

BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 TAM

Model Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan untuk menjelaskan dan memprediksi bagaimana pengguna menerima teknologi informasi. Model ini diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 sebagai adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM menitikberatkan pada dua faktor utama yang menjadi penentu penerimaan teknologi, yakni persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*).

Penelitian terbaru dari (Andas et al., 2025)) melakukan tinjauan sistematis serta sintesis konseptual penerapan TAM pada adopsi teknologi pembayaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TAM masih relevan dan sering digunakan sebagai kerangka teoritis untuk memahami perilaku adopsi teknologi pembayaran digital dalam berbagai situasi. Model ini efektif menjelaskan variasi tingkat penerimaan pengguna terhadap inovasi fintech dengan menekankan bagaimana persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan membentuk sikap dan niat perilaku pengguna.

Selanjutnya, studi menurut (Sri et al., 2024) mengaplikasikan TAM untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam menerima QRIS. Temuan mengindikasikan bahwa mahasiswa yang melihat manfaat praktis QRIS seperti kemudahan bertransaksi, efisiensi waktu, dan keamanan cenderung memiliki niat lebih tinggi untuk menggunakannya. Hal ini menguatkan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan secara signifikan berpengaruh

pada keputusan mahasiswa mengadopsi sistem pembayaran digital tersebut dalam aktivitas sehari-hari.

Dalam ranah pendidikan, penelitian dari (Ana et al., 2025) meneliti penerimaan e-learning sebagai media pembelajaran berdasarkan TAM. Hasil menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan platform e-learning dan persepsi kemanfaatan dalam mendukung proses belajar menjadi faktor utama keberhasilan penerapan pembelajaran digital. Baik dosen maupun mahasiswa yang merasa mudah mengakses materi, memiliki fleksibilitas waktu belajar, serta merasakan peningkatan efektivitas pembelajaran menunjukkan sikap positif dan niat kuat menggunakan e-learning secara berkelanjutan.

Penelitian lain dari artikel (Yefta Christian 2023) melihat penerimaan peserta didik terhadap penggunaan teknologi informasi dalam pembelajaran melalui model TAM. Temuan menunjukkan bahwa peserta didik dengan persepsi positif terhadap kegunaan teknologi dalam membantu pemahaman materi dan kemudahan penggunaan perangkat digital memiliki tingkat penerimaan lebih tinggi. Selain itu, dukungan infrastruktur dan kemampuan digital juga memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi pembelajaran.

Terakhir, riset dari (Elin Panca Saputra et al., 2024) menerapkan TAM untuk menganalisis pengaruh persepsi publik terhadap penggunaan dompet digital. Hasil menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, seperti kemudahan transaksi, keamanan, promosi, dan cashback secara signifikan memengaruhi niat publik mengadopsi dompet digital. Persepsi kemudahan penggunaan yang meliputi antarmuka yang ramah pengguna, registrasi yang sederhana, serta integrasi dengan merchant juga berdampak positif pada sikap dan niat penggunaan. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa pengguna yang merasakan nilai tambah dari dompet digital memiliki kecenderungan lebih tinggi menjadi pengguna aktif dan loyal.

Secara umum, kelima penelitian tersebut memperlihatkan bahwa TAM merupakan model teoritis yang kuat dan konsisten dalam menjelaskan penerimaan teknologi di berbagai bidang, mulai dari pembayaran digital (QRIS dan dompet

digital) hingga teknologi pendidikan (*e-learning*). Persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan terbukti menjadi prediktor utama yang mendorong sikap positif dan niat pengguna untuk memakai teknologi. Individu yang merasakan manfaat nyata dan kemudahan penggunaan lebih cenderung menerima dan menggunakan teknologi secara berkelanjutan.

Dalam penelitian ini, kajian sistematik dari (Ana et al., 2025) merupakan sumber paling relevan dan menyeluruh untuk memahami penerapan TAM dalam konteks pembayaran digital karena menyajikan sintesis konseptual dari berbagai studi terbaru. Kajian tersebut menunjukkan bahwa TAM dapat diperluas dengan menambahkan variabel seperti kepercayaan, keamanan, dan persepsi risiko untuk meningkatkan kemampuan model dalam memprediksi perilaku pengguna fintech dan dompet digital. Dengan demikian, TAM dapat dijadikan kerangka teoritis yang kuat untuk menjelaskan mengapa pengguna yang memiliki persepsi positif terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan teknologi pembayaran digital lebih cepat beradaptasi dan tetap setia menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang.

2.1.2 UTAUT

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan kerangka teoritis yang dirancang oleh Venkatesh beserta timnya pada 2003 guna memahami serta meramalkan perilaku adopsi teknologi oleh para pengguna. Model ini kemudian diperluas menjadi UTAUT2 pada 2012 dengan penambahan tiga konstruk baru untuk konteks konsumen, yakni *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. UTAUT menyatukan berbagai model penerimaan teknologi sebelumnya dan menjadi salah satu kerangka paling populer dalam riset adopsi teknologi, termasuk di bidang layanan keuangan digital serta fintech.

Studi menurut (Amnas et al., 2023) menggabungkan UTAUT2 dengan Trust Theoretic Model untuk mengkaji faktor-faktor penentu adopsi FinTech. Temuan menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *habit*, *price value*, serta *facilitating conditions* secara signifikan membentuk niat pengguna memakai layanan FinTech. Penelitian ini menegaskan peran vital kepercayaan dalam adopsi FinTech, karena memediasi baik niat maupun

penggunaan nyata layanan tersebut. Hasilnya, UTAUT2 mampu menjelaskan 68,4% varians pada *behavioral intention* dan 57,7% pada actual use, membuktikan kekuatan prediktifnya yang tinggi di ranah fintech.

Studi selanjutnya dari (Padma Kiran & Vedala, 2025a) menerapkan UTAUT untuk mengeksplorasi faktor pendorong adopsi Unified Payments Interface (UPI) di India. Menggunakan data dari 416 pengguna UPI dan analisis partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM), hasil mengindikasikan bahwa *facilitating conditions* sangat memengaruhi niat adopsi UPI. Faktor seperti dukungan pelanggan yang cepat, kecepatan layanan, akses mudah, keandalan aplikasi, serta penanganan keluhan yang efektif mendorong perilaku adopsi. *Social influence* juga berpengaruh positif, di mana dukungan dari keluarga, teman, atau figur publik seperti selebriti meningkatkan kecenderungan individu mengadopsi UPI.

Di konteks Bangladesh, riset menurut (Sultana et al., 2023) memakai extended UTAUT untuk mengukur niat penerimaan layanan fintech di kalangan mahasiswa. Model ini mencakup empat determinan utama UTAUT *Performance Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), dan *Facilitating Conditions* (FC) ditambah variabel *Personal innovativeness*. Temuan mengungkap bahwa PE, EE, dan FC secara signifikan memengaruhi niat mahasiswa menggunakan fintech, sementara FC dan *behavioral intention* mendorong adopsi aktual. Namun, SI dan *personal innovativeness* tidak berpengaruh, menandakan variasi pengaruh faktor ini berdasarkan demografi tertentu.

Penelitian menurut (Zaid Kilani et al., 2023) menyelidiki adopsi *e-wallet* pasca-penerimaan melalui extended UTAUT2 yang mengintegrasikan trust. Dengan data dari 314 pengguna *e-wallet* di Yordania dan analisis SEM *via Smart-PLS*, hasil menunjukkan variabel UTAUT2 secara signifikan membentuk perilaku adopsi. Pendekatan uniknya mengganti *social influence* dengan *trust factors*, yang terbukti berpengaruh kuat terhadap niat penggunaan. Hal ini menekankan bahwa kepercayaan pada keamanan, privasi, dan keandalan *e-wallet* menjadi kunci utama dalam keputusan adopsi pembayaran digital.

Dalam penelitian ini, penelitian (Amnas et al., 2023) paling relevan dan lengkap untuk memahami UTAUT di konteks fintech serta e-wallet, karena mengintegrasikan UTAUT2 dengan Trust Theoretic Model untuk perspektif holistik. Studi ini membuktikan model yang diperkaya trust menjelaskan lebih dari 68% varians *behavioral intention*, menjadikannya fondasi kuat bagi riset adopsi pembayaran digital. Oleh karena itu, UTAUT2 ideal sebagai landasan teoritis menjelaskan mengapa pengguna dengan ekspektasi kinerja tinggi, kemudahan penggunaan, dukungan fasilitas, kepercayaan solid, dan kebiasaan positif lebih cepat mengadopsi serta setia pada layanan *fintech dan e-wallet* jangka panjang.

2.1.3 Adoption readiness (Kesiapan Adopsi)

Kesiapan adopsi (*Adoption readiness*) *Adoption readiness* menggambarkan derajat kesiapan individu atau organisasi untuk menerima dan memanfaatkan inovasi teknologi guna mendukung tujuan bisnis atau pribadi. Konsep ini mengintegrasikan elemen psikologis, organisasional, dan teknis yang menentukan kemampuan efektif serta berkelanjutan dalam mengadopsi teknologi. Kesiapan adopsi berperan sebagai jembatan penting antara ketersediaan teknologi dan penerapannya dalam rutinitas harian.

Menurut peneliti (Shim et al., 2021) mengeksplorasi pengaruh consumer readiness dan technology readiness terhadap kualitas layanan *self-service technology* (SST) di sektor restoran. Model penelitian menunjukkan bahwa *consumer readiness* meliputi *role clarity* (kejelasan peran), *ability* (kemampuan), dan *self-efficacy* (keyakinan diri) memberi dampak lebih kuat dan signifikan pada persepsi kualitas SST dibandingkan *technology readiness*. Optimisme sebagai aspek *technology readiness* berpengaruh positif pada keenam dimensi kualitas SST (*functionality, enjoyment, ease of use, assurance, convenience, dan customization*). Penelitian ini menegaskan perlunya melatih konsumen agar memiliki kejelasan peran dan kemampuan, sehingga membangun kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi mandiri. Model tersebut efektif menjelaskan hubungan antara kesiapan pengguna, sikap, dan niat adopsi, dengan *enjoyment, ease of use, serta assurance* sebagai pendorong utama.

Penelitian (Uren & Edwards, 2023) memperluas kerangka *People, Processes, Technology* menjadi *People, Processes, Technology, and Data* untuk model adopsi AI. Melalui studi kualitatif lintas-sektoral dengan pakar AI dari riset, pengembangan, dan bisnis, penelitian menggunakan *Technology Readiness Levels* (TRL) dan menemukan bahwa keberhasilan adopsi AI jangka panjang bergantung pada empat dimensi: *people readiness* (kesiapan sumber daya manusia), *process readiness* (kesiapan proses), *data readiness* (kesiapan data), dan *technology readiness* (kesiapan teknologi). Model ini mengidentifikasi kebutuhan unik di setiap tahap adopsi AI, dari konsep hingga implementasi penuh. Temuan menyoroti bahwa kesiapan teknologi saja tidak mencukupi; organisasi perlu memastikan karyawan terampil, proses bisnis adaptif, dan data berkualitas untuk adopsi AI yang berkelanjutan.

Menurut peneliti (Ghaleb et al., 2021) menerapkan kerangka *Technology-Organization-Environment* (TOE) untuk mengevaluasi kesiapan adopsi big data di layanan kesehatan Malaysia. Berdasarkan data dari 302 tenaga kesehatan dan analisis structural equation modeling, faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan secara signifikan memengaruhi kesiapan adopsi. Dimensi *technology readiness* seperti *relative advantage* (keunggulan relatif), *compatibility* (kompatibilitas), dan *complexity* (kompleksitas) membentuk *technological preparedness*. Penelitian menekankan bahwa optimisme dan kreativitas mendorong kesiapan, sementara ketidaknyamanan dan *insecurity* menghambatnya. Hasil ini mendorong peningkatan kesiapan teknologi organisasi untuk adopsi cepat *cloud computing* dan analitik big data, guna meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan kesehatan.

Penelitian lanjutan (Ghaleb et al., 2023) menfokuskan peran mediasi kesiapan teknologi antara faktor dampak teknologi dan niat adopsi big data di sektor kesehatan. Survei terhadap 328 tenaga kesehatan Malaysia, dianalisis dengan Smart PLS 3, membuktikan bahwa *relative advantage*, *compatibility*, dan *complexity* memengaruhi persepsi kesiapan *big data*, yang selanjutnya membentuk niat penggunaan. *Relative advantage* unggul karena menyediakan sumber daya komputasi instan tanpa investasi *hardware* tambahan. Kesiapan teknologi menjadi

katalisator untuk kemampuan tenaga kerja, memastikan adaptasi terhadap kemajuan teknologi demi kinerja organisasional dan keberlanjutan. Organisasi yang menyelaraskan kompatibilitas dan keunggulan big data dengan prosedur mereka akan lebih siap mengintegrasikannya ke berbagai aspek operasional.

Menurut peneliti (Iacobucci & Perugini, 2023) menganalisis bagaimana tekanan pasar dan kesiapan organisasional mendorong evolusi strategi adopsi pemasaran digital di UKM. Melalui studi kasus longitudinal, penelitian mengadopsi jalur *pressure* terhadap *response* terhadap *effect*, menemukan strategi adopsi mengikuti pola *validation* terhadap *cloning* terhadap *foresight* secara bertahap. Tekanan pasar dan kesiapan organisasional (kesadaran, komitmen, sumber daya) bekerja sinergis sebagai pendorong adopsi. Trajektori teknologi digital menunjukkan struktur "*mortise-and-tenon*" yang saling terkait. Wawasan ini memperkaya literatur TOE dan memberikan panduan praktis bagi UKM untuk mengadopsi teknologi terkait berdasarkan aset existing, sehingga mendahului kompetitor dalam peluang bisnis.

Dalam penelitian ini, studi Shim et al. (2020) paling relevan untuk konteks fintech dan e-wallet, karena menyediakan model komprehensif yang mengintegrasikan *consumer readiness* dan *technology readiness* dalam menjelaskan persepsi kualitas layanan, sikap, serta niat adopsi teknologi mandiri. *Consumer readiness* terutama kejelasan peran, kemampuan, dan keyakinan diri memberi dampak lebih besar daripada kesiapan teknologi semata. Model ini sangat cocok untuk e-wallet, karena menekankan pemberdayaan pengguna melalui pemahaman penggunaan, kemampuan operasional, dan kepercayaan diri dalam transaksi sukses. Oleh karena itu, *adoption readiness* menjadi fondasi teoritis ideal untuk menjelaskan mengapa pengguna dengan kejelasan peran tinggi, kemampuan kuat, keyakinan diri solid, serta optimisme teknologi cenderung mengadopsi *fintech* dan *e-wallet* lebih cepat serta tetap loyal jangka panjang.

2.1.3.1 Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan)

Perceived Usefulness (PU) menggambarkan sejauh mana pengguna menilai bahwa pemanfaatan suatu teknologi memberikan keuntungan dan meningkatkan

efisiensi aktivitas mereka. Dalam kajian (Klarin et al., 2024), ditemukan bahwa persepsi kegunaan terhadap chatbot generatif berkorelasi positif dengan frekuensi penggunaan untuk tugas akademik di kalangan remaja. Artinya, semakin tinggi tingkat manfaat yang dirasakan, semakin sering teknologi tersebut digunakan secara berulang. Penelitian ini menegaskan bahwa persepsi kegunaan mendorong keterlibatan pengguna terhadap teknologi digital.

Selanjutnya, menurut studi (Fridkin et al., 2024) menyoroti bahwa dalam sistem informasi wajib, PU berperan sebagai mediator antara persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) dan tingkat adopsi teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pengguna diwajibkan untuk memakai sistem, persepsi bahwa sistem tersebut berguna tetap menjadi faktor kunci yang menentukan tingkat penerimaan dan penggunaan aktual. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan mampu mengubah kewajiban menjadi adopsi sukarela.

Sementara itu menurut peneliti, (F. Huang & Liu, 2024) meneliti keberlanjutan pembelajaran daring dan menemukan bahwa PU bersama *perceived enjoyment* berperan sebagai mediator yang signifikan terhadap continuance intention. Pengguna akan terus menggunakan sistem pembelajaran daring ketika mereka merasa sistem tersebut bermanfaat dan menyenangkan. Hasil ini memperkuat pandangan bahwa persepsi manfaat bukan hanya memengaruhi adopsi awal, tetapi juga penggunaan berkelanjutan.

Dalam konteks aplikasi layanan pesan antar makanan, menurut peneliti (Moon et al., 2023) menunjukkan bahwa kualitas informasi, kecepatan layanan, dan kualitas produk secara signifikan meningkatkan PU pengguna. Peningkatan persepsi manfaat tersebut kemudian berdampak pada peningkatan kepuasan dan niat untuk terus menggunakan aplikasi. Temuan ini membuktikan bahwa PU dibentuk oleh pengalaman positif pengguna terhadap kinerja dan hasil layanan digital.

Selain itu, penelitian (Abu-Taieh et al., 2022) juga menemukan bahwa dalam konteks e-learning, PU bersama *perceived effectiveness* berpengaruh

signifikan terhadap *continuance intention*. Artinya, pengguna akan mempertahankan penggunaan sistem jika mereka menilai sistem tersebut bermanfaat dan efektif untuk mencapai tujuan mereka.

Dalam penelitian ini (Fridkin et al., 2024) merupakan sumber paling relevan untuk penelitian karena secara eksplisit menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memediasi hubungan antara kemudahan penggunaan dan adopsi teknologi. Temuan ini sangat sesuai, di mana manfaat yang dirasakan pengguna seperti kemudahan transaksi, cashback, fitur keamanan, dan efisiensi waktu menjadi alasan utama mereka tetap menggunakan aplikasi meskipun muncul risiko kehilangan saldo. Dengan demikian, PU dapat diposisikan sebagai variabel yang menjelaskan bagaimana persepsi manfaat mampu mempertahankan niat perilaku dan kepercayaan pengguna terhadap *e-wallet*.

2.1.3.2 Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Perceived ease of use (PEOU) secara konseptual terkait dengan beban kognitif dan upaya yang dibutuhkan untuk menjalankan teknologi. Bukti empiris terkini menunjukkan bahwa PEOU memiliki hubungan signifikan dengan PU dan pengalaman belajar yang menyenangkan dalam konteks pendidikan online menyoroti bahwa sistem yang mudah digunakan cenderung dianggap lebih berguna dan lebih menarik menurut penelitian (van der Walt et al., 2024). Pada e-learning, jalur PEOU terhadap PU terhadap sikap terhadap niat dikonfirmasi melalui pemodelan mediasi, yang mengungkapkan bahwa dampak PEOU pada niat sebagian besar disalurkan melalui PU (Liao et al., 2022). Kajian lintas konteks dalam TAM juga terus menemukan PEOU dan PU sebagai prediktor kuat bagi sikap/acceptance, yang memperkuat generalisasi konstruk ini di berbagai bidang (Malatji et al., 2020). Di lingkungan organisasi dengan sistem wajib, hubungan PEOU terhadap PU tetap signifikan, menunjukkan bahwa kemudahan operasional masih penting meski otonomi pengguna terbatas (Fridkin et al., 2024). Pada penggunaan perangkat lunak *open-source* dalam pendidikan, PEOU dan PU bersama dengan konstruk otonomi berkorelasi dengan niat penggunaan, yang menegaskan pentingnya kemudahan sebagai prasyarat yang meningkatkan persepsi

manfaat (Racero et al., 2020). Secara keseluruhan, PEOU beroperasi melalui dua jalur: jalur tidak langsung (memperkuat PU dan sikap) serta jalur langsung (mengurangi hambatan adopsi), yang keduanya memfasilitasi intensi dan penggunaan nyata.

Dalam penelitian ini (van der Walt et al., 2024) paling sesuai karena menekankan keterkaitan positif antara PEOU, PU, dan kesenangan pengguna. Dimana kemudahan navigasi aplikasi, kecepatan isi ulang, serta antarmuka yang intuitif secara langsung memengaruhi persepsi kemanfaatan dan kepuasan pengguna. Temuan ini dapat mendukung argumen bahwa semakin mudah *E-Wallet* digunakan, semakin tinggi pula minat pengguna untuk terus menggunakannya meskipun pernah mengalami masalah saldo.

2.1.3.3 Facilitating Conditions (Kondisi yang Memfasilitasi)

Dalam model UTAUT/UTAUT2, *facilitating conditions* (FC) mewakili ketersediaan sumber daya, pengetahuan, serta dukungan teknis atau organisasional yang memungkinkan pemanfaatan teknologi. Kajian sistematis di perguruan tinggi menunjukkan bahwa FC memiliki dampak langsung pada perilaku penggunaan nyata, sedangkan konstruk lain (PE/EE/SI) lebih sering memengaruhi niat (Xue et al., 2024). Pada bidang kendaraan otonom, model UTAUT yang digabungkan dengan *trust & risk* menemukan FC berkontribusi melalui jalur kepercayaan/risiko, yang menandakan bahwa dukungan infrastruktur dan kesiapan lingkungan mengurangi persepsi risiko sehingga meningkatkan penerimaan (Kenesei et al., 2025). Di sektor smart farming di Malaysia, FC seperti akses perangkat, konektivitas, dan bantuan teknis terbukti sangat penting, khususnya bagi petani kecil yang peka terhadap kendala sumber daya (Ravindran et al., n.d.). Pada telemedicine di Taiwan, FC berpengaruh signifikan terhadap use behavior, yang mengungkapkan bahwa kesiapan organisasi dan dukungan TI di fasilitas kesehatan menjadi pemicu realisasi penggunaan, bukan hanya niat (Kung et al., 2024). Temuan serupa dilaporkan dalam *Frontiers in Psychology*, di mana FC memengaruhi penggunaan aktual sementara PE/EE/SI membentuk niat yang menguatkan pemisahan peran FC pada tahap implementasi (L. Chen et al., 2023).

Dengan demikian, FC berfungsi sebagai pendorong: ketika sumber daya, kompatibilitas sistem, dan bantuan tersedia, peralihan dari niat ke penggunaan nyata menjadi lebih lancar.

Dalam penelitian ini jurnal (Kung et al., 2024) paling sesuai untuk diterapkan karena menekankan bahwa FC (dukungan teknis, sistem, dan infrastruktur) secara signifikan memengaruhi *actual use behavior* dalam *telemedicine*. Analogi ini cocok dengan konteks E-Wallet, di mana keandalan sistem, ketersediaan layanan pelanggan, serta dukungan fitur keamanan berperan krusial untuk mempertahankan penggunaan nyata setelah kejadian kehilangan saldo. FC bertindak sebagai faktor penguat kepercayaan dan memastikan pengguna terus menggunakan aplikasi secara berkelanjutan.

2.1.3.4 Social Influence (Pengaruh Sosial)

Pengaruh sosial diartikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa orang-orang yang berarti baginya meyakinkan bahwa ia seharusnya mengadopsi sistem baru. Menurut Padma (Padma Kiran & Vedala, 2025c) pengaruh sosial adalah salah satu elemen yang memberikan efek positif dan signifikan terhadap niat perilaku dalam penerapan teknologi. Dalam lingkungan budaya kolektif, pendapat kelompok sangat dihargai, sehingga individu lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi ketika mereka menyaksikan teman, keluarga, atau kolega mereka juga menggunakan teknologi tersebut. Studi yang dilakukan oleh (Uludağ et al., 2025) menunjukkan bahwa pengaruh sosial merupakan komponen yang vital dalam konteks penerapan teknologi AI, seperti ChatGPT, di kalangan mahasiswa doktoral dalam bidang sains, di mana niat perilaku dipengaruhi oleh pengaruh sosial, kebiasaan, motivasi hedonis, serta pengalaman terkait AI.

Social influence (SI) menggambarkan tekanan normatif atau dukungan sosial dari individu penting, kelompok acuan, atau norma institusional. Dalam organisasi sosial yang mengadopsi alat AI kolaboratif, SI memengaruhi ekspektasi kinerja dan upaya, yang kemudian menjadi dasar adopsi menunjukkan bahwa norma dan saran sosial dapat membentuk keyakinan kognitif yang mendukung adopsi (Jain et al., 2022). Pada *telemedicine* (UTAUT2), SI bekerja bersamaan

dengan *performance expectancy* dan *price value* dalam membentuk *behavioral intention*, yang menandakan relevansi SI yang terus berlanjut di layanan kesehatan digital (Vidal-Silva et al., 2024). Pada kelompok lansia yang menggunakan layanan medis online, model UTAUT2 yang dimodifikasi mengonfirmasi SI sebagai salah satu konstruk yang memengaruhi niat adopsi menunjukkan kepekaan kelompok ini terhadap saran dokter atau keluarga (H. Huang et al., 2025)

Dalam penelitian ini (H. Huang et al., 2025) merupakan referensi terbaik untuk konteks e-wallet karena menunjukkan bahwa SI memiliki dampak kuat terhadap niat adopsi di kalangan pengguna rentan (seperti lansia) melalui kepercayaan pada saran keluarga atau otoritas. Hal ini sejalan dengan perilaku pengguna e-wallet di Indonesia, di mana rekomendasi teman, keluarga, atau figur publik (*influencer*) di media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi keamanan dan niat menggunakan aplikasi meskipun ada masalah kehilangan saldo.

2.1.4 Personal innovativeness (Inovasi Personal)

Personal innovativeness menggambarkan kecenderungan seseorang untuk lebih cepat mencoba teknologi baru dibandingkan orang lain. Orang dengan inovativitas tinggi biasanya memiliki rasa ingin tahu yang kuat, lebih terbuka terhadap perubahan, dan melihat manfaat positif dari teknologi digital.

Penelitian (Irimia-Diéguez et al., 2023) menjelaskan bahwa *personal innovativeness* secara signifikan memengaruhi niat adopsi inovasi fintech, dengan sikap dan norma sosial sebagai mediator utama. Temuan ini menunjukkan bahwa individu inovatif lebih mudah menerima teknologi keuangan baru jika mereka merasa inovasi tersebut sesuai dengan nilai dan harapan sosial di sekitarnya.

Selanjutnya, menurut peneliti (Al-Tit et al., 2022) menganalisis 415 pelaku UKM di Indonesia menggunakan model *Extended TAM* untuk menilai adopsi fintech selama pandemi COVID-19. Hasilnya menunjukkan bahwa user innovativeness secara langsung dan positif memengaruhi niat adopsi, bersama dengan persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan dukungan pemerintah. Temuan ini penting karena mengungkapkan bahwa pengusaha inovatif

lebih cepat memanfaatkan fintech untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan transaksi.

Penelitian (Cavalcanti et al., 2022) melalui meta-analisis 88 studi tentang adopsi transformasi digital menemukan bahwa *personal innovativeness* adalah prediktor konsisten dan signifikan untuk mendorong niat perilaku. Analisis ini menunjukkan bahwa individu dengan orientasi inovatif lebih mampu mengenali manfaat teknologi baru dan mengadopsinya lebih awal.

Dalam bidang teknologi energi cerdas, penelitian yang dilakukan (Victorino et al., 2021) menemukan bahwa *personal innovativeness* memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan dan niat menggunakan smart meter. Orang yang lebih inovatif cenderung lebih bersemangat mencoba teknologi baru karena yakin bisa menguasai fungsinya lebih cepat daripada pengguna lain.

Terakhir, menurut peneliti (Solarz & Adamek, 2023) memeriksa kaitan antara kepercayaan dan inovativitas pribadi dalam keputusan konsumen untuk menggunakan layanan pinjaman digital. Temuan menunjukkan bahwa kepercayaan dan inovativitas pribadi adalah dua syarat utama bagi konsumen untuk bersedia mencoba dan menerima layanan finansial digital baru. Pengguna yang inovatif lebih mungkin berani mencoba layanan keuangan berbasis teknologi karena mereka memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi daripada pengguna konservatif.

Secara keseluruhan, kelima penelitian tersebut menunjukkan bahwa *personal innovativeness* berperan sebagai faktor utama yang mendorong niat perilaku melalui persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap teknologi. Individu inovatif lebih terbuka untuk bereksperimen dengan fitur baru, lebih percaya diri menghadapi risiko, dan lebih cepat membangun kepercayaan pada teknologi digital seperti e-wallet.

Dalam penelitian ini (Al-Tit et al., 2022) adalah sumber paling relevan untuk penelitian e-wallet karena secara spesifik meneliti dampak user innovativeness pada niat adopsi fintech di Indonesia dengan model Extended TAM. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin inovatif seseorang, semakin tinggi

kecenderungannya untuk menerima dan menggunakan teknologi baru, meskipun ada risiko finansial atau keamanan. Dengan demikian, *personal innovativeness* dapat dijadikan variabel penting untuk menjelaskan mengapa pengguna *E-Wallet* yang berorientasi inovatif lebih cepat beradaptasi dan tetap percaya pada layanan finansial digital.

2.1.5 *Perceived risk* (Persepsi Risiko)

Perceived risk adalah pandangan subjektif seseorang mengenai kemungkinan kerugian, ketidakpastian, atau dampak buruk yang bisa timbul saat memanfaatkan suatu teknologi. Dalam hal penerapan fintech, persepsi risiko ini sering kali menjadi hambatan utama bagi niat pengguna untuk terlibat dengan layanan digital.

Penelitian (Zhao & Khaliq, 2024) mengungkapkan bahwa dalam konteks adopsi fintech di Pakistan, *time risk* merupakan dimensi risiko yang paling menonjol ($\beta = 0.274$), diikuti oleh *financial risk*, *security risk*, *social risk*, dan *performance risk*. Temuan ini menunjukkan bahwa *perceived risk* secara keseluruhan memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap adoption intention ($\beta = -0.284$), yang berarti persepsi risiko tinggi dapat mengurangi minat pengguna untuk menerapkan sistem keuangan digital.

Sementara itu, studi (Hornuf et al., 2025) melalui tinjauan literatur sistematis dan meta-analisis tentang adopsi mobile fintech di Afrika Sub-Sahara menemukan bahwa meskipun *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* adalah prediktor utama adopsi, *perceived risk* tetap berperan sebagai penghalang signifikan yang konsisten di berbagai negara berkembang. Ini menegaskan pentingnya risiko yang dirasakan dalam memperlambat penerimaan teknologi finansial inovatif.

Selain itu, menurut (Wei et al., 2025) menggunakan kombinasi *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dan *fuzzy set Qualitative Comparative Analysis* (fsQCA) untuk menganalisis adopsi mobile fintech di Tiongkok. Hasilnya menunjukkan bahwa tujuh dimensi risiko finansial,

performance, psychological, social, time, security, dan legal risk secara bersama-sama menjelaskan 46,27% varians terhadap *adoption intention*. Temuan ini memperluas wawasan bahwa risiko yang dirasakan bukanlah sesuatu yang sederhana, melainkan multidimensi dan saling memengaruhi persepsi nilai serta niat perilaku pengguna.

Penelitian (Liu et al., 2024) memperkuat hal ini melalui konteks telemedicine, di mana mereka menemukan bahwa *perceived risk* memengaruhi *behavioral intention* secara negatif, dengan trust sebagai mediator yang penting. Ini menunjukkan bahwa pengguna lebih mungkin menerima teknologi digital jika mereka memiliki kepercayaan tinggi terhadap sistem dan penyedia layanan.

Studi menurut (J. Chen et al., 2024) yang menerapkan model extended UTAUT2 pada penerapan fintech di Vietnam mengungkapkan bahwa *perceived risk* memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap *behavioral intention* ($\beta = -0.168$, $p < 0.001$). Akan tetapi, pengaruh buruk ini bisa dikurangi melalui trust sebagai mediator, yang menunjukkan bahwa kepercayaan memainkan peran krusial dalam mengubah persepsi risiko menjadi penerimaan layanan. Pengguna yang memiliki kepercayaan tinggi pada sistem dan penyedia layanan cenderung terus memanfaatkan fintech meskipun menyadari risiko potensialnya.

Dalam penelitian ini (J. Chen et al., 2024) adalah sumber yang paling sesuai untuk penelitian tentang E-Wallet. Penelitian ini secara langsung menekankan hubungan negatif signifikan antara *perceived risk* dan *behavioral intention* dalam konteks fintech, serta menjelaskan fungsi mediasi kepercayaan (trust) sebagai penyeimbang. Ini sangat berkaitan dengan masalah kehilangan saldo, di mana risiko finansial dan keamanan dapat menurunkan niat penggunaan, tetapi masih bisa diatasi dengan meningkatkan kepercayaan terhadap fitur perlindungan dan sistem keamanan aplikasi. Oleh karena itu, (J. Chen et al., 2024) menjadi rujukan paling representatif untuk menjelaskan bagaimana persepsi risiko memengaruhi perilaku pengguna dompet digital di Indonesia.

2.1.5.1 Security Risk (Risiko Keamanan)

Security risk, atau risiko keamanan, merujuk pada tingkat kecemasan pengguna mengenai kemungkinan pelanggaran keamanan, penyalahgunaan informasi, atau pencurian aset keuangan saat memanfaatkan teknologi digital. Dalam layanan keuangan digital seperti dompet elektronik (*e-wallet*), persepsi risiko keamanan sangat penting karena berkaitan dengan kepercayaan pengguna terhadap mekanisme perlindungan data dan transaksi.

Penelitian (Jafri et al., 2024) melakukan tinjauan literatur sistematis terhadap 26 artikel (2009–2022) yang mengkaji peran kepercayaan dan keamanan dalam penerapan *fintech banking*. Temuan menunjukkan bahwa keamanan merupakan salah satu prediktor utama penerimaan layanan keuangan digital, bersamaan dengan *trust* dan *perceived usefulness*. Pengguna biasanya mengevaluasi tingkat keamanan sistem sebelum membangun kepercayaan dan memilih untuk menggunakan layanan. Indikator seperti keamanan transaksi, autentikasi dua faktor, dan enkripsi data menjadi elemen penting untuk memperkuat keyakinan pengguna terhadap keamanan layanan finansial digital.

Selanjutnya, studi menurut (Hwang et al., 2021) mengkaji pengembangan berkelanjutan lingkungan keamanan pembayaran mobile dengan menekankan hubungan antara *platform security* dan *technology security* terhadap kesuksesan layanan pembayaran mobile (MPS). Temuan menunjukkan bahwa platform security memberikan dampak positif pada kenyamanan (*convenience*), *interoperabilitas*, dan kepercayaan pengguna, sedangkan *technology security* memiliki *efek trade-off* terhadap kenyamanan. Ini berarti bahwa sistem keamanan yang terlalu ketat dapat mengurangi kenyamanan pengguna, sehingga keseimbangan antara keamanan dan kemudahan menjadi elemen strategis dalam perancangan layanan fintech.

Sementara itu, (Aldboush & Ferdous, 2023) menekankan pentingnya etika dan keamanan data dalam konteks big data serta kecerdasan buatan (AI) di sektor fintech. Mereka menyoroti risiko diskriminasi algoritmik, penyalahgunaan data, dan ketidakpatuhan terhadap regulasi perlindungan data pelanggan. Studi ini

menegaskan bahwa perlindungan keamanan tidak hanya melibatkan aspek teknis, tetapi juga kepatuhan hukum dan transparansi dalam penggunaan data.

Dalam konteks perilaku konsumen, (Tsai et al., 2022) menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menjelaskan bagaimana *transaction security* berfungsi sebagai mediator antara sikap (*attitude*) dan niat perilaku (*behavioral intention*) dalam penerapan pembayaran mobile. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *transaction security* memiliki efek mediasi yang signifikan, yang memperkuat keterkaitan antara sikap positif dan niat untuk menggunakan pembayaran digital. Dengan demikian, kepercayaan terhadap keamanan transaksi tidak hanya mengurangi risiko yang dirasakan, tetapi juga meningkatkan intensi untuk terus memanfaatkan layanan digital.

Adapun studi menurut peneliti (Khando et al., 2023) membahas berbagai tantangan dalam penerimaan teknologi pembayaran digital. Penelitian ini menemukan bahwa aspek keamanan, termasuk ancaman *phishing*, kebocoran data, dan transaksi penipuan, masih menjadi hambatan utama bagi pengguna untuk mempercayai sistem *e-payment*. Oleh karena itu, *penerapan enkripsi end-to-end*, sistem deteksi anomali, serta edukasi keamanan kepada pengguna menjadi kunci untuk meningkatkan adopsi.

Dalam penelitian ini (Tsai et al., 2022) adalah sumber paling relevan untuk penelitian ini karena secara langsung mengeksplorasi peran *transaction security* sebagai faktor mediasi yang memperkuat niat perilaku pengguna pembayaran mobile. Di mana keamanan transaksi menjadi masalah utama akibat seringnya kasus kehilangan saldo dan aktivitas penipuan digital. Ketika pengguna menilai bahwa transaksi di aplikasi aman dan terlindungi, maka persepsi risiko akan berkurang dan kepercayaan meningkat, yang akhirnya memperkuat *behavioral intention* untuk terus menggunakan aplikasi. Oleh karena itu, peneliti (Tsai et al., 2022) menjadi rujukan paling tepat untuk menjelaskan pengaruh risiko keamanan terhadap niat perilaku pengguna dompet digital.

2.1.5.2 Privacy Risk (Risiko Privasi)

Privacy risk, atau risiko privasi, menggambarkan tingkat kecemasan individu mengenai penyalahgunaan, kebocoran, atau akses tidak sah terhadap informasi pribadi mereka yang dikumpulkan oleh sistem digital. Dalam bidang fintech dan pembayaran mobile, risiko privasi meliputi kerentanan pengguna terhadap pencurian data, pemantauan pola transaksi, serta pelanggaran terhadap aturan perlindungan data. Semakin tinggi kekhawatiran pengguna terhadap keamanan data pribadi, semakin rendah minat mereka untuk mengadopsi atau terus menggunakan aplikasi keuangan digital.

Penelitian (Wang et al., 2022) melalui analisis bibliometrik terhadap 591 studi internasional menunjukkan bahwa *privacy risk* dan *security risk* adalah isu paling krusial dalam ekosistem pembayaran digital. Studi ini mengonfirmasi bahwa persepsi risiko privasi memberikan dampak signifikan terhadap tingkat penerapan teknologi finansial, terutama karena meningkatnya kekhawatiran pengguna terhadap praktik pengumpulan dan penyimpanan data oleh perusahaan *fintech*.

Selanjutnya, menurut peneliti (Adedoyin Tolulope Oyewole et al., 2024) meninjau secara mendalam pengaruh kebijakan perlindungan data terhadap perusahaan fintech di berbagai negara. Studi ini menyoroti bahwa risiko kebocoran data (*data leakage*), tantangan kepatuhan regulasi (*regulatory compliance*), dan transfer data antar yurisdiksi menjadi sumber utama *privacy risk* di era digital. Ketika regulasi perlindungan data tidak seragam, tingkat kepercayaan konsumen terhadap aplikasi fintech menurun, sehingga menghambat adopsi di pasar global.

Penelitian (Mustapha et al., 2023) membahas tantangan keamanan siber dan risiko privasi dalam aplikasi mobile fintech secara menyeluruh. Hasil penelitian mengidentifikasi berbagai ancaman, seperti pelanggaran data, serangan *malware*, skema *phishing*, dan pencurian identitas. Peneliti menekankan pentingnya solusi teknologi seperti enkripsi canggih (*advanced encryption*), autentikasi biometrik, dan deteksi *anomali* berbasis AI untuk mengurangi risiko privasi serta meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap keamanan data pribadi mereka.

Kemudian, studi (Oluwaseyi Olakunle Mokuolu, 2024) berfokus pada strategi menjaga privasi dan keamanan data dalam lingkungan *fintech cloud computing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan paling efektif untuk meminimalkan risiko privasi adalah penerapan kerangka keamanan berlapis (*multi-layered security framework*) yang mencakup enkripsi, kontrol akses ketat, serta kepatuhan terhadap regulasi perlindungan data. Pendekatan berlapis ini terbukti meningkatkan ketahanan sistem terhadap potensi pelanggaran data di sektor keuangan digital.

Sementara itu, (Blumenstock & Kohli, 2023) menyoroti aspek sosial dari risiko privasi dalam layanan fintech di negara berkembang. Mereka menekankan bahwa masyarakat berpenghasilan rendah sering kali menjadi kelompok paling rentan terhadap pelanggaran privasi karena rendahnya literasi digital dan kurangnya regulasi lokal yang melindungi data mereka. Studi ini juga memperkenalkan solusi teknologi berbasis *differential privacy* dan *homomorphic encryption* sebagai metode untuk menjaga keamanan data sekaligus memastikan transparansi dalam layanan keuangan digital.

Secara keseluruhan, seluruh penelitian tersebut memperkuat pandangan bahwa privacy risk bukan hanya masalah teknis, tetapi juga sosial dan regulatif. Persepsi pengguna terhadap keamanan data pribadi menjadi faktor penentu utama dalam membentuk kepercayaan dan niat perilaku terhadap penerapan fintech. Ketika pengguna merasa data mereka terlindungi dengan baik, kepercayaan terhadap aplikasi digital akan meningkat, sehingga memperkuat niat untuk terus menggunakan layanan keuangan tersebut.

Dalam penelitian ini (Mustapha et al., 2023) merupakan sumber paling relevan untuk penelitian. Penelitian ini secara spesifik membahas ancaman dan solusi terkait privasi data pada aplikasi mobile fintech, termasuk serangan phishing, pencurian identitas, dan kebocoran data kondisi yang identik dengan kekhawatiran pengguna di Indonesia. Temuan Mustapha et al. menunjukkan bahwa penerapan enkripsi tingkat lanjut, autentikasi biometrik, dan sistem deteksi anomali berbasis AI dapat menurunkan persepsi risiko privasi sekaligus meningkatkan kepercayaan

pengguna. Dengan demikian, studi ini menjadi referensi paling tepat untuk menjelaskan bagaimana persepsi terhadap perlindungan data pribadi memengaruhi niat perilaku dalam penggunaan aplikasi dompet digital.

2.1.5.3 Monetary Risk (Risiko Finansial)

Monetary risk atau *financial risk* merujuk pada tingkat persepsi individu terhadap kemungkinan kerugian uang akibat penggunaan teknologi keuangan digital. Risiko ini meliputi hilangnya saldo, biaya tersembunyi, transaksi yang gagal, atau kesalahan sistem yang langsung menyebabkan kerugian finansial. Dalam konteks dompet digital, semakin tinggi risiko finansial yang dirasakan pengguna, semakin rendah kecenderungan mereka untuk mengadopsi atau melanjutkan penggunaan aplikasi tersebut.

Penelitian (Bland et al., 2024b) mengungkapkan bahwa komponen *financial risk* adalah salah satu aspek utama dari *perceived risk* yang memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi pembayaran digital. Dalam survei terhadap 361 responden di Amerika Serikat, dimensi *performance risk* dan *psychological risk* berdampak negatif pada sikap pengguna, tetapi risiko finansial juga teridentifikasi sebagai elemen penting yang memengaruhi keputusan adopsi. Temuan ini menunjukkan bahwa kekhawatiran atas potensi kehilangan uang menjadi hambatan utama dalam penerimaan sistem pembayaran seluler.

Sementara itu, penelitian menurut (Al-Qudah et al., 2024) mengkaji perilaku generasi Z dan milenial dalam mengadopsi pembayaran digital. Hasilnya menunjukkan bahwa *perceived cost* dan *perceived security* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, yang mencerminkan dimensi risiko finansial terkait persepsi biaya transaksi. Semakin tinggi biaya yang dirasakan atau potensi hilangnya dana, semakin rendah minat untuk menggunakan layanan pembayaran digital.

Selanjutnya, penelitian (Hopalı et al., 2022) menyoroti dua aspek utama dompet digital, yaitu efisiensi biaya dan risiko biaya (*cost risk*). Studi ini menekankan bahwa meskipun penggunaan e-wallet dapat meningkatkan efisiensi keuangan, pengguna tetap mempertimbangkan risiko hilangnya saldo atau biaya

tambahan yang tak terduga sebelum memutuskan untuk mengadopsinya. Hal ini menunjukkan bahwa faktor ekonomi tidak hanya dilihat dari segi keuntungan, tetapi juga dari potensi kerugian yang mungkin terjadi.

Penelitian (Jangir et al., 2023) meneliti hubungan antara *perceived risk* dan *continuance intention* dalam layanan *fintech*. Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi risiko finansial adalah faktor paling dominan yang memoderasi hubungan antara kepuasan pengguna dan niat untuk terus menggunakan layanan *fintech*. Ketika pengguna mengalami kerugian finansial atau memiliki persepsi risiko yang tinggi, mereka cenderung berhenti menggunakan meskipun sebelumnya puas dengan layanan tersebut.

Terakhir, penelitian dari (Appiah & Agblewornu, 2025) dalam studi berjudul *The Interplay of Perceived Benefit, Perceived risk, and Trust in Fintech Adoption in Africa*, menemukan bahwa *financial risk* secara eksplisit memiliki pengaruh negatif terhadap niat adopsi *fintech*. Penelitian ini menyoroti bagaimana persepsi terhadap potensi kerugian uang dapat menghambat penggunaan teknologi keuangan baru, terutama di wilayah dengan literasi keuangan dan kepercayaan publik rendah terhadap sistem digital.

Dari kelima penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *monetary risk* adalah elemen penting dalam model adopsi *fintech* karena berkaitan dengan aspek paling sensitif bagi pengguna, yaitu potensi kehilangan uang. Persepsi risiko finansial yang tinggi dapat menurunkan kepercayaan pengguna, sedangkan fitur perlindungan transaksi, transparansi biaya, dan jaminan pengembalian saldo mampu memperkuat niat penggunaan.

Dalam penelitian ini (Jangir et al., 2023) merupakan sumber paling relevan untuk penelitian. Penelitian ini secara jelas mengidentifikasi bahwa dimensi risiko finansial menjadi faktor utama yang memoderasi hubungan antara kepuasan dan niat berkelanjutan dalam penggunaan layanan *fintech*. Temuan tersebut sangat sesuai dengan fenomena pengguna *E-Wallet* yang mengalami hilangnya saldo atau transaksi gagal, di mana persepsi risiko finansial secara langsung menurunkan niat

untuk tetap menggunakan aplikasi. Namun, ketika perusahaan mampu membangun kepercayaan melalui fitur perlindungan saldo, transparansi transaksi, dan pengembalian dana yang cepat, pengaruh negatif dari risiko finansial dapat dikurangi. Oleh karena itu, (Jangir et al., 2023) menjadi referensi paling tepat untuk menggambarkan bagaimana risiko moneter memengaruhi niat perilaku pengguna dompet digital di Indonesia.

2.1.6 Behavioral intention (Niat Perilaku)

Behavioral intention menunjukkan seberapa besar individu memiliki hasrat, persiapan, atau rencana untuk menggunakan teknologi tertentu di kemudian hari. Dalam bidang *fintech* dan *e-wallet*, niat perilaku mencerminkan kecenderungan pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi untuk transaksi finansial, isi ulang saldo, atau mencoba fitur terbaru. Variabel ini adalah hasil utama dari berbagai komponen dalam model penerimaan teknologi seperti TAM (*Technology Acceptance Model*), UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), dan DOI (*Diffusion of Innovation*).

Penelitian (Abdo et al., 2025) mengevaluasi elemen-elemen yang memengaruhi niat penggunaan *Apple Pay* dengan mengombinasikan kerangka TAM dan DOI. Temuan penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup digital, persepsi keamanan, kepercayaan, kontrol keuangan, kemudahan, dan keunggulan relatif semuanya berkontribusi positif pada *behavioral intention* pengguna. Studi ini menegaskan bahwa penerimaan sistem pembayaran digital tidak hanya tergantung pada teknologi itu sendiri, tetapi juga pada aspek psikologis dan sosial yang membentuk pandangan pengguna tentang manfaat dan kenyamanan.

Selanjutnya, (Schrack, 2025) memperluas model UTAUT dalam konteks mobile banking setelah pandemi COVID-19 dengan menambahkan dua konstruk baru, yakni *perceived intelligence* dan *anthropomorphism* dari teknologi berbasis AI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut meningkatkan determinan utama (*performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*) yang akhirnya memperkuat *behavioral intention* untuk menggunakan layanan mobile banking berbasis AI. Ini menandakan bahwa semakin

pintar dan interaktif sistemnya, semakin besar niat pengguna untuk terus menggunakannya.

Dalam penelitian ini (Marak et al., 2025) menggabungkan UTAUT2 dengan *innovation resistance theory* dalam konteks penerimaan chatbot perbankan. Studi ini menemukan bahwa konstruk UTAUT2 seperti *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitating conditions* (FC), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), dan habit berpengaruh positif pada *behavioral intention*. Namun, hambatan tradisi dan risiko (*tradition barriers* dan *risk barriers*) terbukti mengurangi niat adopsi. Penelitian ini relevan karena menekankan keseimbangan antara pendorong penerimaan dan faktor penolakan yang sering muncul pada layanan finansial digital.

Kemudian, peneliti (Cioc et al., 2023) menyesuaikan model TAM untuk konteks solusi energi cerdas dan menemukan bahwa *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU), dan *social influence* (SI) berpengaruh signifikan pada *behavioral intention* konsumen. Meskipun konteksnya berbeda, studi ini memperkuat validitas umum konstruk TAM dalam menjelaskan perilaku penerimaan teknologi di mana kegunaan dan kemudahan tetap menjadi pendorong utama niat perilaku.

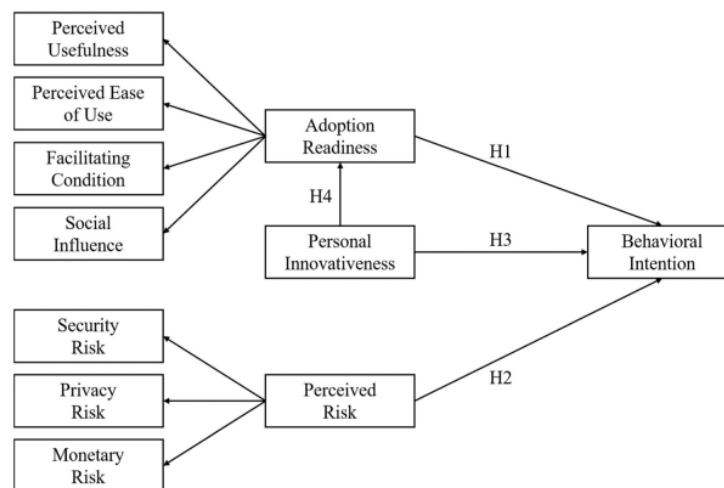
Terakhir, menurut penelitian (Zhang & Chang, 2023) memperluas model TAM pada konteks *e-motorcycles* di kalangan Gen Z Taiwan. Penelitian ini menemukan bahwa kepedulian lingkungan, proposisi nilai, dan dukungan kebijakan pemerintah memperkuat hubungan antara konstruk TAM (PU dan PEOU) dengan *behavioral intention*. Studi ini menegaskan bahwa faktor eksternal seperti nilai pribadi dan dukungan regulasi dapat meningkatkan niat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru yang berfokus pada keberlanjutan.

Dari kelima penelitian tersebut, terlihat bahwa *behavioral intention* adalah hasil akhir dari persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan pengaruh sosial yang membentuk sikap pengguna terhadap teknologi digital. Faktor eksternal

seperti gaya hidup, keamanan, dan dukungan pemerintah juga memperkuat niat perilaku melalui peningkatan pandangan positif terhadap sistem yang digunakan.

Berdasarkan kelima referensi, (Abdo et al., 2025) adalah sumber paling relevan untuk penelitian karena secara spesifik meneliti niat perilaku dalam penggunaan sistem pembayaran mobile dengan menggabungkan variabel keamanan, kepercayaan, kemudahan, kontrol keuangan, dan keunggulan relatif. Temuan ini sangat cocok dengan konteks penelitian, di mana pengguna menilai niat penggunaan aplikasi berdasarkan keamanan transaksi, kemudahan navigasi, dan manfaat praktis seperti cashback atau kemudahan transfer. Penelitian (Abdo et al., 2025) juga menyoroti pentingnya gaya hidup digital dan kepercayaan pengguna dua elemen yang sangat terkait dengan perilaku konsumen Indonesia yang semakin bergantung pada e-wallet. Dengan demikian, penelitian ini menjadi referensi paling kuat untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi *behavioral intention* pengguna E-Wallet dalam kerangka penerimaan teknologi keuangan digital.

2.2 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian.

Sumber: Le Thanh Truc (2024)

Model Penelitian pada gambar menjelaskan hubungan antar variabel yang menggambarkan bagaimana faktor-faktor seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *facilitating condition*, *social influence*, *perceived risk*, dan *personal*

innovativeness berpengaruh terhadap *behavioral intention* atau niat pengguna dalam menggunakan layanan E-Wallet. Secara umum, model ini menunjukkan dua jalur utama yang memengaruhi niat pengguna, yaitu jalur positif melalui *adoption readiness* (kesiapan adopsi teknologi) dan *personal innovativeness* (inovativitas pribadi), serta jalur negatif melalui *perceived risk* (persepsi risiko).

Faktor-faktor seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *facilitating condition*, dan *social influence* berperan penting dalam membentuk *adoption readiness*. Semakin besar manfaat yang dirasakan (*usefulness*), semakin mudah digunakan (*ease of use*), semakin memadai dukungan fasilitas yang dimiliki (*facilitating condition*), serta semakin kuat pengaruh sosial di sekitar pengguna (*social influence*), maka semakin tinggi pula tingkat kesiapan pengguna untuk mengadopsi teknologi baru. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kemudahan dan manfaat penggunaan aplikasi, serta adanya dukungan lingkungan sosial, dapat meningkatkan kesiapan seseorang untuk menggunakan layanan digital.

Sementara itu, variabel *perceived risk* terbentuk dari tiga dimensi utama, yaitu *security risk*, *privacy risk*, dan *monetary risk*. Ketiga jenis risiko tersebut berkaitan dengan kekhawatiran pengguna terhadap potensi kerugian yang mungkin terjadi, seperti kehilangan saldo (*security risk*), penyalahgunaan data pribadi (*privacy risk*), maupun kerugian finansial akibat transaksi yang gagal atau penipuan (*monetary risk*). Semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan pengguna, maka semakin rendah niat mereka untuk menggunakan aplikasi dompet digital. Dengan demikian, persepsi risiko menjadi penghambat utama dalam membentuk *behavioral intention*.

Selain itu, *personal innovativeness* atau tingkat inovativitas individu turut berperan dalam meningkatkan *adoption readiness* dan secara langsung memengaruhi *behavioral intention*. Individu dengan tingkat inovativitas tinggi cenderung lebih terbuka terhadap teknologi baru, memiliki rasa ingin tahu tinggi, dan lebih cepat beradaptasi dengan inovasi digital. Hubungan antara *personal innovativeness* dan *adoption readiness* menunjukkan bahwa semakin inovatif

seseorang, maka semakin besar pula kesiapan mereka untuk menerima teknologi baru. Selanjutnya, hubungan antara *adoption readiness* dan *behavioral intention* menegaskan bahwa kesiapan yang tinggi akan mendorong niat untuk menggunakan aplikasi digital secara berkelanjutan.

2.3 Hipotesis Penelitian

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menjelaskan hubungan antara variabel yang memengaruhi *behavioral intention* pengguna dalam menggunakan E-Wallet Niat perilaku ini dipengaruhi oleh *adoption readiness*, *perceived risk*, dan *personal innovativeness*. Variabel *adoption readiness* dibentuk oleh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *facilitating condition*, dan *social influence*, sedangkan *perceived risk* dipengaruhi oleh *security risk*, *privacy risk*, dan *monetary risk*. Sementara itu, *personal innovativeness* mencerminkan tingkat keterbukaan individu terhadap teknologi baru yang berpengaruh terhadap kesiapan adopsi maupun niat perilaku. Berdasarkan hubungan tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *Adoption readiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan e-wallet.

H2: *Perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention* konsumen dalam menggunakan e-wallet.

H3: *Personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* konsumen dalam menggunakan e-wallet.

H4: *Personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap *adoption readiness* dalam penggunaan layanan e-wallet.

2.4 Penulis Terdahulu

Tabel 2.1 Penulis Terdahulu

No	Penulis & Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Klarin et al., 2024	Exploring the perceived usefulness of generative AI chatbots among adolescents	Survei kuantitatif (regresi korelasi)	PU berpengaruh positif terhadap frekuensi penggunaan chatbot untuk tugas akademik; semakin tinggi persepsi manfaat, semakin sering digunakan.
2	Fridkin et al., 2024	Symbolic adoption of mandatory information systems: The mediating role of perceived usefulness	SEM-PLS (cross-sectional)	PU memediasi hubungan PEOU terhadap adopsi simbolik sistem wajib; signifikan terhadap intention dan actual use.
3	F. Huang & Liu, 2024	Determinants of continuance intention in online learning: The mediating role of usefulness and enjoyment	Partial Least Square SEM	PU bersama enjoyment memediasi niat keberlanjutan penggunaan platform e-learning.
4	Moon et al., 2023	Antecedents of perceived usefulness in food	SEM berbasis survei	Kualitas informasi, kecepatan, dan kualitas makanan

		delivery applications		meningkatkan PU, yang berdampak pada niat penggunaan berulang.
5	Abu-Taieh et al., 2022	E-learning acceptance and sustainability: The role of perceived usefulness and effectiveness	SEM kuantitatif	PU dan perceived effectiveness berpengaruh signifikan terhadap continuance intention pada e-learning.
6	Van Der Walt et al., 2024	The influence of selected factors on perceived enjoyment of the online learning experience: lessons for post-COVID-19 classrooms	SEM, survei 361 responden	PEOU berpengaruh positif terhadap PU dan enjoyment, meningkatkan pengalaman belajar daring.
7	Liao et al., 2022	The mediating effects of PU and attitude on e-learning adoption	SEM	PEOU berpengaruh signifikan terhadap PU yang selanjutnya memengaruhi sikap dan niat penggunaan.
8	Malatji et al., 2020	Technology Acceptance Model: A cross-contextual review	Systematic Review	PEOU dan PU menjadi prediktor utama penerimaan

				teknologi di berbagai konteks organisasi.
9	Fridkin et al., 2024	Symbolic adoption of mandatory information systems	SEM	Hubungan PEOU → PU signifikan dalam konteks sistem wajib organisasi.
10	Racero et al., 2020	Open-source software acceptance in education: The role of autonomy	SEM-PLS	PEOU dan PU bersama otonomi berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan OSS di bidang pendidikan.
11	Xue et al., 2024b	UTAUT in higher education: A systematic review	Systematic Review	FC berpengaruh langsung pada perilaku penggunaan aktual; konsisten di berbagai penelitian UTAUT.
12	Kenesei et al., 2025	Trust and risk in autonomous vehicle acceptance: An integrated UTAUT approach	SEM (PLS-SEM)	FC memengaruhi penerimaan kendaraan otonom melalui peningkatan trust dan pengurangan <i>perceived risk</i> .
13	Ravindran et al., n.d.	UTAUT model insights on smart farming	Survei deskriptif kuantitatif	FC (akses sumber daya & dukungan teknis) menjadi faktor krusial bagi

		technologies in Malaysia		petani kecil dalam mengadopsi teknologi pertanian cerdas.
14	Kung et al., 2024	Telemedicine adoption among healthcare professionals: A UTAUT perspective	SEM	FC signifikan terhadap use behavior telemedicine di kalangan tenaga kesehatan Taiwan.
15	L. Chen et al., 2023	Extending UTAUT in online platforms	SEM-AMOS	FC berpengaruh langsung terhadap penggunaan aktual, sementara PE, EE, dan SI berpengaruh ke niat perilaku.
16	Padma Kiran & Vedala, 2025	<i>Behavioral intentions</i> towards digital payments: Interplay of <i>perceived risks</i> and adoption factors	SEM (SmartPLS)	SI berpengaruh positif terhadap niat penggunaan layanan pembayaran digital di India.
17	Uludağ et al., 2025	AI, social influence, and anxiety: Intention to use ChatGPT among doctoral students	PLS-SEM	SI signifikan terhadap niat penggunaan AI, terutama pada individu dengan tingkat kecemasan teknologi rendah.

18	Jain et al., 2022	Social influence and AI tool adoption in social organizations	SEM	SI memengaruhi ekspektasi kinerja dan adopsi alat AI kolaboratif di organisasi sosial.
19	Xue et al., 2024b	UTAUT in higher education: A systematic review	Systematic Review	SI konsisten menjadi determinan niat perilaku di berbagai konteks pendidikan tinggi.
20	Vidal-Silva et al., 2024	Telemedicine adoption using UTAUT2 framework	SEM	SI bersama performance expectancy dan price value memengaruhi niat penggunaan layanan medis daring.
21	Zhao & Khaliq (2024)	The impact of <i>perceived risk</i> on fintech adoption in Pakistan	Kuantitatif (SEM – Partial Least Squares)	Menemukan bahwa time risk ($\beta = 0.274$) menjadi dimensi risiko paling signifikan, diikuti financial, security, social, dan performance risk. <i>Perceived risk</i> secara keseluruhan menurunkan niat adopsi fintech ($\beta = -0.284$).

22	Hornuf et al. (2025)	Adoption of mobile fintech in Sub-Saharan Africa: A systematic review and meta-analysis	Systematic Literature Review & Meta-Analysis	Mengidentifikasi bahwa perceived usefulness dan perceived ease of use merupakan determinan utama adopsi fintech, namun <i>perceived risk</i> tetap menjadi faktor penghambat signifikan terhadap adopsi mobile fintech.
23	Wei et al., (2025)	Understanding mobile fintech adoption in China: Integrating perceived value and risk theory	PLS-SEM & fsQCA (mixed method)	Model integratif menjelaskan 46.27% varians niat adopsi; ditemukan tujuh dimensi risiko (financial, performance, psychological, social, time, security, legal) yang semuanya berpengaruh terhadap niat adopsi fintech.
24	J. Chen et al., 2024	Fintech adoption in Vietnam: An extended	PLS-SEM	<i>Perceived risk</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap

		UTAUT2 model with trust and <i>perceived risk</i>		<i>behavioral intention</i> ($\beta = -0.168$, $p < 0.001$); trust menjadi mediator penting yang memperlemah efek negatif risiko terhadap niat adopsi.
25	Liu et al. (2024)	The role of <i>perceived risk</i> and trust in telemedicine adoption	Kuantitatif (SEM-AMOS)	Ditemukan bahwa <i>perceived risk</i> menurunkan niat perilaku terhadap layanan telemedicine, sementara trust memediasi hubungan tersebut, meningkatkan niat penggunaan secara tidak langsung.
26	Hwang, Y., Park, S., & Shin, N. (2021)	Sustainable Development of a Mobile Payment Security Environment Using Fintech Solutions	Studi empiris (SEM – SmartPLS)	Menunjukkan bahwa platform security berdampak positif terhadap convenience, interoperability, dan trust, sementara technology security memiliki efek trade-off terhadap kemudahan

				<p>penggunaan.</p> <p>Implikasi: perlunya keseimbangan antara keamanan dan kenyamanan pengguna.</p>
27	<p>Tsai, S.-C., Chen, C.- H., & Shih, K.-C. (2022)</p>	<p>Exploring Transaction Security on Consumers' Willingness to Use Mobile Payment by Using the Technology Acceptance Model</p>	<p>PLS-SEM berbasis TAM</p>	<p>Transaction security berperan sebagai mediator signifikan antara attitude dan <i>behavioral intention</i>, memperkuat niat penggunaan mobile payment. Semakin tinggi persepsi keamanan transaksi, semakin besar keinginan pengguna untuk mengadopsi.</p>
28	<p>Khando et al. (2022)</p>	<p>Digital Payment Technologies: Security Challenges and User Adoption</p>	<p>Literature Review</p>	<p>Menekankan bahwa tantangan keamanan (security challenges) merupakan penghambat utama penerimaan pengguna terhadap pembayaran digital; risiko keamanan mengurangi tingkat</p>

				kepercayaan dan adopsi pengguna.
29	Jafri et al. (2024)	Trust and Security in Fintech Banking: A Systematic Review of 26 Studies (2009–2022)	Systematic Literature Review	<p>Dari 26 studi yang dianalisis, ditemukan bahwa security menjadi prediktor utama kepercayaan dan adopsi fintech banking bersama perceived usefulness.</p> <p>Penguatan sistem keamanan terbukti meningkatkan trust dan intention to use layanan keuangan digital.</p>
30	Aldboush & Ferdous (2023)	Ethical Considerations in Fintech: Bias, Transparency, and Data Protection	Systematic Review	<p>Mengulas etika dan keamanan fintech dengan menyoroti pentingnya perlindungan data pelanggan (customer data protection) dan kepatuhan terhadap data protection laws (GDPR, PSD2) sebagai prasyarat kepercayaan publik.</p>

31	Blumenstock & Kohli (2023)	Big Data Privacy in Emerging Market FinTech: A Research Agenda	White Paper / Theoretical Framework	Mengusulkan agenda riset privasi data di negara berkembang; membahas differential privacy dan homomorphic encryption sebagai solusi teknis serta menyoroti privacy risk pada populasi ekonomi rentan di pasar fintech.
32	Oluwaseyi Olakunle Mokuolu (2024)	Achieving Data Privacy and Security in FinTech Cloud Computing Environments	Systematic Literature Review & Qualitative Analysis	Mengidentifikasi ancaman utama di cloud fintech seperti unauthorized access dan data misuse; merekomendasikan multi-layered security frameworks dengan encryption, access control, dan regulatory compliance alignment.
33	Mustapha et al. (2023)	Cybersecurity Challenges and Solutions in	Systematic Review & Analisis Teknis	Mengidentifikasi spektrum luas ancaman: data breaches, phishing,

		Mobile FinTech Ecosystems		malware attacks, dan identity theft. Solusi yang disarankan: biometric authentication, advanced encryption, dan AI-driven anomaly detection.
34	Adedoyin Tolulope Oyewole et al., 2024	Impact of Data Privacy Laws on FinTech Companies: A Comprehensive Review	Comprehensive Review (analisis hukum & kebijakan)	Menyoroti dampak regulasi privasi data global terhadap industri fintech; risiko data leakage, cross-border data transfer, dan regulatory compliance menjadi tantangan utama bagi perusahaan fintech lintas negara.
35	Wang et al., 2022	Freehand Gestural Selection with Haptic Feedback in Wearable Optical See-Through Augmented Reality	Bibliometric Analysis terhadap 591 studi (2000–2022)	Ditemukan bahwa privacy dan security risk merupakan isu paling dominan yang memengaruhi adopsi pembayaran digital. Tren penelitian meningkat signifikan sejak 2018 dengan

				fokus pada user trust dan data protection.
36	Changchit et al. (2024)	Exploring the Impact of <i>Perceived risk</i> on Mobile Payment Adoption in the United States	Survei kuantitatif (361 responden, SEM)	Menemukan bahwa performance risk dan psychological risk berpengaruh negatif signifikan terhadap sikap, sedangkan financial risk diidentifikasi sebagai dimensi utama <i>perceived risk</i> yang memengaruhi adopsi mobile payment.
37	Al-Qudah et al. (2024)	Understanding the Adoption of Digital Payments among Gen Z and Millennials: The Role of Perceived Cost and Security	Kuantitatif (PLS-SEM)	Menunjukkan bahwa perceived cost dan security memengaruhi niat adopsi pembayaran digital; financial/monetary risk menjadi faktor penghambat utama karena kekhawatiran akan kehilangan uang dan biaya tersembunyi.
38	Hopali et al. (2022)	Cost Efficiency and Financial Risk	Literature Review &	Menyoroti keseimbangan antara

		in Digital Wallet Adoption: A Sustainability Perspective	Empirical Discussion	efisiensi biaya dan risiko finansial dalam adopsi dompet digital; pengguna cenderung menimbang potensi kerugian finansial terhadap manfaat yang diterima.
39	Jangir et al. (2022)	<i>Perceived risk and Continuance Intention in FinTech Services</i>	SEM-PLS	Ditemukan bahwa financial risk merupakan komponen paling berpengaruh dalam <i>perceived risk</i> yang memoderasi hubungan antara kepercayaan dan niat keberlanjutan penggunaan FinTech.
40	Appiah et al. (2025)	The Interplay of Perceived Benefit, <i>Perceived risk</i> , and Trust in FinTech Adoption in Africa	Kuantitatif (SEM)	Hasil menunjukkan bahwa financial risk berpengaruh negatif terhadap adopsi FinTech di Afrika; pengguna yang takut kehilangan uang lebih enggan mencoba layanan

				baru meski manfaatnya tinggi.
41	Irimia-Diéguez et al., 2023	Predicting Fintech Innovation Adoption: The Mediator Role of Social Norms and Attitudes	Structural Equation Modeling (SEM)	Studi pada pengguna fintech menunjukkan bahwa <i>personal innovativeness</i> secara tidak langsung memengaruhi niat adopsi melalui attitude dan social norms; individu dengan tingkat inovasi tinggi lebih terbuka terhadap teknologi baru.
42	Solarz (2023)	Trust and <i>Personal innovativeness</i> as the Prerequisites for Using Digital Lending Services	Quantitative Survey & Regression Analysis	Hasil menunjukkan trust dan <i>personal innovativeness</i> sebagai faktor prasyarat utama dalam penggunaan layanan pinjaman digital; individu inovatif lebih cepat mengadopsi teknologi keuangan baru.
43	Cavalcanti et al., 2022	Determinants of Digital	Meta-analysis terhadap 88	Hasil menunjukkan bahwa <i>personal</i>

		Transformation Adoption: A Meta-Analysis	studi internasional	<i>innovativeness</i> adalah predictor yang paling konsisten terhadap <i>behavioral intention</i> dan technology adoption di berbagai sektor digital.
44	Al-Tit et al., 2022	Adoption of FinTech Among SMEs in Indonesia During COVID-19: An Extended TAM Approach	Smart PLS-SEM (415 responden)	Menunjukkan bahwa user innovativeness berpengaruh positif langsung terhadap intention untuk mengadopsi fintech, bersama PU, PEOU, trust, dan government support.
45	Victorino et al., 2021	The Role of <i>Personal innovativeness</i> in Smart Meter Adoption: An Empirical Study	SEM-PLS	Ditemukan bahwa <i>personal innovativeness</i> memoderasi hubungan antara perceived usefulness dan intention, di mana individu yang lebih inovatif memiliki niat penggunaan lebih tinggi terhadap smart meter technology.

46	Abdo et al., 2025	Determinants of Consumers' <i>Behavioral intention</i> to Use Apple Pay: An Integration of TAM and DOI Models	Quantitative Survey – SEM (TAM/DOI framework)	Studi mengidentifikasi enam faktor yang berkontribusi pada niat perilaku menggunakan Apple Pay, yaitu gaya hidup, keamanan, kepercayaan, kontrol finansial, kemudahan, dan relative advantage. Semua faktor berpengaruh positif signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> .
47	Schrank, 2025	Extending UTAUT for Post-COVID-19 Mobile Banking Adoption: The Role of Perceived Intelligence and Anthropomorphism	PLS-SEM (Extended UTAUT model)	Penelitian menemukan bahwa perceived intelligence dan anthropomorphism pada sistem AI mobile banking meningkatkan performance expectancy dan effort expectancy, yang selanjutnya memperkuat <i>behavioral intention</i> pengguna.

48	Marak et al., 2025	Combining UTAUT2 and Innovation Resistance Theory for Chatbot Banking Adoption	Structural Equation Modeling (UTAUT2 + IRT)	Hasil menunjukkan bahwa PE, EE, SI, FC, HM, PV, dan Habit berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> , sementara tradition barrier dan risk barrier menurunkan niat adopsi chatbot perbankan.
49	Cioc et al., 2023	Applying the Technology Acceptance Model to Smart Energy Solutions	PLS-SEM (Adapted TAM model)	Ditemukan bahwa perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU), dan social influence (SI) berpengaruh positif signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> konsumen untuk mengadopsi solusi energi pintar.
50	Zhang & Chang, 2023	An Extended TAM Framework for E-Motorcycle Adoption among Gen Z in Taiwan	Quantitative – SEM (Extended TAM)	Studi menemukan bahwa environmental concern, value proposition, dan government policy memperkuat pengaruh konstruk

				TAM (PU & PEOU) terhadap <i>behavioral intention</i> dalam konteks e-motorcycle ramah lingkungan.
51	Shim H, Han S, Ha J, 2021	The effects of consumer readiness on the adoption of self-service technology: Moderating effects of consumer traits and situational factors	Survei terhadap 501 pengguna self-service technology (SST) dengan analisis Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan software AMOS.	Consumer readiness (kejelasan peran, kemampuan, keyakinan diri) memberikan dampak lebih kuat terhadap persepsi kualitas layanan SST dibandingkan technology readiness. Optimisme secara positif memengaruhi seluruh dimensi kualitas layanan (functionality, enjoyment, ease of use, assurance, convenience, customization). Enjoyment, ease of use, dan assurance menjadi faktor kualitas layanan paling dominan

				dalam membentuk sikap dan niat adopsi. Efek moderasi dari consumer traits (self-consciousness, need for interaction, technology anxiety) serta situational factors (perceived waiting time, perceived crowding) terbukti signifikan.
52		Technology readiness and the organizational journey towards AI adoption: An empirical study.	Studi kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap 20 pakar AI dari sektor riset, pengembangan, dan bisnis; analisis tematik.	Adopsi AI sukses bergantung pada empat dimensi kesiapan: people (keterampilan SDM), process (penyesuaian bisnis), data (kualitas data), dan technology readiness. Model PPTD memperluas kerangka tradisional, dengan kebutuhan berbeda per fase adopsi (konsep hingga implementasi) menggunakan

				Technology Readiness Levels (TRL).
53	Lutfi, A., et al. (2021).	The Assessment of Big Data Adoption Readiness with a Technology–Organization–Environment Framework.	Survei 302 tenaga kesehatan Malaysia; Structural Equation Modeling (SEM); kerangka TOE.	Faktor teknologi (relative advantage, compatibility, complexity), organisasi, dan lingkungan mendorong kesiapan big data. Optimisme/kreativitas mempercepat, ketidaknyamanan menghambat adopsi cloud computing dan analitik untuk efisiensi kesehatan.
54	Lutfi, A., et al. (2023).	Assessing the Big Data Adoption Readiness Role in Healthcare.	Survei 328 tenaga kesehatan Malaysia; PLS-SEM dengan Smart PLS 3.	Faktor teknologi memengaruhi kesiapan big data (mediator) yang membentuk niat adopsi. Relative advantage unggul karena komputasi instan tanpa investasi hardware; kesiapan teknologi membangun

				kemampuan tenaga kerja dan adaptasi organisasional.
55	Iacobucci D, Perugini F (2023).	Innovation performance in traditional industries: Does proximity to universities matter	Studi kasus longitudinal pada UKM; analisis kualitatif (pressure terhadap response terhadap effect).	Strategi adopsi digital mengikuti validation terhadap cloning terhadap foresight. Tekanan pasar ditambah kesiapan organisasional (kesadaran, komitmen, sumber daya) mendorong adopsi teknologi saling terkait ("mortise-and-tenon"), memungkinkan UKM mendahului kompetitor.
56	Yefta Christian 2023	Analisa Penerimaan Peserta Didik Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pembelajaran	Kuantitatif, SEM (AMOS) berbasis TAM + Technology Readiness Index (TRI)	Penelitian membuktikan bahwa perceived usefulness, perceived ease of use, attitude, dan behavioral intention secara signifikan

		Menggunakan TAM		memengaruhi perilaku penggunaan aktual teknologi informasi. Konstruk kesiapan teknologi dapat diintegrasikan sebagai variabel laten dalam analisis SEM.
57	Meidina Aqsari Andas, Tiffani Yulita, Yenita Lisna, & Irwansyah (2025)	Model Penerimaan Teknologi (TAM) dalam Adopsi Pembayaran Digital: Kajian Sistematis dan Sintesis Konseptual	Systematic Literature Review (SLR) mengikuti pedoman PRISMA 2020; Penelusuran pada Scopus dan Semantic Scholar periode 2013–2025; 30 artikel dari 200 artikel awal yang memenuhi kriteria inklusi	Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease of Use (PEOU) merupakan prediktor paling dominan terhadap niat adopsi pembayaran digital (muncul dalam 90% studi). Variabel eksternal yang paling berpengaruh adalah Perceived Security (30%), Trust (27%), dan Social Influence (23%). Temuan mengkonfirmasi bahwa penerimaan pembayaran digital dipengaruhi oleh persepsi nilai,

				<p>kemudahan, kepercayaan, dan dukungan sosial. Studi mengusulkan kerangka "Contextualized Socio-Trust TAM" yang mengintegrasikan determinan keamanan dan kepercayaan sosial ke dalam struktur utama TAM, terutama untuk konteks UMKM informal di negara berkembang seperti Indonesia. Trust berperan sebagai mediator psiko-perseptual yang menghubungkan persepsi manfaat dan kemudahan dengan niat penggunaan teknologi.</p>
58	(Sri et al., 2024)	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan	Kuantitatif; Survey dengan 120 responden mahasiswa	Perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap perceived usefulness

		<p>Mahasiswa Terhadap QRIS Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)</p>	<p>Universitas Pendidikan Mandalika menggunakan random sampling; Analisis menggunakan (SEM) dengan AMOS</p>	<p>($p=0,000$). Attitude toward using berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention to use ($p=0,000$). Behavioral intention to use berpengaruh signifikan terhadap actual system use ($p=0,000$). Perceived ease of use tidak berpengaruh signifikan terhadap attitude toward using ($p=0,285$). Perceived usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap attitude toward using ($p=0,495$) dan behavioral intention to use ($p=0,884$). Hanya 3 dari 6 hipotesis yang diterima (H1, H4, H6), menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan QRIS signifikan</p>
--	--	--	---	---

				memengaruhi persepsi manfaat dan sikap mahasiswa, namun persepsi manfaat tidak secara langsung mempengaruhi niat penggunaan.
59	(Ana et al., 2025)	Analisis Penerimaan E-Learning sebagai Media Perkuliahan melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)	Kuantitatif; Survey dengan 150 mahasiswa aktif; Analisis menggunakan SEM-PLS dengan Smart PLS 4.0	Perceived Ease of Use (PEU) berpengaruh positif signifikan terhadap Perceived Usefulness (PU) dengan nilai koefisien $\gamma = 0,832$ ($t = 25,674$) dan terhadap Attitude Toward Using (ATU) dengan $\gamma = 0,358$ ($t = 3,610$). PU berpengaruh signifikan terhadap ATU ($\beta = 0,548$; $t = 5,964$). PU berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention (BI) dengan $\beta = 0,597$ ($t = 5,155$). ATU berpengaruh

				<p>signifikan terhadap BI dengan $\beta = 0,288$ ($t = 2,412$). BI berpengaruh sangat kuat terhadap Actual Use (AU) dengan $\beta = 0,829$ ($t = 19,848$). Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat merupakan elemen kunci dalam membentuk sikap, niat, dan perilaku aktual mahasiswa dalam menggunakan e-learning.</p>
60	Elin Panca Saputra, Achmat Yulyadi Saputro, Priyono, Aryo Tunjung Kusumo, & Taufik Rahman (2024)	Application of the Technological Acceptance Model (TAM) Approach to the Influence of Public Perceptions Using Digital Wallets	Kuantitatif; Survey dengan 121 responden pengguna dompet digital di Jakarta menggunakan purposeful sampling; Analisis menggunakan Smart PLS 3	Kepercayaan (trust) dan risiko yang dirasakan (perceived risk) tidak memengaruhi preferensi pengguna untuk menggunakan dompet digital. Perceived ease of use dan perceived usefulness memainkan peran

			dengan pengujian convergent validity, discriminant validity, composite reliability dan Cronbach's alpha	langsung dan tidak langsung dalam minat menggunakan dompet digital. Hasil menunjukkan hanya 2 dari 6 hipotesis yang diterima (H3 dan H4), yaitu pengaruh perceived ease of use terhadap perceived usefulness ($p=0,000$) dan pengaruh perceived ease of use terhadap behavioral intention to use ($p=0,009$). Persepsi kegunaan yang dirasakan masyarakat merupakan variabel yang memiliki pengaruh menonjol di Jakarta.
61	Zaid Kilani et al., 2023	Consumer post-adoption of e-wallet: An extended UTAUT2 perspective with trust	Kuantitatif, PLS-SEM (SmartPLS) dengan UTAUT2 yang diperluas (Trust sebagai	Temuan penelitian mengungkapkan bahwa performance expectancy, effort expectancy, habit, price value, dan trust secara signifikan memengaruhi niat

			konstruk tambahan)	penggunaan berkelanj
62	Padma Kiran & Vedala Naga Sailaja (2025)	Assessing Unified Payments Interface (UPI) adoption and usage through the interplay of UTAUT factors	Kuantitatif; Survey dengan 416 responden pengguna UPI; Analisis menggunakan (PLS-SEM)	Facilitating conditions, performance expectancy, effort expectancy, social influence, perceived promotional benefits, dan perceived trust secara signifikan memengaruhi niat adopsi UPI, yang selanjutnya memengaruhi perilaku penggunaan. Add-on services tidak memengaruhi niat adopsi UPI, namun berdampak signifikan pada performance expectancy dan effort expectancy. Perceived promotional benefits memengaruhi facilitating conditions. Usia dan

				<p>pekerjaan memoderasi dampak performance expectancy terhadap niat adopsi, sedangkan gender dan pendapatan tidak menunjukkan efek moderasi yang signifikan.</p>
63	(Amnas et al., 2023)	Understanding the Determinants of FinTech Adoption: Integrating UTAUT2 with Trust Theoretic Model	Kuantitatif; Survey dengan 399 responden; Analisis menggunakan (PLS-SEM)	<p>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, habit, price value, dan facilitating conditions secara signifikan memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan layanan FinTech. Trust memainkan peran penting dalam penggunaan FinTech karena memengaruhi niat penggunaan dan penggunaan aktual layanan FinTech. Hedonic motivation tidak berpengaruh</p>

				<p>terhadap niat pengguna, menunjukkan bahwa FinTech dipandang sebagai aktivitas praktis, bukan aktivitas yang menyenangkan. Perceived risk memiliki pengaruh negatif terhadap trust, sementara perceived reputation, service quality, dan perceived regulatory support berpengaruh positif terhadap trust.</p>
64	Nahida Sultana, Rubaiyat Shaimom Chowdhury, & Afruza Haque (2023)	Gravitating towards Fintech: A study on Undergraduates using extended UTAUT model	<p>Kuantitatif; Survey dengan 375 mahasiswa sarjana di Bangladesh menggunakan convenient random sampling; Analisis (SEM) dengan AMOS</p>	<p>Performance expectancy ($\beta=0.301$, $p=0.000$), effort expectancy ($\beta=0.595$, $p=0.001$), dan facilitating conditions ($\beta=0.228$, $p=0.006$) secara signifikan memengaruhi niat mahasiswa untuk menggunakan Fintech. Facilitating</p>

			<p>conditions ($\beta=0.057$, $p=0.013$) dan behavioral intention ($\beta=0.085$, $p=0.000$) berpengaruh positif terhadap penggunaan aktual Fintech.</p> <p>Social influence ($p=0.081$) dan personal innovativeness ($p=0.503$) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi Fintech.</p> <p>Lebih dari 50% mahasiswa saat ini menggunakan layanan Fintech (terutama mobile banking 93.9%, online banking 58.4%, dan mobile payment 47.7%) dan berniat untuk terus menggunakannya di masa depan. Model UTAUT yang diperluas dapat menjelaskan faktor-faktor yang</p>
--	--	--	--