<i>Social Influence (X₃)</i>	0,606		Valid
<i>Perceived Risk (X₄)</i>	0,768		Valid
<i>Perceived Cost (X₅)</i>	0,787		Valid
<i>Behavioral Intention (Y)</i>	0,586		Valid

Sumber: Pengolahan Data *SmartPLS 3.2.7*

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai AVE ipada masing-masing konstruk yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Perceived Risk*, *Perceived Cost* dan *Behavioral Intention* diatas 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikato tersebut dinyatakan valid dan dapat diterima sebagai pengukur variabel laten penelitia

4.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji *composite reliability* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Composite Reliability

No	Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Cronbach's Alpha	Evaluasi Model
1	<i>Performance Expectation (X₁)</i>	>0,6	0,836	Realibel
2	<i>Effort Expectation (X₂)</i>		0,844	Realibel
3	<i>Social Influence (X₃)</i>		0,768	Realibel
4	<i>Perceived Risk (X₄)</i>		0,899	Realibel
5	<i>Perceived Cost (X₅)</i>		0,909	Realibel
6	<i>Behavioral Intention (Y)</i>		0,646	Realibel

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.7

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa konstruk Citra merek, Kualitas produk, dan Keputusan Pembelian memiliki nilai *composite reliability* $\geq 0,7$. Hal ini dapat dikatakan bahwa konstruk *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Perceived Risk*, *Perceived Cost* dan *Behavioral Intention* memiliki reliabilitas yang baik.

4.3 Nilai R-Square

Berdasarkan hasil *R-Square* diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3 Nilai R-Square

Variabel	R ²	Kategori
<i>Performance Expectation, Effort Expectation, Social Influence, Perceived Risk, dan Perceived Cost</i> → <i>Behavioral Intention (Y)</i>	0.415	Moderat

Sumber: Pengolahan Data SmartPLS 3.2.7

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *perceived risk* dan *perceived cost* dapat mempengaruhi *behavioral intention* pada pengguna Go-Pay sebesar 41,5% sedangkan sisanya 58,5% lagi dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian saat ini,

4.4 Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4 Path Coefficient

Variabel	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistic (O/STDEV)	P Values
<i>Performance Expectancy</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0,150	0,150	0,059	2,585	0,011
<i>Effort Expectancy</i> -> <i>Behavioral Intention</i>	0,145	0,144	0,060	2,511	0,017

Variabel	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistic (O/STDEV)	P Values
<i>Social Influence -> Behavioral Intention</i>	0,105	0,107	0,045	2,445	0,021
<i>Perceived Risk -> Behavioral Intention</i>	0,128	0,128	0,040	3,340	0,002
<i>Perceived Cost -> Behavioral Intention</i>	0,388	0,388	0,054	7,551	0,000

Sumber : Hasil Olahan SmartPLS, 2019

$H_a: \rho_1 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* pada pengguna Go-Pay Bandung dengan nilai dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,585 yang mana lebih besar dari *t-tabel* sebesar 1,649. sehingga H_0 ditolak.

$H_a: \rho_2 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* pada pengguna Go-Pay Bandung dengan nilai dengan nilai *t-statistik* sebesar 2,511 yang mana lebih besar dari *t-tabel* sebesar 1,649 sehingga H_0 ditolak.

$H_a: \rho_3 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *social influence* terhadap *behavioral intention* pada pengguna Go-Pay Bandung dengan nilai dengan nilai nilai *t-statistik* sebesar 2,445 yang mana lebih besar dari *t-tabel* sebesar 1,649 sehingga H_0 ditolak.

$H_a: \rho_4 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *perceived risk* terhadap *behavioral intention* pada pengguna Go-Pay Bandung 3,340 yang mana lebih besar dari *t-tabel* sebesar 1,649 sehingga H_0 ditolak.

$H_a: \rho_5 \neq 0$

Artinya: Terdapat pengaruh signifikan *perceived cost* terhadap *behavioral intention* pada pengguna Go-Pay Bandung dengan nilai *t-statistik* sebesar 7,551 yang mana lebih besar dari *t-tabel* sebesar 1,649 sehingga H_0 ditolak.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Behavioral Intention* secara keseluruhan berada dalam kategori baik. *Perceived Risk* dan *Perceived Cost* berada dalam kategori cukup baik.
2. Variabel *performance expectancy* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention*.
3. Variabel *effort expectancy* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention*.
4. Variabel *social influence* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention*.
5. Variabel *perceived risk* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention*.
6. Variabel *perceived cost* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *behavioral intention*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan J. Hartono. 2015. Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Abrahao, R., Moriguchi, S., dan Andrade, D. (2016). *Intention of Adoption of Mobile Payment: An Analysis in the Light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. IMR. RAI 21, 1-10.
- Donni Junni Priansa,(2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemperer. Bandung:Alfabeta
- Indrawati.(2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. (Cetakan 1). Bandung PT.Refika Aditama
- Indrawati. (2017). Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi. Bandung: Refika Aditama
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kumar, Bipul. 2012. Theory of Planned Behaviour Approach to Understand the Purchasing Behaviour for Environmentally Sustainable Products.
- Parameswaran, S., Kishore, R., & Li, P. (2015). Within-study Measurement Invariance of the UTAUT Instrument: An Assessment with User Technology Engagement Variables.Information& Management.Sujarweni, V. Wiratna. 2014. Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. Sunarto. 2012. Pengantar Manahemen, Bandung: CVAlfabeta.
- Shafinah, K., Sahari, N., Sulaiman, R., Yusoff, M., dan Ikram, M. (2013). Determinants of User Behavior Intention (BI) on Mobile Services: A Preliminary View. Procedia Technology. 11, 127-133.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen).Jakarta: PT Buku Seru.
- Solomon, Michael. R. 2015. Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., dan Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. MIS Quarterly. 27(3), 425-478.
- Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., dan Zhang, R. (2012). Mobile Payment Services Adoption Across Time: An Empirical Study of the Effects of Behavioral Beliefs, Social Influences, and Personal Traits. Computers in Human Behavior 28, 129-142.
- Zhang, L., Zhu, J., dan Liu, Q. (2012). A Meta-analysis of Mobile Commerce Adoption and the Moderating Effect of Culture. Computers in Human Behavior. 28, 1902-1911.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. Computers in Human Behavior, 26, 760– 767. doi: 10.1016/j.chb.2010.01.013