

SKRIPSI

PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, FACILITATING CONDITIONS, HEDONIC MOTIVATION TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION DAN TECHNOLOGY USE DALAM BERINVESTASI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TRIDINANTI DI PALEMBANG

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi



DIAJUKAN OLEH :

RAHMA SARI RIZKI

2301120501.P

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI**


2026


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RAHMA SARI RIZKI
Nomor Pokok : 2301120501.P
Jurusan/Prog. Studi : Akuntansi
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Akuntansi Manajemen
Judul Skripsi : *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention dan Technology Use dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang*

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 9-4-2026 Pembimbing I : 
Dr. Hj. Misy Mikial, SE., M.Si., Ak.CA, CSRS
NIDN. 0205026401


Tanggal 8/4/2026 Pembimbing II : 
Firmansyah Arifin, SE., MM., Ak.CA, CSRS
NIDN. 0211058902

Mengetahui,

Dekan,

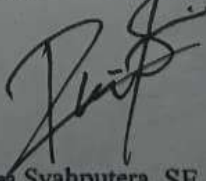
Tanggal 09-04-2026




Dr. Hj. Misy Mikial, SE., M.Si., Ak.CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ka. Prodi Akuntansi,

Tanggal 09-4-2026


Riza Svahputera, SE., Ak.CA, CPALM, Ak
NIDN: 0224108301


064/PS/DFEB/26

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

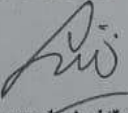
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RAHMA SARI RIZKI
Nomor Pokok : 2301120501.P
Jurusan/Prog. Studi : Akuntansi
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Akuntansi Manajemen
Judul Skripsi : *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation terhadap Behavioral Intention dan Technology Use dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang*

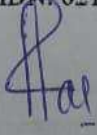
Penguji Skripsi :

Tanggal ⁰³⁻⁴⁻²⁰²⁶ Ketua Penguji : 
Dr. Hj. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak.CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Tanggal ^{8/6/2024} Penguji I:


Firmansyah Arifin, SE., MM., Ak.CA, CSRS
NIDN. 0211058902

Tanggal ^{8/6/2024} Penguji II:


Sahila, S.E., MM.
NIDN. 0203066201

Mengetahui,

Dekan,


Tanggal ⁰⁹⁻⁴⁻²⁰²⁶



Dr. Hj. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak.CA, CSRS
NIDN. 0205026401

Ka. Prodi Akuntansi,

Tanggal ⁰⁹⁻⁴⁻²⁰²⁶


Riza Syahputera, SE., Ak.CA, CPA, M.Ak
NIDN: 0224108301

064PS/DFEB/26

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Barangsiapa yang tidak mensyukuri yang sedikit, maka ia tidak mampu mensyukuri yang banyak “

(HR. Ahmad)

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ❖ Kedua orang tua yang penulis sayangi, yang tiada tara hentinya mendoakan keberhasilan serta selalu memberikan dukungan
- ❖ Kepada kakak dan adik kandungku yang selalu memberikan dukungan
- ❖ Kepada Dosen Pembimbing, terima kasih atas arahan, saran, serta bimbingannya sejauh ini
- ❖ Teman-teman seperjuangan yang selalu membersamai
- ❖ Almamater biru kebanggaanku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* dan *Technology Use* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang.” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tridinanti Palembang.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir.H. Edizal AE, MS. selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.si., Ak., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti sekaligus sebagai Dosen Pembimbing 1.
3. Bapak Riza Syahputera, SE.,Ak.CA,CPAI,M.Ak selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi serta seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa studi.
4. Bapak Firmansyah Arifin, S.E.,MM.,Ak.CA.CSRS selaku pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dengan sabar selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta dorongan tanpa henti, serta saudara-saudara yang penulis kasihi.
6. Seluruh sahabat seperjuangan di Program Studi Akuntansi yang selalu memberikan dukungan moral dan bantuan dalam berbagai bentuk.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang konstruktif guna penyempurnaan di waktu mendatang. Besar harapan penulis agar karya tulis ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi yang berarti bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Januari 2026

Rahma Sari Rizki

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Rahma Sari Rizki
NPM : 2301120501.P
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prodi : Akuntansi/S1

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* dan *Technology Use* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti merupakan hasil karya saya sendiri dan disusun tanpa melakukan tindakan plagiarisme atau menjiplak karya pihak lain. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima segala bentuk sanksi atau konsekuensi sesuai ketentuan yang berlaku.

Palembang, Januari 2026



Rahma Sari Rizki

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Teoritis	14
2.1.1 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>	14
2.1.2 <i>Behavioral Intention</i>	15
2.1.2.1 Definisi <i>Behavioral Intention</i>	15
2.1.2.2 Indikator <i>Behavioral Intention</i>	16
2.1.3 <i>Performance Expectancy</i>	17
2.1.3.1 Definisi <i>Performance Expectancy</i>	17
2.1.3.2 Indikator <i>Performance Expectancy</i>	18
2.1.4 <i>Effort Expectancy</i>	18
2.1.4.1 Definisi <i>Effort Expectancy</i>	18
2.1.4.2 Indikator <i>Effort Expectancy</i>	19
2.1.5 <i>Social Influence</i>	20

2.1.5.1	Definisi <i>Social Influence</i>	20
2.1.5.2	Indikator <i>Social Influence</i>	20
2.1.6	<i>Facilitating Conditions</i>	21
2.1.6.1	Definisi <i>Facilitating Conditions</i>	21
2.1.6.2	Indikator <i>Facilitating Conditions</i>	22
2.1.7	<i>Hedonic Motivation</i>	23
2.1.7.1	Definisi <i>Hedonic Motivation</i>	23
2.1.7.2	Indikator <i>Hedonic Motivation</i>	24
2.1.8	<i>Technology Use</i>	25
2.1.8.1	Definisi <i>Technology Use</i>	25
2.1.8.2	Indikator <i>Technology Use</i>	26
2.2	Penelitian Yang Relevan.....	27
2.3	Kerangka Berpikir.....	29
2.4	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.1.1	Tempat Penelitian	35
3.1.2	Waktu Penelitian	35
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.1	Sumber Data.....	35
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	36
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling	36
3.3.1	Populasi.....	36
3.3.2	Sampel.....	37
3.3.3	Sampling	38
3.4	Rancangan Penelitian	39
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	39
3.5.1	Variabel Penelitian	39
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	40
3.6	Instrumen Penelitian	42
3.7	Teknik Analisis Data	42

3.7.1 Analisis <i>Measurement Outer Model</i>	43
3.7.1.1 Uji Validitas	44
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.7.2 Analisis <i>Inner Model</i>	45
3.7.2.1 <i>R-Square</i> (R^2)	46
3.7.2.2 Uji Hipotesis (Uji t).....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Universitas Tridinanti.....	48
4.1.2 Karakteristik Responden Penelitian	50
4.1.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	52
4.1.4 Hasil Analisis Statistik Inferensial	57
4.1.4.1 Analisa <i>Outer Model</i>	57
4.1.4.2 Analisa <i>Inner Model</i>	66
4.2 Pembahasan	70
4.2.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	70
4.2.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	72
4.2.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	74
4.2.4 Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> . 76	
4.2.5 Pengaruh <i>Behavioral Intention</i> Terhadap <i>Technology Use</i>	78
4.2.6 Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> Terhadap <i>Technology Use</i>	80
BAB V KESIMPULAN & SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Yang Relevan.....	27
Tabel 3. 1 Populasi Penelitian.....	37
Tabel 3. 2 Proporsi Sampel Berdasarkan Clustering.....	38
Tabel 3. 3 Variabel dan Definisi Operasional	40
Tabel 3. 4 Penilaian Skala Ordinal.....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian	50
Tabel 4. 2 Kriteria Penilaian Skala Ordinal	52
Tabel 4. 3 Kategori Variabel Performance Expectancy.....	53
Tabel 4. 4 Outer Loading.....	59
Tabel 4. 5 AVE.....	60
Tabel 4. 6 Fornell-Larcker Test.....	62
Tabel 4. 7 Cross Loading.....	63
Tabel 4. 8 HTMT Test	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 10 R Square	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 3. 1 Outer Model.....	44
Gambar 4. 1 Skema Outer Model.....	58
Gambar 4. 2 Skema Inner Model.....	66

ABSTRAK

Rahma Sari Rizki, *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* dan *Technology Use* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti. (Dibawah bimbingan Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.si., Ak., CA., CSRS dan Bapak Firmansyah Arifin, S.E.,MM.,Ak.CA.CSRS)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions*, dan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* dan *technology use* dalam berinvestasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 91 responden yang dipilih menggunakan teknik *cluster sampling*. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy, effort expectancy, social influence* dan *hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Selanjutnya, *behavioral intention* dan *facilitating conditions* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technology use*. Temuan ini mengindikasikan bahwa niat mahasiswa untuk menggunakan teknologi investasi lebih dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan pengalaman menyenangkan, serta didukung oleh ketersediaan fasilitas dan infrastruktur yang memadai. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model UTAUT pada konteks perilaku investasi mahasiswa serta menjadi referensi praktis bagi institusi pendidikan dan penyedia platform investasi digital.

Kata kunci: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Behavioral Intention, Technology Use, Investasi Digital*

ABSTRACT

Rahma Sari Rizki, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, and Hedonic Motivation on Behavioral Intention and Technology Use in Investing among Students of the Faculty of Economics and Business, Tridinanti University. (Under the guidance of Dr. Msy. Mikial, SE, M.si., Ak., CA., CSRS and Mr. Firmansyah Arifin, SE, MM., Ak.CA., CSRS)

This study aims to analyze the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and hedonic motivation on behavioral intention and technology use in investing among students of the Faculty of Economics and Business, Tridinanti University. This study used a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 91 respondents selected using cluster sampling. Data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS 3.2.9 software. The results showed that performance expectancy, effort expectancy, social influence and hedonic motivation had a positive and significant effect on behavioral intention. Furthermore, behavioral intention and facilitating conditions were shown to have a positive and significant effect on technology use. These findings indicate that students' intention to use investment technology is more influenced by perceived benefits and enjoyable experiences, and supported by the availability of adequate facilities and infrastructure. This research is expected to provide theoretical contributions in the development of the UTAUT model in the context of student investment behavior and serve as a practical reference for educational institutions and digital investment platform providers.

Keywords: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Behavioral Intention, Technology Use, Digital Investment

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Rahma Sari Rizki lahir di Lubuk Linggau pada tanggal 15 Mei 1999, merupakan putri dari pasangan H. Ibrahim dan Hj. Nelly Suarni (Almh). Penulis menempuh pendidikan dasar di SD Negeri 23 Palembang, kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 3 Palembang, serta pendidikan menengah kejuruan di SMK Negeri 3 Palembang. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan tinggi jenjang Diploma III (D3) di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Saat ini, penulis menyelesaikan pendidikan jenjang Strata I (S1) pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tridinanti.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam dunia keuangan dan investasi (Khairi et al., 2025). Kemunculan berbagai *platform* digital seperti aplikasi saham *online*, reksa dana digital, hingga aset kripto membuat proses investasi menjadi lebih mudah, praktis, dan terjangkau bagi masyarakat luas. Kondisi ini juga mendorong munculnya tren baru di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa, yang mulai tertarik untuk belajar dan mencoba berinvestasi sejak (Fadika & Indra, 2024). Dengan demikian, digitalisasi keuangan menjadi peluang penting bagi peningkatan literasi dan partisipasi investasi di Indonesia.

Penggunaan teknologi (*technology use*) sangat dipengaruhi oleh *behavioral intention* dan *facilitating condition* karena niat seseorang untuk menggunakan teknologi merupakan dorongan psikologis yang menentukan apakah individu akan benar-benar mengoperasikan sistem tersebut dalam aktivitasnya (Akbarida et al., 2024). *Behavioral intention* mencerminkan tingkat keinginan, motivasi, serta penerimaan individu terhadap teknologi, sehingga semakin tinggi niat seseorang maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan teknologi secara konsisten (Schretzlmaier et al., 2022). Di sisi lain, *facilitating condition* berperan sebagai faktor pendukung eksternal seperti ketersediaan infrastruktur, pelatihan, dukungan teknis, serta kemudahan akses yang memungkinkan pengguna dapat menjalankan teknologi tanpa hambatan (Ashraf et al., 2023). Jika suatu organisasi

menyediakan dukungan serta fasilitas yang memadai, maka hambatan penggunaan teknologi menjadi lebih kecil dan individu lebih terdorong merealisasikan niatnya dalam bentuk penggunaan nyata. Dengan demikian, meskipun seseorang memiliki niat untuk menggunakan teknologi, realisasi penggunaan akan optimal ketika kondisi pendukung tersedia dan mendukung proses penggunaan tersebut.

Behavioral intention merupakan salah satu konsep penting dalam memahami perilaku individu terhadap penggunaan teknologi, termasuk dalam aktivitas investasi (Andrea & Suroso, 2022). *Behavioral intention* mencerminkan seberapa besar keinginan seseorang untuk mulai atau terus berinvestasi melalui *platform* digital (Prasarry et al., 2023). Keinginan tersebut terbentuk dari keyakinan individu terhadap manfaat, kemudahan, serta dorongan sosial yang memengaruhi keputusan untuk menggunakan teknologi dalam berinvestasi. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* diantaranya meliputi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *hedonic motivation*.

Performance expectancy merujuk pada keyakinan seseorang bahwa investasi yang dilakukan akan memberikan keuntungan atau peningkatan kinerja keuangan dibandingkan tidak berinvestasi (Prasarry et al., 2023). Seseorang akan cenderung berinvestasi apabila ia percaya bahwa kegiatan investasi mampu meningkatkan pendapatan, memperbaiki kondisi ekonomi, serta memberikan jaminan finansial di masa depan (Riskha et al., 2025). Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat keyakinan individu terhadap manfaat dan hasil yang dapat diperoleh dari kegiatan investasi, maka semakin besar pula niat dan kecenderungan seseorang untuk melakukan investasi secara berkelanjutan.

Penelitian mengenai pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* menunjukkan hasil yang tidak konsisten sehingga memunculkan kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut Ramadhina et al. (2025) menemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika individu meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja, efisiensi, atau memberikan manfaat nyata, maka niat mereka untuk menggunakan teknologi tersebut akan semakin tinggi.

Sementara itu, Mulyati et al. (2023) dan Odelia & Ruslim (2023) menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Temuan ini mengisyaratkan bahwa dalam beberapa konteks, persepsi manfaat tidak menjadi faktor utama yang menentukan niat individu untuk menggunakan teknologi. Faktor lain seperti kemudahan penggunaan, dorongan sosial, motivasi hedonis, atau kondisi pendukung mungkin lebih dominan sehingga persepsi manfaat tidak memberikan dampak signifikan terhadap niat perilaku.

Kemudahan dalam menjalankan suatu aktivitas merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut (Mutiara et al., 2025). Dalam konteks investasi, *effort expectancy* menggambarkan sejauh mana seseorang merasa bahwa proses investasi mudah dipahami, tidak rumit, dan dapat dilakukan tanpa memerlukan usaha yang besar (Anugrah et al., 2024). Apabila proses investasi dianggap mudah dijalankan, maka calon investor akan merasa lebih percaya diri untuk memulai investasi. Temuan penelitian Asmita & Hamid (2022), Permatasari et al. (2025) dan Suyanto et al.

(2024) menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Sebaliknya, riset yang dilakukan Butarbutar et al. (2022) menunjukkan hasil *effort expectancy* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *behavior intention*.

Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavior intention* menunjukkan adanya perbedaan hasil yang menimbulkan kesenjangan penelitian. Beberapa penelitian, seperti Asmita & Hamid (2022), Permatasari et al. (2025) dan Suyanto et al. (2024), menyimpulkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan dengan baik dari segi navigasi, pemahaman, maupun pengalaman pengguna, maka semakin besar niat individu untuk menggunakannya. Temuan tersebut menegaskan bahwa persepsi kemudahan menjadi faktor penting dalam mendorong niat perilaku.

Temuan tersebut tidak sepenuhnya sejalan dengan hasil penelitian Butarbutar et al. (2022) yang menyatakan bahwa meskipun *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavior intention*, pengaruh tersebut tidak signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam beberapa konteks, kemudahan penggunaan tidak menjadi faktor utama dalam membentuk niat perilaku. Faktor lain seperti manfaat yang dirasakan, pengaruh sosial, atau motivasi hedonis mungkin lebih dominan dibandingkan persepsi kemudahan, sehingga meskipun arah pengaruhnya positif, tingkat signifikansinya rendah

Social influence diartikan sebagai sejauh mana pandangan, dukungan, atau tekanan sosial dari orang lain dapat memengaruhi keputusan dan perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan (Kandi et al., 2024). Seseorang cenderung memperhatikan opini atau rekomendasi dari lingkungan sekitarnya, seperti keluarga, teman, rekan kerja, maupun tokoh yang dianggap berpengaruh sebelum mengambil keputusan penting (Hernita, 2019). Pengaruh sosial ini dapat membentuk persepsi positif, meningkatkan kepercayaan diri, serta menumbuhkan keyakinan terhadap pilihan yang akan diambil. Oleh karena itu, semakin kuat pengaruh sosial yang diterima seseorang dari lingkungannya, maka semakin besar pula kecenderungan individu tersebut untuk mengikuti dan melakukan tindakan yang sama khususnya dalam berinvestasi.

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil, sehingga menciptakan kesenjangan penelitian yang perlu ditelusuri lebih lanjut. Penelitian Sinaga & Wijayanto (2025) dan Cioc et al. (2023) menemukan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Temuan ini menggambarkan bahwa dorongan, dukungan, atau ekspektasi dari orang-orang terdekat seperti teman, rekan kerja, keluarga, maupun atasan dapat meningkatkan niat individu untuk menggunakan teknologi. Dengan kata lain, norma sosial dan tekanan lingkungan menjadi faktor penting dalam pembentukan niat perilaku.

Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian Hendrajaya et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks tertentu, individu

mungkin lebih mandiri dalam mengambil keputusan penggunaan teknologi sehingga pengaruh sosial tidak lagi menjadi penentu utama. Faktor lain seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, atau kondisi fasilitas bisa jadi lebih dominan dibandingkan tekanan sosial, sehingga *social influence* kehilangan perannya dalam membentuk niat individu.

Kesenangan, kepuasan, atau kenikmatan emosional ketika menggunakan suatu teknologi atau melakukan aktivitas tertentu disebut sebagai *hedonic* (Arisona et al., 2023). Motivasi hedonik muncul ketika individu merasa bahwa aktivitas investasi bukan hanya sekadar sarana memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga memberikan pengalaman menarik dan menyenangkan, seperti memantau pergerakan pasar, mengeksplorasi fitur aplikasi investasi, atau memperoleh kepuasan saat mencapai target investasi (Lady et al., 2024). Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kesenangan dan kepuasan yang dirasakan individu dalam berinvestasi, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk terus melakukan investasi secara konsisten.

Terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* dalam penggunaan teknologi. Faruq et al. (2023) menemukan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*, yang berarti bahwa semakin besar rasa senang atau kepuasan yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi, maka semakin tinggi niat mereka untuk terus menggunakannya. Temuan ini menegaskan bahwa aspek kesenangan menjadi pendorong penting dalam pembentukan niat perilaku.

Temuan tersebut berbeda dengan penelitian Fauziah et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *hedonic motivation* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa dalam konteks atau populasi tertentu, rasa senang atau kepuasan tidak menjadi faktor yang menentukan niat individu dalam menggunakan teknologi. Faktor lain seperti kemanfaatan, kemudahan penggunaan, atau pengaruh sosial mungkin lebih dominan dibandingkan motivasi hedonis.

Facilitating conditions merupakan sejauh mana seseorang meyakini bahwa terdapat sumber daya, infrastruktur, serta dukungan yang memadai untuk melakukan suatu aktivitas (Jermsittiparsert et al., 2022). Faktor ini mencakup ketersediaan sarana, pengetahuan, akses informasi, serta bantuan teknis yang dapat menunjang keberhasilan seseorang dalam melaksanakan kegiatan investasi. Ketika individu merasa bahwa kondisi pendukung tersebut sudah cukup, maka mereka akan lebih percaya diri dan termotivasi untuk bertindak (Lianto & Dewi, 2024). Dengan kata lain, semakin baik fasilitas dan dukungan yang tersedia, maka semakin besar pula kemungkinan seseorang untuk melaksanakan aktivitas tersebut secara optimal.

Hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *facilitating conditions* terhadap *technology use* menunjukkan ketidakkonsistenan temuan empiris. Ashraf et al. (2023) menunjukkan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technology use*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik dukungan fasilitas, infrastruktur, dan sumber daya yang tersedia, maka semakin besar kemungkinan seseorang dalam menggunakan teknologi. Dalam

konteks tersebut, kemudahan akses, bantuan teknis, serta dukungan organisasi menjadi faktor pendorong utama terbentuknya penggunaan teknologi.

Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian Mutiara et al. (2025) yang menunjukkan bahwa *facilitating conditions* justru berpengaruh negatif terhadap *technology use*. Temuan ini menunjukkan bahwa tersedianya fasilitas pendukung tidak selalu membentuk penggunaan teknologi, dukungan yang berlebihan atau tidak sesuai dapat menimbulkan ketergantungan, persepsi ketidaknyamanan, atau ketidakselarasan dengan preferensi pengguna. Hal ini dapat menyebabkan individu merasa kurang termotivasi untuk menggunakan teknologi meskipun fasilitas sudah tersedia.

Perkembangan dunia investasi di Indonesia menunjukkan tren yang sangat positif, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per Februari 2025, tercatat terdapat sekitar 15,45 juta investor ritel di pasar modal, dan mayoritas di antaranya berasal dari kelompok usia 30 tahun ke bawah sebesar 54,62% (Ahdiat, 2025). Angka ini menggambarkan bahwa lebih dari separuh investor di pasar modal merupakan generasi muda, namun demikian porsi tersebut belum optimal 100% karena terdapat faktor-faktor yang membuat kelompok usia lain tetap signifikan dalam aktivitas investasi.

Meskipun data menunjukkan bahwa 54,62% investor pasar modal Indonesia berasal dari kelompok usia generasi muda di bawah 30 tahun, hal ini belum sepenuhnya menggambarkan bahwa seluruh mahasiswa memiliki minat yang tinggi terhadap investasi. Persentase tersebut hanya menunjukkan dominasi usia muda dalam jumlah investor, namun tidak mewakili keseluruhan populasi mahasiswa

yang sebenarnya sangat besar. Ditemukan banyak mahasiswa yang belum tertarik berinvestasi karena keterbatasan literasi keuangan, ketidakpastian pendapatan, serta persepsi risiko yang masih tinggi. Sebagian lainnya hanya mengikuti tren, ajakan teman dan *fear of missing out* (FOMO) sehingga minat yang muncul cenderung tidak stabil dan tidak didukung pemahaman yang memadai.

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2024 juga menunjukkan indeks literasi keuangan pelajar/mahasiswa masih tergolong rendah dengan persentase 56,42%, sementara indeks inklusi keuangan pelajar/mahasiswa hanya sebesar 9,58%. Rendahnya literasi dan inklusi keuangan ini menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap rendahnya minat investasi di kalangan mahasiswa. Mahasiswa cenderung kurang percaya diri dalam mengambil keputusan finansial, tidak memahami risiko dan manfaat investasi, serta belum terbiasa mengalokasikan dana untuk tujuan jangka panjang.

Hal tersebut tercermin di lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti. Meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan teoritis mengenai investasi melalui mata kuliah yaitu Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio, penerapan pengetahuan tersebut masih terbatas pada ranah akademik dan belum diikuti oleh kegiatan praktik investasi secara nyata. Akibatnya, niat dan kepercayaan diri mahasiswa untuk berinvestasi di dunia nyata masih rendah, meskipun memiliki bekal pengetahuan yang memadai dari sisi akademis.

Berdasarkan uraian latar belakang, kesenjangan penelitian sebelumnya (*research gap*), serta fenomena yang terjadi di lingkungan mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti, peneliti memandang bahwa masih terdapat perbedaan antara pengetahuan teoritis dan penerapan praktik investasi di kalangan mahasiswa. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya kajian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat berinvestasi di kalangan mahasiswa, khususnya melalui pendekatan perilaku. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* dan *Technology Use* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti di Palembang.”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh pada *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti di Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh pada *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti di Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh pada *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti di Palembang?

4. Apakah terdapat pengaruh pada *Hedonic* terhadap *Behavioral Intention* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang?
5. Apakah terdapat pengaruh pada *Behavioral Intention* terhadap *Technology Use* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang?
6. Apakah terdapat pengaruh pada *Facilitating Conditions* terhadap *Technology Use* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* dalam berinvestasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* dalam berinvestasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* dalam berinvestasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang.

4. Untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Technology Use* terhadap *Behavioral Intention* dalam berinvestasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang.
5. Apakah terdapat pengaruh pada *Behavioral Intention* terhadap *Technology Use* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang.
6. Apakah terdapat pengaruh pada *Facilitating Conditions* terhadap *Technology Use* dalam Berinvestasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian terkait *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dengan mengaplikasikannya pada konteks perilaku investasi mahasiswa, sehingga dapat menjadi referensi empiris mengenai bagaimana faktor *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions*, dan *hedonic technology use* berpengaruh terhadap *behavioral intention* untuk berinvestasi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan model penelitian serupa, baik dengan menambahkan variabel lain maupun menerapkannya pada konteks dan populasi yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berinvestasi, khususnya dalam konteks penggunaan teknologi investasi modern.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengalaman empiris dan pemahaman mendalam mengenai penerapan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dalam konteks perilaku investasi mahasiswa. Melalui proses penelitian ini, penulis dapat mengembangkan kemampuan analisis, berpikir kritis, serta keterampilan dalam mengolah dan menginterpretasikan data penelitian secara ilmiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2025). *Usia Investor Retail Ri Awal 2025, Mayoritas Masih Muda*. Databoks. <https://doi.org/https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/67e24137c772f/usia-investor-retail-ri-awal-2025-mayoritas-masih-muda>
- Akbarida, B. D., Lukiastruti, F., Solovida, G. T., & Sutanto, H. A. (2024). Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Jamsostek Mobile Menggunakan Utaut Model Modifikasi. *Econbank: Journal Of Economics And Banking*, 6(2), 230–251. <https://doi.org/https://doi.org/10.35829/econbank.v6i2.425>
- Andrea, J. A., & Suroso, J. S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Reksadana Online Pada Generasi Millennial Dan Generasi Z. *Itej (Information Technology Engineering Journals)*, 7(1), 32–52. <https://doi.org/10.24235/itej.v7i1.99>
- Anugrah, Z., Suhaebah, L., Pramudita, T. R., & Ramayani, Y. (2024). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Pada Behavioral Intention Aplikasi Gojek Di Kabupaten Garut. *Journal Of Accounting, Management, Economics, And Business (Analysis)*, 2(1), 31–42. <https://doi.org/10.56855/analysis.v2i1.908>
- Arisona, N., Rofianto, W., & Putriya, A. R. (2023). Utaut 2 (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology-2) And Trust Integration Model Towards Behavioral Intention To Continue, Willingness To Recommend, And Level Of Use. *Studies And Scientific Researches. Economics Edition*, 2(38), 6–17. <https://doi.org/10.29358/sceco.v0i38.558>
- Ashraf, M. A., Shabnam, N., Tsegay, S. M., & Huang, G. (2023). Acceptance Of Smart Technologies In Blended Learning: Perspectives Of Chinese Medical Students. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 20(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph20032756>
- Asmita, A., & Hamid, R. S. (2022). Peran Effort Expectancy Facilitating Conditions Price Value Dalam Menentukan Behavioural Intentions Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Owner*, 7(1), 322–332. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1263>
- Butarbutar, N., Lie, D., Bagenda, C., Hendrayani, E., & Sudirman, A. (2022). Analysis Of The Effect Of Performance Expectancy, Effort Expectancy, And Lifestyle Compatibility On Behavioral Intention Qris In Indonesia. *International Journal Of Scientific Research And Management*, 10(11), 4203–4211. <https://doi.org/10.18535/ijserm/v10i11.em07>
- Cioc, M. M., Popa, Ștefan C., Olariu, A. A., Popa, C. F., & Nica, C.-B. (2023). Behavioral Intentions To Use Energy Efficiency Smart Solutions Under The Impact Of Social Influence: An Extended Tam Approach. *Applied Sciences*, 13(18), 10241. <https://doi.org/10.3390/app131810241>
- Fadika, J., & Indra, Y. A. (2024). Peran Pasar Modal Dalam Meningkatkan Minat

- Investasi Pada Generasi Muda Di Era Digital. *Journal Of Management And Innovation Entrepreneurship (Jmie)*, 2(1), 1700–1712. <https://doi.org/10.70248/Jmie.V2i1.1430>
- Fauziah, F., Nardi, N., Fitriansyah, F., Zien, R., & Nurfadillah, M. (2024). Customer Anxiety After Covid-19 And Its Impact To The Behavioral Intention At Hypermarket. *Trikonomika*, 23(1), 19–26. <https://doi.org/10.23969/Trikonomika.V23i1.12771>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2018). *Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Dengan Program Smart Pls 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Hendrajaya, C. T., Brahmasari, I. A., & Ratih, I. A. B. (2024). The Influence Of Effort Expectancy, Performance Expectancy, And Social Influence On Perceived Risk, Behavioral Intention, And Actual Use Moderated By User Trust In Social Commerce In Indonesia. *Edelweiss Applied Science And Technology*, 8(6), 4683–4699. <https://doi.org/10.55214/25768484.V8i6.3017>
- Hernita, N. (2019). Pengaruh Teman Sebaya Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Jurusan. *Eco-Iqtishodi : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 35–44. <https://doi.org/10.32670/Ecoiqtishodi.V1i1.36>
- Jemsittiparsert, K., Emiroglu, T., Sozudogru, O., Phonwattana, S., & Pungpho, K. (2022). Determinants Of Behavioral Intention To Use E-Government In Thailand: Mediating Role Of Perceived Value Of E-Government. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 7(2), 243–258. <https://doi.org/10.15294/Ipsr.V7i2.29263>
- Kandi, N. R., Hafiar, H., & Subekti, P. (2024). Faktor Pengaruh Penggunaan Teknologi Terhadap Niat Dan Perilaku Pada Penggunaan Dana. *Prologia*, 8(1), 251–264. <https://doi.org/10.24912/Pr.V8i1.29045>
- Khairi, M., Rianto, B., Chrismondari, Yolnasdi, & Jalil, M. (2025). Pengaruh Teknologi Dalam Transformasi Ekonomi Dan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Perangkat Lunak*, 7(1), 71–78. <https://doi.org/10.32520/Jupel.V7i1.3947>
- Khan, Nag, & Joshi. (2021). Influencing Factors Of Behavior Intention And Actual Use Of Technology: An Application Of Utaut Model On Science Undergraduates. *Journal Of Higher Education Theory And Practice*, 21(13). <https://doi.org/10.33423/Jhstp.V21i13.4792>
- Lady, Lady, Lie, K., Hesniati, H., & Candy, C. (2024). From Innovation And Compatibility To The Intention To Adopt Mobile Payment With User Expectations As The Mediating Factor. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(3), 470–484. <https://doi.org/10.36555/Almana.V8i3.2667>
- Lianto, F., & Dewi, C. (2024). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation,

- Price Value Dan Habit Terhadap Customer Acceptance (Studi Pada Pengguna Layanan Maxim Di Kota Bandung). *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 330–342. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.53523>
- Muhammad Arsyad Abidil Faruq, Bassalamah, M. R., Sudaryanti, D., & Azizah, N. N. (2023). Hedonic Values And Utilitarian Values To Improve Behavioral Intentions And Consumer Satisfaction On Product. *Aptisi Transactions On Technopreneurship (Att)*, 5(3), 319–333. <https://doi.org/10.34306/Att.v5i3.345>
- Mulyati, Y., Elsandra, Y., & Alfian, A. (2023). Determining Factors Of E-Wallet Use Behavioral Intention: Application And Extension Of The Utaut Model. *Journal Of Economics, Finance And Management Studies*, 06(12). <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i12-04>
- Mutiara, D., Farida, I., & Fitriani, F. (2025). Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology Terhadap Behavioral Intentions Dan Use Behavior Pengguna Bsi Mobile. *Islamic Business And Finance*, 5(2), 109. <https://doi.org/10.24014/ibf.v5i2.34958>
- Odelia, O., & Ruslim, T. S. (2023). The Impact Of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Habit, And Price Value On The Behavioral Intention Of Tokopedia Users In Jakarta. *International Journal Of Application On Economics And Business*, 1(1), 436–444. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i1.436-444>
- Permatasari, I. A., Madiawati, P. N., & Pradana, M. (2025). The Influence Of Performance Expectations, Effort Expectations, Supportive Conditions, Social Influence, Risk, And Trust On Usage Behavior With Behavioral Intent As A Mediator (Case Study Of Mybca Adoption Among Generation Z). *East Asian Journal Of Multidisciplinary Research*, 4(8), 3997–4016. <https://doi.org/10.55927/Eajmr.v4i8.334>
- Prasarry, Y. V., Sayoga, R. Y., Marsintauli, F., & Handayani, D. (2023). Investasi Digital Reksa Dana Dengan Model Unified Theory Acceptance And Use Of Technology (Utaut) Pada Generasi Y Dan Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 24(1). <https://doi.org/10.30596/jimb.v24i1.14451>
- Prasetyo, A., & Wardhani, A. M. N. (2022). Analisis Pengaruh Perceived Risk Dan Trust Terhadap Pengujian Behavioral Intention Mahasiswa Pengguna Gopay. *Exero : Journal Of Research In Business And Economics*, 5(1), 36–63. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5038>
- Ramadhina, N. A., Rubiyanti, N., & Mangruwa, R. D. (2025). The Influence Of Performance Expectancy, Effort Expectancy, And Social Influence On Use Behavior With Behavioral Intention As A Mediator (A Case Study Of Cash On Delivery (Cod) System Users In Marketplaces). *International Journal Of Social Science And Human Research*, 01.

<https://doi.org/10.47191/ijsshr/V8-I1-24>

- Riska, M., Khoiriyah, R., & Prihastoro, B. (2025). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Upaya, Kondisi Yang Memfasilitasi Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Investasi Ipot. *Islamic Economics And Finance Journal*, 3(2), 70–83. <https://doi.org/10.55657/Iefj.V3i2.145>
- Schretzlmaier, P., Hecker, A., & Ammenwerth, E. (2022). Extension Of The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 Model For Predicting Mhealth Acceptance Using Diabetes As An Example: A Cross-Sectional Validation Study. *Bmj Health And Care Informatics*, 29(1), 1–10. <https://doi.org/10.1136/Bmjhci-2022-100640>
- Setyahadi, A., Rasyid, Dewi, C., & Kusuma. (2019). The Influence Of Performace Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence And Perceived Risk On The Intention In Using Mobile Banking In The Millenial Generation In Indonesia. *E-Proceeding Of Management*, 6(2), 4590–4605.
- Sinaga, M., & Wijayanto, A. (2025). Assessing The Impact Of Social Influence, Perceived Risk, And Trust And Security On Fintech Application Usage Through The Mediating Role Of Behavioral Intention: Evidence From Gopay Users In Surabaya. *World Journal Of Advanced Research And Reviews*, 26(3), 2315–2326. <https://doi.org/10.30574/Wjarr.2025.26.3.2432>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta.
- Suyanto, M. A., Dewi, L. K. C., Dharmawan, D., Suhardi, D., & Ekasari, S. (2024). Analysis Of The Influence Of Behavior Intention, Technology Effort Expectancy And Digitalization Performance Expectancy On Behavior To Use Of Qris Users In Small Medium Enterprises Sector. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 57–63. <https://doi.org/10.60083/Jidt.V6i1.472>
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. *Mis Quarterly*, 36(1), 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information: Towar A Unified View. *Mis Quarterly*, 27(3), 425–478.

