

## **EVALUASI PENERIMAAN E-COMMERCE PADA UKM DI KOTA SURABAYA MENGGUNAKAN MODEL UTAUT**

### **EVALUATION OF E-COMMERCE ACCEPTANCE IN SMES IN SURABAYA CITY USING THE UTAUT MODEL**

**Nabilah Sahda Firjatullah<sup>1\*</sup>, Dika Maulana Putra Pratama<sup>1</sup>, Alifiasari Zhafira Hendriyetty Esmono<sup>1</sup>, Anita Wulansari<sup>1</sup>**  
\*E-mail: [nabilahsahdaf@gmail.com](mailto:nabilahsahdaf@gmail.com)

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, UPN “Veteran” Jawa Timur

#### **Abstrak**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan signifikan, termasuk kemunculan e-commerce yang memudahkan transaksi jual beli secara online dan memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar. Meskipun e-commerce berkembang pesat di Indonesia, termasuk di Kota Surabaya, masih banyak UMKM yang enggan mengadopsi teknologi ini karena kurangnya pengetahuan, keterbatasan modal, dan kekhawatiran keamanan transaksi. Penelitian ini menggunakan model UTAUT untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan e-commerce pada UMKM di Surabaya, dengan fokus pada harapan kinerja, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku penggunaan e-commerce. Untuk meningkatkan adopsi e-commerce, diperlukan strategi yang mencakup edukasi, pelatihan, peningkatan akses modal, dan jaminan keamanan transaksi, sehingga dapat mengatasi hambatan yang ada dan memaksimalkan manfaat e-commerce bagi UMKM.

**Kata kunci:** *Adopsi E-Commerce, UKM, Model UTAUT*

#### **Abstract**

*The development of information and communication technology (ICT) has brought significant changes, including the emergence of e-commerce, which facilitates online buying and selling transactions and provides opportunities for businesses to expand their markets. Although e-commerce is growing rapidly in Indonesia, including in Surabaya, many SMEs are still reluctant to adopt this technology due to a lack of knowledge, limited capital, and concerns about transaction security. This study uses the UTAUT model to analyze the factors affecting e-commerce adoption among SMEs in Surabaya, focusing on performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions. The results show that these factors significantly influence the intention and behavior of e-commerce use. To increase e-commerce adoption, strategies involving education, training, increased access to capital, and transaction security assurance are needed to overcome existing barriers and maximize the benefits of e-commerce for SMEs.*

**Keywords:** *E-Commerce Adoption, SMEs, UTAUT Model*

## 1. PENDAHULUAN

Dengan pertumbuhan pesat teknologi informasi dan komunikasi (TIK), banyak aspek kehidupan telah berubah, termasuk dunia bisnis. Munculnya e-commerce, memungkinkan jual beli dilakukan secara online. E-commerce adalah salah satu dampak dari kemajuan TIK. E-commerce membawa kemudahan bagi masyarakat dalam berbelanja produk dan bagi pelaku usaha, membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Penyebaran informasi produk dan toko menjadi lebih cepat dan menjangkau wilayah yang lebih luas [1]. E-commerce menawarkan berbagai keuntungan bagi pelaku usaha, seperti jangkauan pasar yang lebih luas, biaya operasional yang lebih rendah, dan kemudahan dalam mengelola bisnis. E-commerce mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia. Hal ini didorong oleh beberapa faktor, seperti meningkatnya penetrasi internet, berkembangnya infrastruktur digital, dan perubahan perilaku konsumen yang semakin gemar berbelanja online [9]. Pertumbuhan e-commerce ini juga dirasakan di Kota Surabaya, di mana para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) sudah mulai memanfaatkan platform e-commerce untuk memasarkan produk mereka yang mereka punya. E-commerce adalah proses pembelian dan penjualan barang dan jasa antara berbagai pihak seperti bisnis, individu, rumah tangga, pemerintah, dan organisasi swasta melalui jaringan komputer dan internet. Pembayaran dan pengiriman dapat dilakukan baik secara online maupun offline. [14].

Namun, tidak semua UKM di Kota Surabaya yang telah memanfaatkan e-commerce. Masih banyak UKM yang enggan untuk mengadopsi teknologi ini karena berbagai alasan, seperti kurangnya pengetahuan dan keterampilan, keterbatasan modal, dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi. Para pakar menyatakan bahwa penerapan teknologi digital dalam bisnis UMKM merupakan kunci untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas mereka [9]. Oleh karena itu, perlu untuk dilakukan penelitian lebih lanjut yang bertujuan untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan e-commerce pada UKM di Kota Surabaya [14]. Untuk memahami perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi, terdapat model yang disebut UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). Model ini dikembangkan oleh Venkatesh dkk. dan terbukti mampu menjelaskan hingga 70% variasi dalam niat pengguna untuk menggunakan teknologi informasi, jauh lebih unggul dibandingkan teori lainnya [6], [10], & [12]. Dalam penelitian ini menggunakan model UTAUT untuk menganalisis apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan e-commerce pada UKM di Kota Surabaya. UTAUT adalah model yang menggabungkan delapan teori penerimaan teknologi yang terkenal. Teori ini termasuk Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Motivational Models (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), Combined TAM and TPB (C-TAMTPB), Model of PC Utilization (MPCU), Innovation Diffusion Theory (IDT), dan Social Cognitive Theory (SCT) [3]–[8]. UTAUT memiliki tujuan utama, yaitu untuk membantu organisasi dalam memahami reaksi pengguna terhadap teknologi yang baru [13].

Penelitian ini diharapkan memberikan sebuah kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan kita tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan e-commerce oleh UKM di Indonesia. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu pemangku kepentingan, seperti pemerintah, pelaku usaha, dan penyedia platform e-commerce, dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan adopsi e-commerce pada UKM di Indonesia.

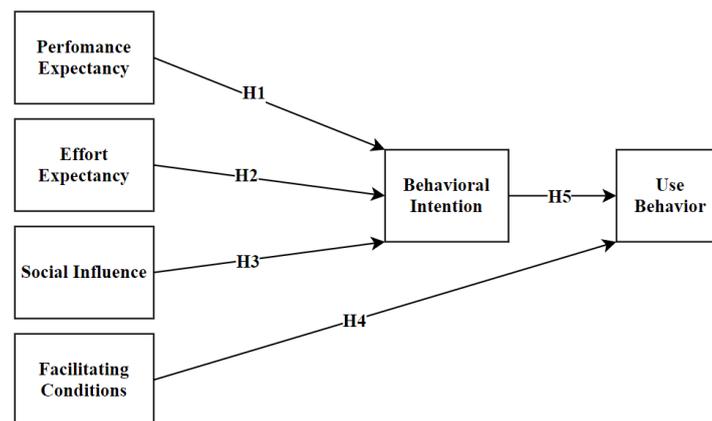
## 2. METODOLOGI

### 2.1 Identifikasi Masalah

Penelitian ini berfokus pada permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya bahwa tidak semua UKM di Kota Surabaya yang telah memanfaatkan e-commerce. Masih banyak UMKM yang enggan untuk mengadopsi teknologi ini karena berbagai alasan, seperti kurangnya pengetahuan dan keterampilan, keterbatasan modal, dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan e-commerce pada UKM di Indonesia. Setelah mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi, maka selanjutnya akan dilakukan penentuan model konseptual. Penentuan model konseptual berguna untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang terlibat di dalamnya.

### 2.2 Penentuan Model Konseptual

Pemilihan model konseptual dalam penelitian ini berdasarkan data sekunder yang diperoleh dari studi literatur. Model konseptual yang digunakan diadaptasi dari penelitian yang mengkaji penerimaan e-commerce pada UMKM di Kota Surabaya menggunakan model UTAUT.



**Gambar 1. Model Konseptual Penelitian**

Mengacu pada gambar tersebut, hipotesis yang dibuat adalah :

H1 : Performance Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention

H2 : Effort Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention

H3 : Social Influence berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention

H4 : Facilitating Conditions berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior

H5 : Behavioral Intention berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior

### 2.3 Definisi Operasional

Penelitian ini melibatkan 2 variabel first order dan 4 variabel second order. Dua variabel first order tersebut adalah Perilaku Pengguna (Use Behavior/UB) dan Nilai Perilaku (Behavior Intention/BI). Sementara itu, 4 variabel second order terdiri dari dimensi yang berasal dari UTAUT, yang mencakup Harapan Kinerja (Performance Expectancy/PE), Harapan Usaha (Effort Expectancy/EE), Pengaruh Sosial (Social Influence/SF), dan Kondisi yang Memfasilitasi (Facilitating Condition/FC).

### 2.4 Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan individu yang memiliki karakteristik yang sama. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di daerah surabaya yang merupakan pemilik atau

penikmat UMKM. Sedangkan sampel adalah bagian representatif dari populasi [7]. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh 100 responden yang dianalisis.

## 2.5 Pengolahan dan Analisis Data

Penggunaan perangkat lunak Smart-PLS 3.2.8 untuk mengolah dan menganalisis data dalam menerapkan Model Persamaan Struktural (SEM) membantu memberikan gambaran visual yang jelas tentang hubungan antar variabel [7]. Prosedur pengolahan data dalam Smart-PLS memiliki tiga kriteria, yaitu ukuran individual reflektif dianggap tinggi jika korelasinya dengan konstruk yang diukur melebihi 0,70 (Validitas Konvergen), nilai beban dari setiap indikator yang terkait dengan variabel laten memiliki nilai beban tertinggi dibandingkan dengan nilai beban lainnya (Validitas Diskriminan), dan pengujian reliabilitas nilai indikator pada suatu variabel (Keandalan Komposit) [5].

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Demografi Responden

Dalam penelitian ini, terdapat 22 indikator, sehingga jumlah sampel minimum adalah 5 kali jumlah indikator (110 sampel) dan jumlah maksimum adalah 10 kali jumlah indikator (220 sampel). Informasi demografi dari responden mencakup jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Responden terdiri dari 115 orang yang dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Mayoritas responden adalah laki-laki (55%) dibandingkan perempuan (45%). Berdasarkan usia, responden terbagi dalam empat kelompok: kurang dari 20 tahun (8%), 20-30 tahun (37%), 30-40 tahun (13%), dan lebih dari 40 tahun (42%). Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden adalah wiraswasta (45%), diikuti oleh pelajar/mahasiswa (35%), karyawan swasta (8%), pegawai negeri (6%), mengurus rumah tangga (4%), dan buruh harian lepas (2%).

Dari data tersebut, kita dapat melihat bahwa mayoritas responden adalah laki-laki dan usia mereka cenderung tersebar secara merata di antara kelompok usia 20-30 tahun dan lebih dari 40 tahun. Dalam hal pekerjaan, dominasi wiraswasta dan pelajar/mahasiswa menonjol, sementara sektor lainnya seperti karyawan swasta, pegawai negeri, mengurus rumah tangga, dan buruh harian lepas memiliki proporsi yang lebih kecil dalam sampel ini. Setelah mendapatkan informasi demografi dari responden, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan Perhitungan Analisis Inferensial. Perhitungan ini nantinya akan digunakan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau tidak.

### 3.2 Hasil Perhitungan Analisis Inferensial

#### 3.2.1 Convergent Validity

Salah satu kriteria penting dalam penelitian adalah uji validitas, yang menentukan apakah hasil penelitian dapat diterima sesuai dengan standar tertentu. Validitas konvergen dievaluasi melalui nilai beban luar dari setiap indikator. Indikator dianggap valid jika nilai beban luar lebih besar dari 0,5. Selain itu, nilai AVE untuk setiap variabel juga harus lebih besar dari 0,5. Jika semua nilai ini memenuhi persyaratan, maka instrumen kuesioner yang digunakan dianggap valid.

**Table 2. Hasil Uji Convergent Validity**

Variabel	Indikator	Loading Factors	AVE
Performance Expectancy	PE1	0.853	0.685
	PE2	0.775	
	PE3	0.812	
	PE4	0.867	
Effort Expectancy	EE1	0.87	0.743
	EE2	0.846	

Social Influence	EE3	0.869	
	SI1	0.873	0.710
	SI2	0.773	
	SI3	0.886	
Facilitating Conditions	SI4	0.833	
	FC1	0.771	0.611
	FC2	0.76	
	FC3	0.779	
	FC4	0.83	
Behavioral Intentions	FC5	0.767	
	BI1	0.845	0.706
	BI2	0.838	
Use Behavior	BI3	0.838	
	UB1	0.844	0.699
	UB2	0.852	
	UB3	0.811	

### 3.2.2 Discriminant Validity

Validitas diskriminan diuji dengan mengevaluasi apakah hubungan antara setiap variabel dengan item yang diukur lebih besar dibandingkan dengan hubungan item tersebut dengan konstruk lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas yang baik.

**Table 3. Hasil Uji Discriminant Validity Berdasarkan Nilai Cross Loading**

	BI	EE	FC	PE	SF	UB
<b>BI1</b>	0.845	0.6	0.682	0.617	0.639	0.64
<b>BI2</b>	0.838	0.535	0.567	0.702	0.611	0.562
<b>BI3</b>	0.838	0.568	0.608	0.701	0.534	0.685
<b>EE1</b>	0.612	0.87	0.563	0.7	0.688	0.545
<b>EE2</b>	0.533	0.846	0.576	0.647	0.581	0.46
<b>EE3</b>	0.598	0.869	0.709	0.678	0.659	0.568
<b>FC1</b>	0.637	0.556	0.771	0.576	0.738	0.515
<b>FC2</b>	0.544	0.533	0.76	0.496	0.505	0.574
<b>FC3</b>	0.62	0.618	0.779	0.657	0.644	0.61
<b>FC4</b>	0.524	0.525	0.83	0.499	0.49	0.737
<b>FC5</b>	0.585	0.579	0.767	0.542	0.579	0.557
<b>PE1</b>	0.733	0.75	0.618	0.853	0.612	0.525
<b>PE2</b>	0.652	0.559	0.57	0.775	0.538	0.524
<b>PE3</b>	0.522	0.526	0.515	0.812	0.51	0.43
<b>PE4</b>	0.713	0.722	0.61	0.867	0.648	0.635
<b>SF1</b>	0.518	0.643	0.641	0.618	0.873	0.505
<b>SF2</b>	0.562	0.53	0.612	0.544	0.773	0.532
<b>SF3</b>	0.587	0.677	0.635	0.574	0.886	0.491
<b>SF4</b>	0.644	0.664	0.618	0.627	0.833	0.496
<b>UB1</b>	0.575	0.434	0.707	0.479	0.475	0.844
<b>UB2</b>	0.512	0.538	0.61	0.497	0.449	0.852
<b>UB3</b>	0.768	0.557	0.621	0.63	0.547	0.811

Untuk menguji validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell-Larcker, nilai akar dari Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap konstruk harus melebihi korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, menunjukkan validitas diskriminan yang baik. Selain itu, nilai AVE yang melebihi 0,5 juga menunjukkan reliabilitas setiap konstruk.

**Table 4. Hasil Uji Discriminant Validity Berdasarkan Nilai Akhir AVE (Fornell-Larcker Criterion)**

	BI	EE	FC	PE	SF	UB
BI	0.84					
BE	0.676	0.862				
FC	0.737	0.715	0.782			
PE	0.802	0.784	0.704	0.828		
SF	0.707	0.748	0.744	0.703	0.843	
UB	0.751	0.611	0.775	0.646	0.591	0.836

### 3.2.3 Reliability

Uji reliabilitas komposit adalah metode statistik yang mengevaluasi kekokohan internal dari suatu ukuran gabungan, yang terbentuk dari beberapa ukuran individual. Uji ini menggunakan statistik yang dikenal sebagai alpha Cronbach, yang memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai alpha Cronbach, semakin tinggi konsistensi internalnya. Parameter reliabilitas dari uji ini dipenuhi jika nilai alpha Cronbach  $\geq 0,7$  atau nilai keandalan komposit  $> 0,7$  [1].

**Table 5. Hasil Uji Composite Reliability**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
BI	0.792	0.878
BE	0.827	0.897
FC	0.841	0.887
PE	0.847	0.897
SF	0.863	0.907
UB	0.785	0.874

### 3.2.4 R-Square

R-square adalah sebuah ukuran yang menunjukkan seberapa baik model statistik mampu menjelaskan variasi dalam data. Perhitungannya dilakukan dengan mengkuadratkan koefisien korelasi antara nilai prediksi dan nilai aktual. Semakin tinggi nilai R-square, semakin baik kesesuaian antara model dengan data. Sebuah model dianggap kuat jika nilai R-square melebihi 0,75, moderat jika nilainya lebih dari 0,50, dan lemah jika nilainya kurang dari 0,25 [4].

**Table 6. Hasil R-Square**

	R-Square	R-Square Adjusted
BI	0.684	0.674
UB	0.671	0.665

### 3.2.5 F-Square

Ukuran Efek (F-Square) digunakan untuk menilai sejauh mana proporsi dari variabel dependen tertentu yang terpengaruh oleh variabel independen. Nilai F-Square adalah 0,02 (variabel laten eksogen lemah), 0,15 (variabel laten eksogen moderat), dan 0,35 (variabel laten eksogen kuat) [4].

**Table 7. Hasil F-Square**

BI	EE	FC	PE	SF	UB
----	----	----	----	----	----

BI		0.214
BE	0.001	
FC		0.329
PE	0.428	
SF	0.11	
UB		

### 3.2.5 Hipotesis

Pada langkah ini, dilakukan pengujian signifikansi antar variabel dalam model struktural yang diterapkan dalam penelitian untuk menguji hipotesis. Pengujian ini dilakukan melalui proses bootstrapping dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3. Bootstrapping dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi kekuatan dan signifikansi hubungan antar variabel dalam model struktural. Dengan menerapkan metode bootstrapping, kita dapat memperoleh estimasi yang lebih tepat terkait dengan signifikansi statistik dari hubungan antar variabel tersebut.

**Table 8. Hasil Hipotesis**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation	TStatistics ( O/STDEV )	P Values	Hasil Uji
BI -> UB	0.392	0.39	0.127	3.086	0.001	Diterima
EE -> BI	-0.028	-0.027	0.138	0.201	0.42	Ditolak
FC -> UB	0.486	0.492	0.137	3.549	0.000	Diterima
PE -> BI	0.618	0.626	0.12	5.163	0.000	Diterima
SF -> BI	0.293	0.287	0.118	2.487	0.006	Diterima

#### H1 : Performance Expectancy berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention

Nilai statistik T 5,163 mendukung hipotesis. Nilai ini melebihi standar, yaitu 1,96. Nilai P 0.000 dapat diterima karena nilainya kurang dari 0,05. Hasilnya menunjukkan bahwa harapan pengguna mempengaruhi nilai perilaku pengguna saat menggunakan e-commerce pada UMKM Surabaya.

#### H2 : Effort Expectancy tidak berpengaruh terhadap Behavioral Intention

Nilai statistik T sebesar 0,201 berada di bawah standar 1,96, hipotesis ini tidak didukung. Selain itu, karena nilai P sebesar 0,42, hipotesis tidak dapat diterima karena nilainya lebih dari 0,05. Karena pengaruhnya tidak signifikan, hipotesis ini ditolak.

#### H3 : Social Influence berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention

Nilai statistik T sebesar 2,487 melebihi standar 1,96, nilai ini mendukung hipotesis. Karena nilainya kurang dari 0,05, hipotesis dapat diterima dengan nilai P 0,006. Hasil ini menunjukkan bahwa niat perilaku pengguna dipengaruhi oleh pengaruh sosial, yang berarti UMKM di Surabaya dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah dengan e-commerce.

#### H4 : Facilitating Conditions berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior

Nilai T statistik sebesar 3,549 melebihi standar 1,96, mendukung hipotesis. Karena nilainya kurang dari 0,05, hipotesis ini dapat diterima dengan nilai P 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku penggunaan dipengaruhi oleh kondisi fasilitas. Jumlah UMKM yang menggunakan e-commerce meningkat seiring dengan peningkatan kondisi fasilitas.

#### H5 : Behavioral Intention berpengaruh signifikan terhadap Use Behavior

Nilai T statistik sebesar 3,086 melebihi standar 1,96, mendukung hipotesis. Karena nilainya kurang dari 0,05, hipotesis ini dapat diterima dengan nilai P 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa niat pengguna mempengaruhi perilaku penggunaan secara signifikan. Semakin banyak UMKM yang menggunakan e-commerce, maka akan semakin banyak aplikasi yang diminati

dan digunakan. Ketika pengguna melihat manfaat sistem, mereka cenderung lebih tertarik untuk menggunakannya.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran dari penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mempermudah pertumbuhan e-commerce, memberikan kemudahan bagi masyarakat serta peluang ekspansi bagi pelaku usaha. Namun, adopsi e-commerce oleh UMKM di Kota Surabaya masih belum optimal. Faktor-faktor seperti harapan kinerja, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku penggunaan e-commerce di kalangan UMKM. Untuk meningkatkan adopsi e-commerce, pemangku kepentingan seperti pemerintah, pelaku usaha, dan penyedia platform e-commerce perlu memperhatikan dan mengatasi hambatan yang ada serta menyediakan dukungan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi ini dengan efektif. Pendekatan strategis yang berfokus pada edukasi, pelatihan, peningkatan akses modal, dan jaminan keamanan transaksi akan sangat membantu mempercepat adopsi e-commerce oleh UMKM di Kota Surabaya.

#### 5. DAFTAR RUJUKAN

- [1] BPS. (2020). Statistik E-Commerce 2020. Jakarta
- [2] HAIR, J. F., HULT, G. T. M., RINGLE, C. M., & SARSTEDT, M. 2015. A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). In *International Journal of Research & Method in Education*(Vol. 38). <https://doi.org/10.1080/1743727x.2015.1005806>
- [3] I. N. Muhammad, Hariyono, and R. Wardani, “Analisis Persepsi Penggunaan Sistem Registrasi Online pada Pasien Rawat Jalan RSUD Kota Madiun dengan Pendekatan UTAUT,” vol. 9, no. 1, pp. 114–124, 2023, doi: <http://dx.doi.org/10.29241/jmk.v9i1.1398>.
- [4] M. Amiruddin, A. P. Widodo, and R. R. Isnanto, “Evaluasi Tingkat Penerimaan Sistem Manajemen Aset Menggunakan Metode HOT-FIT,” *J. Sistem Info. Bisnis*, vol. 11, no. 2, pp. 87–96, Nov. 2021, doi:
- [5] M. Risal and M. Kasran, “PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PERUSAHAAN AIR MINUM TIRTA MANGKALUKU KOTA PALOPO,” vol. 5, no. 1, pp. 17–24, 2019.
- [6] M. Indah and H. Agustin, “PENERAPAN MODEL UTAUT (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) UNTUK MEMAHAMI NIAT DAN PERILAKU AKTUAL PENGGUNA GO-PAY DI KOTA PADANG,” *J. Eksplor. Akunt.*, vol. 1, no. 4, 2019, [Online]. Available: <http://jea.ppi.unp.ac.id/index.php/jea/issue/view/16>
- [7] Ms. Jailani, F. Jeka, and U. Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, “Populasi dan Sampling(Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis.” Vol. 7 No. 3 (2023)
- [8] N. N. Mugni and B. Rikumahu, “Analisis Niat Perilaku Penggunaan E-Money Berbasis Chip Menggunakan Model Modifikasi Utaut (Studi Kasus Pada Pengguna Flazz E-Money Di Kota Bandung),” *J. Mitra Manaj.*, vol. 3, no. 5, pp. 614–627, 2019, doi: 10.52160/ejmm.v3i5.237.
- [9] Papadopoulos, Thanos, Konstantinos N. Baltas, and Maria Elisavet Balta. 2020. “The Use of Digital Technologies by Small and Medium Enterprises during COVID-19:

- Implications for Theory and Practice.” *International Journal of Information Management* 55(June): 102192. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102192>.
- [10] R. A. Azzahroo and S. D. Estiningrum, “Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran,” *J. Manaj. Motiv.*, vol. 17, no. 1, p. 10, 2021, doi: 10.29406/jmm.v17i1.2800.
- [11] V. Sylvia Saragi Sitio Dosen Manajemen Unsurva Vera, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PT BANK PANIN DUBAI SYARIAH, TBK JABODETABEK SELAMA MASA PANDEMIK COVID-19.”
- [12] Venkatesh, V., Thong J. Y. L., dan Xu X., 2012, *Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of And Use Of Technology*, *MIS Quarterly*, Vol. 36, No. 1, 157-178.
- [13] Wang, H. I., dan Yang H. L., 2005, *The Role of Personality Traits in UTAUT Model under Online Stocking*, *Contemporary Management Research*, Vol. 1, No. 1, 69-82.
- [14] Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM dala Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 465–476.