

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Mayoritas responden penelitian untuk pengguna Bank Saqu di Yogyakarta adalah perempuan dengan dominasi generasi Z yang berusia 22-30 tahun. Sebagian besar responden memiliki pendidikan S1 dan bekerja sebagai karyawan swasta. Ini menunjukkan bahwa aplikasi ini menarik bagi kalangan muda berpendidikan tinggi yang aktif dalam dunia kerja.
2. Setiap item kuesioner telah memiliki validitas dan reliabilitas yang baik.
3. Ditemukan bahwa *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *perceived risk* (H1), tetapi berpengaruh terhadap *trust* (H2). *Effort expectancy* terbukti mempengaruhi *perceived risk* dan *trust* (H3 dan H4). *Social influence* juga memiliki pengaruh terhadap *perceived risk* dan *trust* (H5 dan H6). Selain itu, *perceived risk* dan *trust* masing-masing berpengaruh terhadap *behavioral intention* (H7 dan H8). *Perceived risk* tidak memediasi pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* (H9), sementara *trust* memediasi (H10). *Perceived risk* dan *trust* juga memediasi pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* (H11 dan H12). Terakhir, *perceived risk* dan *trust* memediasi pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* (H13 dan H14). Dengan

demikian, hipotesis H2 hingga H8 serta H10 hingga H14 diterima, sementara hipotesis H1 dan H9 ditolak.

4. *Trust* menjadi mediator penting dalam pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*. Selain itu, *perceived risk* dan *trust* juga berperan sebagai mediator dalam pengaruh *effort expectancy* dan *social influence* terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan Bank Saqu.
5. *Trust* juga merupakan variabel yang memiliki pengaruh langsung paling signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan Bank Saqu. Sedangkan efek mediasi *trust* terbesar berada pada pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention*. Dengan demikian, dalam penggunaan Bank Saqu, kepercayaan dan pengaruh sosial memiliki peran yang penting dalam membentuk niat perilaku pengguna.

5.2 Implikasi Bisnis / Manajerial

Hasil penelitian ini menyoroti pentingnya kepercayaan pengguna serta pengaruh lingkungan sosial dalam menggunakan aplikasi Bank Saqu. Meskipun tidak ditemukan bukti bahwa *performance expectancy* (harapan kinerja) secara langsung mempengaruhi persepsi risiko pengguna, temuan ini menunjukkan bahwa persepsi risiko dan kepercayaan pengguna tetap menjadi faktor signifikan dalam memengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi Bank Saqu. Oleh karena itu, manajer Bank Saqu diharapkan untuk memelihara dan memperkuat kepercayaan pengguna dengan cara menyediakan fitur yang aman dan diandalkan dalam mengelola keuangan. Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh *social influence* (pengaruh sosial) terhadap *behavioral*

intention (niat perilaku). Ini menunjukkan bahwa faktor sosial, seperti saran dari teman, rekan kerja, dan rekomendasi dari perusahaan, memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku pengguna. Dengan demikian, manajer Bank Saqu perlu memperhatikan faktor-faktor sosial ini untuk meningkatkan kepercayaan pengguna. Saran dan rekomendasi dari individu atau instansi yang dipercaya dapat meningkatkan loyalitas pengguna terhadap aplikasi, karena pengguna cenderung lebih memercayai dan mengikuti rekomendasi dari sumber yang mereka anggap kredibel.

Dalam persaingan yang semakin ketat di industri perbankan digital, memperhatikan aspek keamanan dan privasi menjadi sangat penting. Meskipun *performance expectancy* tidak langsung mempengaruhi persepsi risiko pengguna, Bank Saqu harus tetap aktif dalam mengelola faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Manajer Bank Saqu dapat menyelenggarakan berbagai bentuk edukasi, seperti webinar, seminar, atau workshop, yang fokus pada cara penggunaan aplikasi dengan aman. Selain itu, menyediakan informasi yang jelas dan transparan mengenai langkah-langkah keamanan yang diterapkan oleh Bank Saqu, seperti enkripsi data dan autentikasi dua faktor, akan membantu pengguna merasa lebih terlindungi. Sosialisasi mengenai kelebihan aplikasi, seperti fitur-fitur yang memudahkan transaksi dan manajemen keuangan, juga penting untuk menarik minat dan meningkatkan adopsi aplikasi. Pengguna yang memahami manfaat dan merasa aman menggunakan aplikasi akan cenderung lebih loyal dan aktif dalam menggunakan layanan Bank Saqu. Dengan pendekatan ini, Bank Saqu tidak hanya dapat memenuhi harapan

pengguna tetapi juga memberikan pengalaman perbankan digital yang aman dan terpercaya, sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan pentingnya kepercayaan dan pengaruh sosial dalam adopsi teknologi finansial.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis:

1. Keterbatasan dalam Pemilihan Responden: Dikarenakan aplikasi Bank Saqu masih tergolong baru, data awal penelitian ini diperoleh dari 68,3% karyawan PT. Astra Sedaya Digital (Berijalan), yang dimana satu *holding* dengan Astra Financial yang meluncurkan Bank Saqu. Hal ini dapat menyebabkan sampel yang diperoleh tidak sepenuhnya mewakili keseluruhan pengguna Bank Saqu secara umum, karena mayoritas responden berasal dari satu instansi yang memiliki keterkaitan dengan instansi yang meluncurkan aplikasi tersebut.
2. Batasan pada Populasi Generasi Z: Penelitian ini memiliki batasan pada populasi generasi Z, yang merupakan generasi yang lebih muda dan lebih terbiasa dengan teknologi. Hal ini dapat membatasi generalisasi hasil penelitian terhadap populasi pengguna yang lebih luas, terutama bagi mereka yang bukan bagian dari generasi Z.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian dan juga keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka berikut saran penelitian yang dapat diberikan penulis:

1. Untuk mengatasi keterbatasan sampel yang didominasi karyawan Astra Sedaya Digital (68,3%), perlu dilakukan perluasan jangkauan pengumpulan data dengan menjangkau populasi pengguna Bank Saqu yang lebih luas dan beragam. Langkah ini dapat dilakukan dengan memperluas jangkauan penyebaran kuesioner ke berbagai sektor dan kelompok masyarakat yang menggunakan aplikasi Bank Saqu.
2. Populasi penelitian ini terbatas pada generasi Z sehingga dapat membatasi generalisasi temuan penelitian terhadap segmen pengguna lainnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan generasi Y (*millennials*) atau bahkan generasi X. Ini akan memberikan wawasan yang lebih luas tentang preferensi dan perilaku pengguna dari berbagai kelompok usia, serta memperkaya pemahaman tentang niat perilaku dalam menggunakan aplikasi.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan teori UTAUT terbaru seperti UTAUT2 atau UTAUT3. Teori-teori tersebut menambahkan variabel baru seperti *habit*, *hedonic motivation*, *price value* dan yang lainnya. Variabel-variabel tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku pengguna dalam menggunakan suatu aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023). *Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir*. Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/26/transaksi-digital-banking-capai-rp51-kuadriliun-pada-agustus-2023>
- Al-Mamary, Y. H. S., Siddiqui, M. A., Abdalraheem, S. G., Jazim, F., Abdulrab, M., Rashed, R. Q., Alquhaif, A. S., & Aliyu Alhaji, A. (2023). Factors impacting Saudi students' intention to adopt learning management systems using the TPB and UTAUT integrated model. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-04-2022-0068>
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, 62(June). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Al Halbusi, H., Al-Sulaiti, K., Abdelfattah, F., Ahmad, A. B., & Hassan, S. (2024). Understanding consumers' adoption of e-pharmacy in Qatar: applying the unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2023-0042>
- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240>
- Almarashdeh, I., Aldhmour, K., Aljamaeen, R., Alsmadi, M., & Jaradat, G. (2019). The effect of perceived trust in technology, trust in the bank and perceived risk on customer adoption of mobile banking. *2019 International Conference on Internet of Things, Embedded Systems and Communications, IINTEC 2019 - Proceedings*, 118–123. <https://doi.org/10.1109/IINTEC48298.2019.9112107>
- Almashhadani, I. S., Abuhashesh, M., Bany Mohammad, A., Masa'deh, R., & Al-Khasawneh, M. (2023). Exploring the determinants of FinTech adoption and intention to use in Jordan: The impact of COVID-19. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2256536>
- Alsmadi, D., Halawani, M., Prybutok, V., & Al-Smadi, R. (2022). Intention, trust and risks as core determinants of cloud computing usage behavior. *Journal of Systems and Information Technology*, 24(3), 178–201. <https://doi.org/10.1108/JSIT-09-2020-0180>
- Amaral, M. A. L., & Watu, E. G. C. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Trust terhadap Niat Berkelanjutan menggunakan Fdas pada Masa Pandemi Covid-19. *Sebatik*, 25(2). <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i2.1510>
- An, X., Chai, C. S., Li, Y., Zhou, Y., Shen, X., Zheng, C., & Chen, M. (2023). Modeling English teachers' behavioral intention to use artificial intelligence in middle schools. *Education and Information Technologies*, 28(5), 5187–5208. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11286-z>
- Anisa, F., & Ananda, F. (2019). Pengaruh Performance Expectancy Terhadap

- Minat Implementasi Sistem Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) di Pemkot Padang. *Jurnal Benefita*, 1(1). <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i1.3858>
- Aranha, M., Shemie, J., James, K., Deasy, C., & Heavin, C. (2024). Behavioural intention of mobile health adoption: A study of older adults presenting to the emergency department. *Smart Health*, 31(November 2023), 100435. <https://doi.org/10.1016/j.smhl.2023.100435>
- Ardiyanto, F. (2020). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Dan Facilitating Conditions Terhadap Use Behavior Melalui Behavioral Intention. *E-Proceeding of Management*.
- Asyari, A., Hoque, M. E., Susanto, P., Begum, H., Awaluddin, A., Marwan, M., & Mamun, A. Al. (2024). Online cash waqf behavioral intention: the role of knowledge of cash waqf and trust. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2023-0224>
- Awwad, M. S., & Al-Majali, S. M. (2015). Electronic library services acceptance and use: An empirical validation of unified theory of acceptance and use of technology. *Electronic Library*, 33(6), 1100–1120. <https://doi.org/10.1108/EL-03-2014-0057>
- Badan Pusat Statistik. (2021a). Hasil Sensus Penduduk (SP2020). In *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk--sp2020--pada-september-2020-mencatat-jumlah-penduduk-sebesar-270-20-juta-jiwa-.html>
- Badan Pusat Statistik. (2021b). *Jumlah dan Distribusi Penduduk Yogyakarta 2020*. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/15/0>
- Bajunaied, K., Hussin, N., & Kamarudin, S. (2023). Behavioral intention to adopt FinTech services: An extension of unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100010. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100010>
- Bank Indonesia. (2022). *Pandemi Pendorong Digitalisasi*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Pandemi-Pendorong-Digitalisasi.aspx>
- Basuki, R., Tarigan, Z. J. H., Siagian, H., Limanta, L. S., Setiawan, D., & Mochtar, J. (2022). The effects of perceived ease of use, usefulness, enjoyment and intention to use online platforms on behavioral intention in online movie watching during the pandemic era. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 253–262. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.003>
- Bhimasta, R. A., & Suprpto, B. (2016). An empirical investigation of student adoption model toward mobile e-textbook: UTAUT2 and TTF Model. *ACM International Conference Proceeding Series, November 2016*, 167–173. <https://doi.org/10.1145/3018009.3018046>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). Wiley.
- Bungang, R. D. (2020). The Effect of Perceived Risk and Trust Toward. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 1–20.
- Cahya, H. M. (2022). Pengaruh Social Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen Di Media Sosial. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(4). <https://doi.org/10.46799/jst.v3i4.550>

- Chan, W. M., & Lee, J. W. C. (2021). 5G Connected Autonomous Vehicle Acceptance: the Mediating Effect of Trust in the Technology Acceptance Model. *Asian Journal of Business Research*, 11(1), 40–60. <https://doi.org/10.14707/ajbr.210098>
- Chang, H. H., Fu, C. S., & Jain, H. T. (2016). Modifying UTAUT and innovation diffusion theory to reveal online shopping behavior: Familiarity and perceived risk as mediators. *Information Development*, 32(5), 1757–1773. <https://doi.org/10.1177/0266666915623317>
- Chao, C. M. (2019). Factors determining the behavioral intention to use mobile learning: An application and extension of the UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 10(JULY), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01652>
- Chaveesuk, S., Khalid, B., Bsoul-Kopowska, M., Rostanska, E., & Chaiyasoonthorn, W. (2022). Comparative analysis of variables that influence behavioral intention to use MOOCs. *PLoS ONE*, 17(4 April), 1–26. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262037>
- Chen, H., Zhao, J., Lu, L., & Pai, C. K. (2024). A comparative study between the US and China to explore users' intention to continue using mobile payments based on valence theory. *Current Psychology*, 43(17), 15843–15858. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-05499-9>
- Chen, L., Jia, J., & Wu, C. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use contactless financial services in the banking industry: An application and extension of UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 14(March). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1096709>
- Cheung, G. W., & Lau, R. S. (2008). Testing Mediation and Suppression Effects of Latent Variables Bootstrapping With Structural Equation Models. *Organizational Research Methods*, 11(852), 1–30.
- Darmawan, M. R. (2022). Pengaruh Sosial, Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Metode Pembayaran Cashless pada Transaksi di Hotel. 8.5.2017, 7787.
- Data.ai. (2024). *Digital Banking Active User*.
- Dawood, H. M., Liew, C. Y., & Lau, T. C. (2022). Mobile perceived trust mediation on the intention and adoption of FinTech innovations using mobile technology: A systematic literature review. *F1000Research*, 10, 1252. <https://doi.org/10.12688/f1000research.74656.1>
- Dewi, Herlina, M. G., & Boetar, A. E. M. B. (2022). The effect of social media marketing on purchase intention in fashion industry. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.002>
- Diah Rahmatu, Z. (2022). Perilaku Peminjaman Online (Gajian Dulu) Pada Karyawan Di Pt. Safe And Secure Guarding. *Jurnal Sosial Sains*, 2(9). <https://doi.org/10.36418/jurnalsosains.v2i9.482>
- Edo, O. C., Ang, D., Etu, E. E., Tenebe, I., Edo, S., & Diekola, O. A. (2023). Why do healthcare workers adopt digital health technologies - A cross-sectional study integrating the TAM and UTAUT model in a developing economy. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 100186. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2023.100186>
- Fintech News Singapore. (2024). *WeLab's Bank Saqu Onboards 300K Users in*

- Indonesia Within 2 Months of Launch*. Fintechnews.Sg. <https://fintechnews.sg/84390/indonesia/welabs-bank-saqu-onboards-300k-users-in-indonesia-within-2-months-of-launch/>
- Gil-Cordero, E., Ledesma-Chaves, P., Arteaga Sánchez, R., & Mariano, A. M. (2024). Crypto-wallets revolution! Key factors driving behavioral intention to adopt the Coinbase Wallet using mixed PLS-SEM/fsQCA methodology in the Spanish environment. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2023-0035>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Model (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS* (Abiratno, S. Nurdiyanti, & A. D. Raksanagara (eds.)). PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hanif, M. S., Wang, M., Mumtaz, M. U., Ahmed, Z., & Zaki, W. (2022). What attracts me or prevents me from mobile shopping? An adapted UTAUT2 model empirical research on behavioral intentions of aspirant young consumers in Pakistan. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(5), 1031–1059. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2020-0659>
- Hasti, A., & Syam, A. (2023). Adopsi Cashless Payment System pada Industri Kuliner di Kota Makassar: Pendekatan UTAUT Model. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 20(3), 241–249. <https://doi.org/10.37476/akmen.v20i3.4336>
- Hidayat-Ur-Rehman, I., Alzahrani, S., Rehman, M. Z., & Akhter, F. (2022). Determining the factors of m-wallets adoption. A twofold SEM-ANN approach. *PLoS ONE*, 17(1 January), 1–24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262954>
- Hofstede Insights. (2024). *Country comparison tool: Indonesia vs Thailand*. Hofstede Insights. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=indonesia%2Cthailand>
- Hooda, A., Gupta, P., Jeyaraj, A., Giannakis, M., & Dwivedi, Y. K. (2022). The effects of trust on behavioral intention and use behavior within e-government contexts. *International Journal of Information Management*, 67(May), 102553. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102553>
- Hu, X., Chen, X., & Davidson, R. (2019). Social Support, Source Credibility, Social Influence, and Impulsive Purchase Behavior in Social Commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 23(3), 297–327. <https://doi.org/10.1080/10864415.2019.1619905>
- Hubert, M., Blut, M., Brock, C., Zhang, R. W., Koch, V., & Riedl, R. (2019). The influence of acceptance and adoption drivers on smart home usage. *European Journal of Marketing*, 53(6), 1073–1098. <https://doi.org/10.1108/EJM-12->

2016-0794

- Humida, T., Al Mamun, M. H., & Keikhosrokiani, P. (2022). Predicting behavioral intention to use e-learning system: A case-study in Begum Rokeya University, Rangpur, Bangladesh. *Education and Information Technologies*, 27(2), 2241–2265. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10707-9>
- Johan, S. (2021). Determinants of Corporate Social Responsibility Provision. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 891–899. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.891>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert Scale: Explored and Explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/bjast/2015/14975>
- Kaur, S., & Arora, S. (2021). Role of perceived risk in online banking and its impact on behavioral intention: trust as a moderator. *Journal of Asia Business Studies*, 15(1), 1–30. <https://doi.org/10.1108/JABS-08-2019-0252>
- Kesharwani, A., & Bisht, S. S. (2012). The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India: An extension of technology acceptance model. *International Journal of Bank Marketing*, 30(4), 303–322. <https://doi.org/10.1108/02652321211236923>
- Khalilah, N. S., & Indrawati. (2020). Analyzing Factors Influencing Continuance Intention of E-Payment Adoption Using Modified UTAUT 2 Model on Sakuku Application. *The International Journal of Business & Management*, 8(1), 264–272. <https://doi.org/10.24940/theijbm/2020/v8/i1/bm2001-065>
- Knoll, L. J., Magis-Weinberg, L., Speekenbrink, M., & Blakemore, S. J. (2015). Social Influence on Risk Perception During Adolescence. *Psychological Science*, 26(5), 583–592. <https://doi.org/10.1177/0956797615569578>
- Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of E-Collaboration*, 11(4), 1–10. <https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101>
- Koenig-Lewis, N., Palmer, A., & Moll, A. (2010). Predicting young consumers' take up of mobile banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 410–432. <https://doi.org/10.1108/02652321011064917>
- Kolog, E. A., Sutinen, E., Suhonen, J., Anohah, E., & Vanhalakka-Ruoho, M. (2015). Towards students' behavioral intention to adopt and use e-counseling: An empirical approach of using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology model. *IEEE AFRICON Conference, 2015-Novem*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/AFRCON.2015.7331926>
- Lachowicz, M. J., Preacher, K. J., & Kelley, K. (2018). A novel measure of effect size for mediation analysis. *Psychological Methods*, 23(2), 244–261. <https://doi.org/10.1037/met0000165>
- Laksana, R. D., Shaferi, I., & Naznii, H. (2023). *The Effect of Operational Risks for Digital Banking Services at Banks*. 14(2). <https://doi.org/10.18196/mb.v14i2.19302>
- Lăzăroi, G., Neguriță, O., Grecu, I., Grecu, G., & Mitran, P. C. (2020). Consumers' Decision-Making Process on Social Commerce Platforms: Online Trust, Perceived Risk, and Purchase Intentions. *Frontiers in Psychology*, 11(May), 1–7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00890>

- Leong, C. M., Loi, A. M. W., & Woon, S. (2022). The influence of social media eWOM information on purchase intention. *Journal of Marketing Analytics*, 10(2). <https://doi.org/10.1057/s41270-021-00132-9>
- Li, W. (2024). A Study on Factors Influencing Designers' Behavioral Intention in Using AI-Generated Content for Assisted Design: Perceived Anxiety, Perceived Risk, and UTAUT. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2310354>
- Lumban Gaol, J. R. (2021). Pengaruh Effort Expectancy, Pengetahuan Produk Dan Tpb Terhadap Niat Beli Bibit Di Kecamatan Selesai. *MAHATANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, 4(1). <https://doi.org/10.52434/mja.v4i1.1249>
- Madir, J. (2019). FinTech: Law and Regulation. In *FinTech: Law and Regulation*. Edward Elgar Publishing Ltd. <https://doi.org/10.4337/9781800375956>
- Marciano, L. L., Chandra, M. J., & Iskandar, V. (2023). Analisis Penerapan Model UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) terhadap Minat Beli pada Sayurbox. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(2). <https://doi.org/10.9744/jmp.8.2.80-91>
- Mer, A., & Viridi, A. S. (2023). Modeling Millennials' Adoption Intentions of E-banking: Extending UTAUT with Perceived Risk and Trust. *FIIB Business Review*, 12(4), 425–438. <https://doi.org/10.1177/23197145211052614>
- Mohammed, A., & Al-Swidi, A. (2019). The influence of CSR on perceived value, social media and loyalty in the hotel industry. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(3). <https://doi.org/10.1108/SJME-06-2019-0029>
- Namahoot, K. S., & Jantasri, V. (2023). Integration of UTAUT model in Thailand cashless payment system adoption: the mediating role of perceived risk and trust. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(4), 634–658. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2020-0102>
- Namahoot, K. S., & Laohavichien, T. (2018). Assessing the intentions to use internet banking: The role of perceived risk and trust as mediating factors. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 256–276. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0159>
- Nazir, M. U., Yasin, I., & Tat, H. H. (2021). Destination image's mediating role between perceived risks, perceived constraints, and behavioral intention. *Heliyon*, 7(7), e07613. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07613>
- Negm, E. M. (2023). Consumers' acceptance intentions regarding e-payments: a focus on the extended unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2). *Management & Sustainability: An Arab Review*. <https://doi.org/10.1108/msar-04-2023-0022>
- Nikolopoulou, K., Gialamas, V., & Lavidas, K. (2021). Habit, hedonic motivation, performance expectancy and technological pedagogical knowledge affect teachers' intention to use mobile internet. *Computers and Education Open*, 2(March), 100041. <https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100041>
- Nurhalimah, N. (2021). Pengaruh Social Influence Terhadap Behavioral Intention Penggunaan Marketplace Pada UMKM Di Kota Bandung. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (Dimensi)*, 1(1). <https://doi.org/10.32897/dimensi.v1i1.771>

- Ogbeibu, S., Jabbour, C. J. C., Gaskin, J., Senadjki, A., & Hughes, M. (2021). Leveraging STARA competencies and green creativity to boost green organisational innovative evidence: A praxis for sustainable development. *Business Strategy and the Environment*, 30(5), 2421–2440. <https://doi.org/10.1002/bse.2754>
- Ong, M. H. A., Yusri, M. Y., & Ibrahim, N. S. (2023). Use and behavioural intention using digital payment systems among rural residents: Extending the UTAUT-2 model. *Technology in Society*, 74(December 2022), 102305. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102305>
- Ors Ozdil, S., & Kutlu, O. (2019). Investigation of the Mediator Variable Effect Using BK, Sobel and Bootstrap Methods (Mathematical Literacy Case). *International Journal of Progressive Education*, 15(2), 30–43. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2019.189.3>
- Pangestu, M. G. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(1). <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.1.23>
- Penney, E. K., Agyei, J., Boadi, E. K., Abrokwah, E., & Ofori-Boafo, R. (2021). Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/21582440211023188>
- Populix. (2022). Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps. In *Populix*. <https://info.populix.co/report/digital-banking-survey/>
- Prabowo, R. S. H., & Widodo, T. (2021). Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Mobile Payment Jenius (Studi Kasus Di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 8(5).
- Prasetyaningrum, E., & Hilaliyah, S. A. (2022). Analisis Perilaku Adopsi Digital Marketing Pada UMKM Menggunakan Model UTAUT3 di Era New Normal. *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)*, 3(2). <https://doi.org/10.37859/coscitech.v3i2.3955>
- Prasetyo, A., Melinda, A., & Wardhani, N. (2022). Analisis Pengaruh Perceived Risk dan Trust terhadap Pengujian Behavioral Intention Mahasiswa Pengguna GoPay Pendahuluan Pandemi virus COVID 19 bermula pada tanggal 12 Maret 2020 , World Health Organization (WHO) menetapkan virus ini penyebarannya sangat. 5(1), 36–64.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36(4), 717–731.
- Putri, R. R. S., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Penggunaan Teknologi Marketplace dengan Attitude sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 708–722. <https://doi.org/10.26905/jtmi.v7i1.5942>
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alghizzawi, M., & Alnaser, F. M. (2019). Integration of UTAUT model in internet banking adoption context: The

- mediating role of performance expectancy and effort expectancy. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 411–435. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0032>
- Raj, V. A., Jasrotia, S. S., & Rai, S. S. (2024). Role of perceived risks and perceived benefits on consumers behavioural intention to use Buy-Now, Pay-Later (BNPL) services. *Journal of Facilities Management*. <https://doi.org/10.1108/JFM-01-2023-0004>
- Samarasekara, L., Tanaraj, K., Rajespari, K., Sundarasan, S., & Rajagopalan, U. (2023). Unlocking the Key Drivers of FinTech Adoption: The Mediating Role of Trust Among Malaysians. *Migration Letters*, 20(3), 505–521. <https://doi.org/10.47059/ml.v20i3.2934>
- Saputri, M. E. (2022). Pengaruh Performance Expectation, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost pada Minat menggunakan Mobile Payment di Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 21(1). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2022.21.1.2>
- Septia Pratiwi, D., & Kadek Dwi Nuryana, I. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital DANA. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 02(04).
- Shaikh, A. A., Glavee-Geo, R., & Karjaluoto, H. (2018). How relevant are risk perceptions, effort, and performance expectancy in mobile banking adoption? *International Journal of E-Business Research*, 14(2), 39–60. <https://doi.org/10.4018/IJEER.2018040103>
- Srivastava, S., Mohta, A., & Shunmugasundaram, V. (2024). Adoption of digital payment FinTech service by Gen Y and Gen Z users: evidence from India. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 26(1), 95–117. <https://doi.org/10.1108/DPRG-07-2023-0110>
- Suebtimrat, P., & Vonguai, R. (2021). An Investigation of Behavioral Intention Towards QR Code Payment in Bangkok, Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 939–950. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.939>
- Sutticherchart, J., & Rakthin, S. (2023). Determinants of digital wallet adoption and super app: A review and research model. *Management and Marketing*, 18(3), 270–289. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2023-0015>
- Tien, N. D. (2023). The Development of Digital Banking: A Case Study of Vietnam. In *Smart Analytics, Artificial Intelligence and Sustainable Performance Management in a Global Digitalised Economy* (Vol. 110, pp. 103–128). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1569-37592023000110A006>
- Tsou, H. T., Chen, J. S., Chou, C. Y., & Chen, T. W. (2019). Sharing economy service experience and its effects on behavioral intention. *Sustainability (Switzerland)*, 11(18), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su11185050>
- Turner, A. (2015). Generation Z : Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3),

- 425–478. <https://doi.org/doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Veronica, V., & Rodhiah, R. (2021). Pengaruh Privacy, Social Influence Terhadap Online Purchase Intention: Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.9657>
- Wei, X., Peng, X., & Prybutok, V. (2024). Consumer Behavioral Intention of Adopting Emerging Healthcare Technology. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 888–898. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3140952>
- Wibhisono, I. G. L. A. K., & Salamah, U. (2022). Examining Perceived Risk and Behavioral Intention in the Context of COVID-19 Pandemic. *Jurnal ASPIKOM*, 7(2), 218. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v7i2.1103>
- Wibowo, A. H., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2019). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention dalam Implementasi Aplikasi SIMPG PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya. *Jurnal Pembangunan Perkotaan*, 3(9).
- Widyanto, A., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Hedonic Motivation, Price Value Terhadap Purchase Intention Pada Shopee.co.id. *EProceedings of Management*, 8(2).
- Wijayanti, R. F., Budiarti, L., & Nurfauziah, S. (2021). Pengaruh Perceived Risk Terhadap Minat Pembelian Online. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 15(2).
- Yeop, M. A., Yaakob, M. F. M., Wong, K. T., Don, Y., & Zain, F. M. (2019). Implementation of ICT policy (blended learning approach): Investigating factors of behavioural intention and use behaviour. *International Journal of Instruction*, 12(1), 767–782. <https://doi.org/10.29333/iji.2019.12149a>
- Zhao, L., Xu, Y., & Xu, X. (2023). The effects of trust and platform innovation characteristics on consumer behaviors in social commerce: A social influence perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 60(May). <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101284>



LAMPIRAN 1 :
KUESIONER PENELITIAN
(GOOGLE FORM)

Faktor-faktor yang Memengaruhi Behavioral Intention Penggunaan Bank Saqu di Yogyakarta: Kuesioner Penelitian

Kepada Yth. Responden,

Salam sejahtera,

Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan dan waktu Anda untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini.

Saya, Jhosua Marchellino Jhoes Matindas, mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tesis saya dengan judul "**Faktor-Faktor yang memengaruhi Behavioral Intention penggunaan Bank Saqu di Yogyakarta**".

Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian tersebut. Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam kuesioner ini. Saya mengharapkan Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur, lengkap, dan tanpa dipengaruhi oleh siapapun. Informasi yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Mohon luangkan waktu Anda untuk membaca dan memahami setiap pertanyaan dengan seksama sebelum memberikan jawaban. Saya sangat menghargai partisipasi dan bantuan Anda dalam penelitian ini.

Terima kasih atas waktu dan perhatian Anda.

Hormat saya,
Jhosua Marchellino Jhoes Matindas

** Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi*

Langsung ke pertanyaan 1 *Langsung ke pertanyaan 1*

Pertanyaan Filtering 1

1. Apakah Anda berusia antara 18 sampai 30 tahun? *

Tandai satu oval saja.

- Ya
 Tidak

Pertanyaan Filtering 2

2. Apakah Anda pernah menggunakan aplikasi Bank Saqu? *

Tandai satu oval saja.

- Ya *Langsung ke pertanyaan 4*
 Tidak

Pertanyaan Filtering 3

3. Apakah Anda berdomisili di Yogyakarta? *

Tandai satu oval saja.

- Ya *Langsung ke pertanyaan 4*
 Tidak

Identitas Responden**4. Jenis Kelamin ***

Tandai satu oval saja.

- Laki-laki
 Perempuan

5. Usia (contoh: 20) *

6. Pendidikan Terakhir *

Tandai satu oval saja.

- SD
 SMP
 SMA
 S1
 S2

7. Pekerjaan *

Tandai satu oval saja.

- Pelajar/Mahasiswa
 Wiraswasta
 Karyawan Swasta
 PNS
 Yang lain: _____

Daftar Pernyataan Kuesioner Bagian 1

Berikut adalah penjelasan mengenai skala respons dalam kuesioner ini:

- 1 (paling kiri/atas) : Sangat Tidak Setuju
2 (kedua dari kiri/atas) : Tidak Setuju
3 (ketiga dari kiri/atas) : Netral
4 (kedua dari kanan/bawah) : Setuju
5 (paling kanan/bawah) : Sangat Setuju

8. Saya akan terus menggunakan Bank Saqu dalam kehidupan sehari-hari saya. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sanç Sangat Setuju

9. Saya tertarik untuk terus menggunakan Bank Saqu di masa depan. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sanç Sangat Setuju

10. Saya berencana untuk terus menggunakan Bank Saqu di masa depan. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sanç Sangat Setuju

11. Saya merasa Bank Saqu bermanfaat dalam aktivitas pengelolaan keuangan harian saya. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sanç Sangat Setuju

12. Bank Saqu dapat membantu saya menyelesaikan aktivitas keuangan dengan lebih cepat. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sanç Sangat Setuju

13. Menggunakan Bank Saqu dapat meningkatkan produktivitas saya dalam transaksi keuangan. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sanç Sangat Setuju

14. Saya merasa Bank Saqu mudah untuk digunakan. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Setuju

15. Saya merasa Bank Saqu memberikan informasi keuangan dengan jelas. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Setuju

16. Saya merasa aplikasi Bank Saqu mudah dipelajari. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Setuju

17. Ada kemungkinan saya akan menggunakan Bank Saqu, jika rekan kerja saya merekomendasikannya. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Setuju

18. Saya cenderung menggunakan Bank Saqu ketika orang seusia saya juga menggunakannya. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Setuju

19. Saya akan menggunakan Bank Saqu jika perusahaan saya menganjurkannya. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Setuju

Daftar Pernyataan Kuesioner Bagian 2 (Akhir)

Berikut adalah penjelasan mengenai skala respons dalam kuesioner ini:

- 1 (paling kiri/atas) : Sangat Tidak Setuju
- 2 (kedua dari kiri/atas) : Tidak Setuju
- 3 (ketiga dari kiri/atas) : Netral
- 4 (kedua dari kanan/bawah) : Setuju
- 5 (paling kanan/bawah) : Sangat Setuju

20. Menggunakan Bank Saqu akan menimbulkan adanya risiko keuangan. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

21. Pendaftaran dan penggunaan Bank Saqu menimbulkan adanya risiko kebocoran informasi pribadi saya. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

22. Ketika saya menggunakan Bank Saqu ada risiko rekening saya disalahgunakan orang lain. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

23. Saya percaya Bank Saqu dapat diandalkan dalam mengelola keuangan. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

24. Saya percaya bahwa Bank Saqu aman untuk digunakan. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

25. Saya yakin Bank Saqu dapat dipercaya. *

Tandai satu oval saja.

1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju



LAMPIRAN 2 :

HASIL OLAH DATA

SMART PLS 3

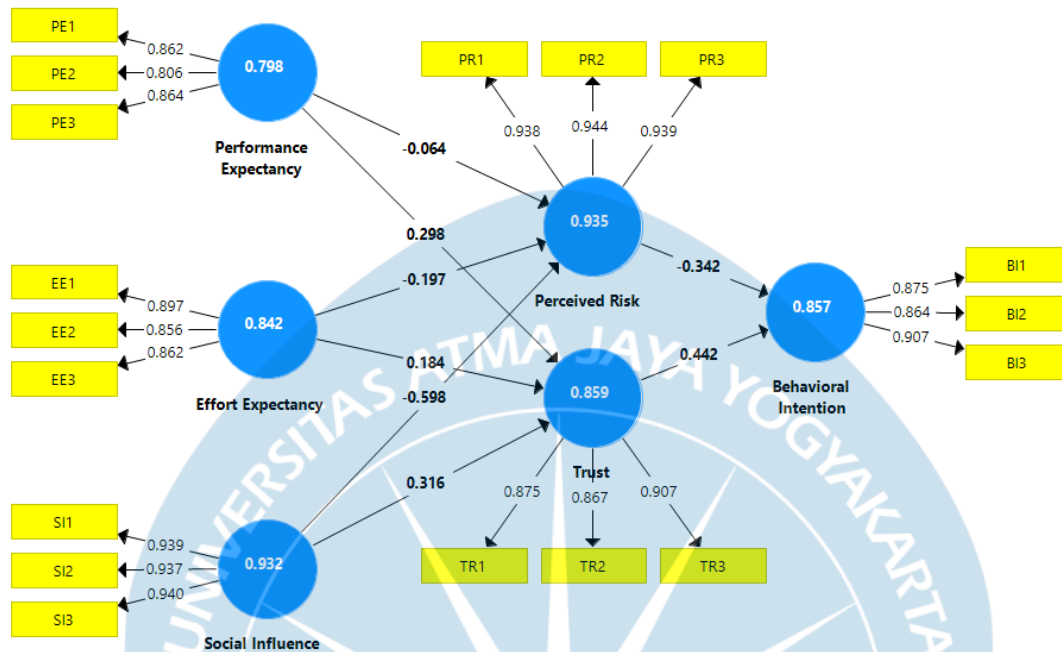
MV Descriptives

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation	Number of Observations Used
BI1	3,528	4,000	1,000	5,000	1,262	180,000
BI2	3,550	4,000	1,000	5,000	1,334	180,000
BI3	3,589	4,000	1,000	5,000	1,369	180,000
EE1	3,644	4,000	1,000	5,000	1,228	180,000
EE2	3,522	4,000	1,000	5,000	1,204	180,000
EE3	3,689	4,000	1,000	5,000	1,208	180,000
PE1	3,572	4,000	1,000	5,000	1,282	180,000
PE2	3,533	4,000	1,000	5,000	1,171	180,000
PE3	3,611	4,000	1,000	5,000	1,244	180,000
PR1	2,539	2,000	1,000	5,000	1,147	180,000
PR2	2,578	2,000	1,000	5,000	1,225	180,000
PR3	2,472	2,000	1,000	5,000	1,166	180,000
SI1	3,583	4,000	1,000	5,000	1,233	180,000
SI2	3,656	4,000	1,000	5,000	1,142	180,000
SI3	3,611	4,000	1,000	5,000	1,236	180,000
TR1	3,583	4,000	1,000	5,000	1,130	180,000
TR2	3,522	4,000	1,000	5,000	1,181	180,000
TR3	3,444	4,000	1,000	5,000	1,203	180,000

Inner VIF Values

	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Perceived Risk	Performance Expectancy	Social Influence	Trust
Behavioral Intention						
Effort Expectancy			1,611			1,611
Perceived Risk	1,648					
Performance Expectancy			1,928			1,928
Social Influence			1,946			1,946
Trust	1,648					

Structural Model



Outer Loadings

	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Perceived Risk	Performance Expectancy	Social Influence	Trust
BI1	0,875					
BI2	0,864					
BI3	0,907					
EE1		0,897				
EE2		0,856				
EE3		0,862				
PE1				0,862		
PE2				0,806		
PE3				0,864		
PR1			0,938			
PR2			0,944			
PR3			0,939			
SI1					0,939	
SI2					0,937	
SI3					0,940	
TR1						0,875
TR2						0,867
TR3						0,907

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Behavioral Intention	0,503	0,497
Perceived Risk	0,597	0,590
Trust	0,473	0,464

F Square

	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Perceived Risk	Performance Expectancy	Social Influence	Trust
Behavioral Intention						
Effort Expectancy			0,060			0,040
Perceived Risk	0,143					
Performance Expectancy			0,005			0,087
Social Influence			0,457			0,098
Trust	0,239					

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Behavioral Intention	0,857	0,913	0,778
Effort Expectancy	0,842	0,905	0,760
Perceived Risk	0,935	0,958	0,885
Performance Expectancy	0,798	0,881	0,713
Social Influence	0,932	0,957	0,881
Trust	0,859	0,914	0,780

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	Behavioral Intention	Effort Expectancy	Perceived Risk	Performance Expectancy	Social Influence	Trust
Behavioral Intention						
Effort Expectancy	0,756					
Perceived Risk	0,690	0,637				
Performance Expectancy	0,778	0,679	0,651			
Social Influence	0,721	0,635	0,804	0,757		
Trust	0,761	0,618	0,698	0,733	0,685	

Total Q Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Behavioral Intention	540,000	334,443	0,381
Effort Expectancy	540,000	540,000	
Perceived Risk	540,000	263,007	0,513
Performance Expectancy	540,000	540,000	
Social Influence	540,000	540,000	
Trust	540,000	347,573	0,356

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
EE -> PR	-0,197	-0,197	0,068	2,890	0,004
EE -> TR	0,184	0,188	0,072	2,556	0,011
PE -> PR	-0,064	-0,063	0,070	0,908	0,364
PE -> TR	0,298	0,296	0,082	3,644	0,000
PR -> BI	-0,342	-0,341	0,081	4,232	0,000
SI -> PR	-0,598	-0,601	0,075	7,986	0,000
SI -> TR	0,316	0,316	0,082	3,838	0,000
TR -> BI	0,442	0,446	0,079	5,606	0,000

Specific Indirect Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
EE -> PR -> BI	0,067	0,068	0,031	2,152	0,032
PE -> PR -> BI	0,022	0,023	0,026	0,824	0,410
SI -> PR -> BI	0,205	0,203	0,048	4,310	0,000
EE -> TR -> BI	0,081	0,085	0,038	2,166	0,031
PE -> TR -> BI	0,132	0,133	0,048	2,718	0,007
SI -> TR -> BI	0,140	0,140	0,043	3,275	0,001



LAMPIRAN 3 :
DATA RESPONDEN

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	BI1	BI2	BI3	PE1	PE2	PE3	EE1	EE2	EE3	SI1	SI2	SI3	PR1	PR2	PR3	TR1	TR2	TR3
1	Perempuan	24	S1	Karyawan Swasta	2	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	5	5	5	3	2	2
2	Perempuan	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2	1	2	2	3	2	1	3	1	2	2	1	4	5	5	3	2	2
3	Perempuan	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	2	2	4	3	4
4	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	1	4	3	5
5	Laki-laki	21	S1	Karyawan Swasta	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	5	2	2	1	5	2	3
6	Perempuan	19	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	1	4	3	4	4	5	4	3	4	2	3	3	5	5	5
7	Laki-laki	19	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2	3	3	2	3	2	2	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2
8	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	5	3	5	4	4	5	3	4	4	5	3	3	3	2	2	4	4	5
9	Laki-laki	23	S1	Karyawan Swasta	3	2	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	2	3	2	2	2	2
10	Laki-laki	30	S1	Karyawan Swasta	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	2	3	2	3	4	4
11	Laki-laki	22	S1	Karyawan Swasta	4	5	3	5	5	4	4	2	4	3	3	4	1	1	2	5	5	5
12	Perempuan	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	4	2	4	5	4	5	3	2	4	1	1	1	4	4	4
13	Laki-laki	25	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4
14	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	2	1	5	5	4
15	Perempuan	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	5	4	4	4	4	5	5	4	5	1	2	2	3	2	2	5	5	4
16	Laki-laki	23	S1	Pelajar/Mahasiswa	3	4	2	3	3	3	2	3	3	5	4	5	3	2	2	5	4	5
17	Perempuan	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	1	1	2	4	4	4
18	Laki-laki	30	S1	Karyawan Swasta	4	3	5	2	4	2	4	5	3	4	5	4	2	2	2	5	5	4
19	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	2	2	4	3	5
20	Perempuan	26	S1	Karyawan Swasta	4	5	5	3	3	3	3	5	4	4	4	5	1	2	1	5	5	5

21	Perempuan	20	S1	Pelajar/Mahasiswa	5	1	5	2	2	2	5	4	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3
22	Laki-laki	24	S1	Pelajar/Mahasiswa	2	5	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	1	1	1	5	5	5
23	Laki-laki	23	S1	Karyawan Swasta	4	5	5	3	3	3	4	4	4	2	2	2	2	3	2	5	4	3
24	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	5	5	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	1	2	2	4	4	3
25	Laki-laki	25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	5	2	4	5	2	4	5	4	5	3	4	4	1	2	3	4	3	5
26	Perempuan	24	S1	Karyawan Swasta	5	5	1	4	5	5	5	3	5	3	3	4	2	2	1	3	2	1
27	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	1	2	2	2	5	4
28	Laki-laki	25	S1	Wiraswasta	3	5	5	1	2	1	3	4	4	5	5	5	2	3	3	4	2	3
29	Laki-laki	26	S1	Karyawan Swasta	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	3	3	2	2	2	2	2	2
30	Laki-laki	25	S1	Karyawan Swasta	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	2	1	4	4	5
31	Laki-laki	23	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	2	2	1	4	5	4
32	Laki-laki	18	S1	Pelajar/Mahasiswa	2	5	4	2	2	4	2	2	3	4	4	4	2	1	2	4	4	3
33	Perempuan	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3	5	3	3	3	4	3	2	3	5	5	5	2	2	1	5	5	5
34	Laki-laki	19	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3
35	Perempuan	23	SMA	Karyawan Swasta	4	5	5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	2	2	2	4	4	4
36	Perempuan	23	S1	Wiraswasta	5	5	5	4	4	2	5	5	5	3	4	3	1	2	2	1	2	3
37	Perempuan	22	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	5	3	5	1	1	1	5	3	5	3	3	3	4	5	5
38	Perempuan	25	S1	Karyawan Swasta	5	2	5	1	5	5	5	3	5	4	5	4	3	2	2	3	3	3
39	Perempuan	21	SMA	Karyawan Swasta	3	5	5	5	2	4	4	5	4	2	3	2	4	5	4	4	4	3
40	Perempuan	24	S1	Karyawan Swasta	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	4	1	1	1
41	Perempuan	20	SMA	Karyawan Swasta	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	2	2	4	4	4

42	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4
43	Perempuan	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	5	2	4	4	5	2	3	4	4	3	3	3	3	2	2
44	Perempuan	30	S1	Pelajar/Mahasiswa	3	2	2	3	2	2	3	2	4	3	3	2	4	5	5	2	1	1
45	Perempuan	24	S1	Wiraswasta	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	2	2	3	4	4	3
46	Perempuan	18	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2	5	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	2	3	4	4	4
47	Perempuan	23	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3	2	2	4	4	4	2	2	3	2	2	1	4	3	3	3	3	2
48	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	4	4	5	5	2	5	4	4	4	5	5	5	2	2	3	2	1	3
49	Laki-laki	25	S1	Wiraswasta	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4
50	Perempuan	28	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	1	3	4	3	4
51	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	2	2	2	5	5	4
52	Perempuan	26	SMA	Karyawan Swasta	3	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	2	2	2	5	5	5
53	Laki-laki	30	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	4	3	2	5	5	4	5	5	5	2	2	2	4	4	5
54	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	3	3	4	5	5
55	Perempuan	29	SMA	Karyawan Swasta	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	3	3	2	3	4	4
56	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	5	5	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3
57	Perempuan	24	S1	Pelajar/Mahasiswa	1	1	2	4	3	1	2	3	2	2	2	1	3	4	5	2	3	3
58	Laki-laki	28	S1	Karyawan Swasta	3	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	3	2	1	1	4	5	4
59	Laki-laki	30	S1	Karyawan Swasta	1	2	1	2	4	3	4	2	2	1	2	2	4	5	4	2	1	1
60	Laki-laki	29	S1	Karyawan Swasta	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	3	2	5	5	5	1	1	1
61	Laki-laki	25	S1	Karyawan Swasta	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	2	2	2	5	5	4
62	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	3	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	2	2	2	4	5	4

63	Laki-laki	25	SMA	Karyawan Swasta	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	2	2	4	4	5
64	Perempuan	20	SMA	Karyawan Swasta	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2	2	2	5	4	4
65	Perempuan	23	S1	Wiraswasta	3	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	2	3	3	5	4	4
66	Perempuan	22	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	4	3	5	2	2	2	4	3	4	3	3	3	4	2	2
67	Laki-laki	20	SMA	Wiraswasta	3	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	5	3	4	2	1	2	
68	Laki-laki	20	S1	Wiraswasta	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	2	2	3	5	4	4
69	Perempuan	22	S1	Wiraswasta	3	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4
70	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	2	2	2	5	5	4
71	Perempuan	25	SMA	Karyawan Swasta	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	1	1	1	4	4	4
72	Laki-laki	28	S1	Karyawan Swasta	5	5	3	4	4	5	3	5	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4
73	Laki-laki	29	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	4	4	4	4	1	4	5	5	5	1	1	1	5	3	5
74	Laki-laki	28	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	3	2	2	1	1	4	4	5	5	1	1	1	4	4	2
75	Perempuan	30	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	2	2	5	5	5
76	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	1	1	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	1	1	1	4	4	4
77	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	1	1	1	4	2	4
78	Laki-laki	29	S1	Karyawan Swasta	4	4	2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	2	2	2	2	4	4
79	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	2	2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	1	1	3	4	3
80	Perempuan	28	SMA	Karyawan Swasta	4	4	4	4	2	4	5	4	3	5	5	5	1	1	1	2	4	3
81	Laki-laki	26	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	4	4	2	5	5	5	4	4	4	2	2	2	4	4	5
82	Laki-laki	28	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	3	4	4	5	4	1	4	4	3	2	1	1	4	5	5
83	Laki-laki	30	S1	Karyawan Swasta	3	4	4	5	5	5	3	3	5	4	4	2	2	2	3	4	4	4

84	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	3	4	4	3	4	5	3	4	3	3	3	3	4	4	5	
85	Laki-laki	26	S1	Karyawan Swasta	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	4	4	5	2	2	1	
86	Laki-laki	26	S1	Karyawan Swasta	4	4	5	4	3	3	5	5	5	3	3	3	1	1	1	4	4	5	
87	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	3	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	3	2	4	5	5	
88	Laki-laki	25	S1	Karyawan Swasta	1	2	1	3	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	
89	Laki-laki	25	S1	Karyawan Swasta	4	4	5	4	4	3	5	2	5	3	4	4	2	1	1	4	3	2	
90	Laki-laki	28	S1	Karyawan Swasta	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	4	4	5	2	2	3	
91	Laki-laki	30	S1	Karyawan Swasta	2	2	1	2	4	3	1	2	3	1	2	2	4	3	3	2	1	2	
92	Laki-laki	28	S1	Karyawan Swasta	4	1	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	2	2	4	3	4	
93	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	4	4	3	5	5	3	
94	Laki-laki	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	4	4	5	1	2	2	4	5	5	2	1	2	4	4	3	
95	Laki-laki	23	S1	Karyawan Swasta	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	1	1	1	4	4	5	
96	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	2	2	2	4	4	4	
97	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	1	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	2	2	2	5	5	5	
98	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	4	2	2	2	4	5	4	
99	Perempuan	23	S1	Wiraswasta	2	2	1	2	5	2	2	1	2	1	2	2	4	4	4	2	4	3	
100	Perempuan	24	S1	Pelajar/Mahasiswa	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	2	3	2	4	4	4	
101	Perempuan	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3	2	2	1	1	3	3	2	2	2	2	2	4	4	3	2	3	2	
102	Laki-laki	23	S1	Wiraswasta	2	1	1	1	4	1	3	4	4	3	2	3	4	3	4	2	4	2	
103	Perempuan	24	S1	Karyawan Swasta	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	3	2	3	4	4	4	5	4	
104	Perempuan	21	S1	Karyawan Swasta	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	2	2	4	5	3

105	Laki-laki	26	S1	Karyawan Swasta	5	5	4	5	5	5	2	3	3	2	2	2	4	5	5	5	4	5	
106	Laki-laki	23	S1	Karyawan Swasta	2	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	2	2	4	2	4	
107	Perempuan	23	S1	Karyawan Swasta	4	5	4	4	2	5	4	4	5	4	5	4	3	3	4	3	3	2	
108	Perempuan	20	SMA	Karyawan Swasta	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	2	2	2	4	4	4	
109	Perempuan	30	S1	Karyawan Swasta	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	1	1	1	4	4	4	
110	Perempuan	24	S1	Pelajar/Mahasiswa	2	2	2	2	3	2	3	5	5	2	1	1	5	5	5	1	2	2	
111	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	1	1	1	4	4	4	
112	Laki-laki	24	SMA	Karyawan Swasta	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	1	1	1	4	3	2
113	Perempuan	28	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	2	2	2	4	4	3	
114	Perempuan	26	S1	Karyawan Swasta	2	3	3	1	2	2	2	1	1	1	2	1	4	4	4	1	1	1	
115	Laki-laki	23	S1	Pelajar/Mahasiswa	1	2	2	3	2	2	4	4	4	1	1	1	4	4	4	2	3	1	
116	Perempuan	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4	4	5	4	5	3	5	3	5	4	4	4	2	2	2	4	4	4	
117	Perempuan	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	1	3	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	5	5	4	2	3	3	
118	Laki-laki	26	S1	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	1	1	2	5	5	5	
119	Perempuan	23	S1	Pelajar/Mahasiswa	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	4	5	3	1	2	2	
120	Laki-laki	30	S1	Karyawan Swasta	4	4	5	5	2	2	5	4	5	3	3	3	3	3	2	5	5	4	
121	Perempuan	23	S1	Pelajar/Mahasiswa	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	2	2	5	2	3	
122	Laki-laki	30	S1	Karyawan Swasta	3	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	3	2	
123	Perempuan	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	4	3	3	2	2	3	
124	Perempuan	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	2	2	3	4	4	
125	Perempuan	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	1	1	1	3	4	2

126	Perempuan	18	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	3	2	2	4	3	3	
127	Perempuan	19	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	2	4	5	4	2	2	2	
128	Laki-laki	25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	2	3	2	5	4	4
129	Laki-laki	23	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	4	
130	Perempuan	19	SMA	Pelajar/Mahasiswa	5	4	5	4	2	3	5	5	5	4	4	4	3	2	2	5	2	5	
131	Perempuan	20	S1	Pelajar/Mahasiswa	3	4	4	4	4	2	5	3	3	3	5	4	2	3	3	4	4	3	
132	Laki-laki	24	S1	Pelajar/Mahasiswa	1	1	1	2	2	2	1	1	2	3	2	2	3	4	4	2	2	2	
133	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	2	3	3	4	2	4	2	2	2	1	2	2	5	5	5	1	2	1	
134	Perempuan	24	S1	Karyawan Swasta	3	1	1	2	3	2	3	3	4	1	2	2	5	5	4	1	2	2	
135	Perempuan	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4	2	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	2	3	2	4	4	3	
136	Perempuan	26	S1	Karyawan Swasta	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	2	2	4	5	3	
137	Perempuan	30	S1	Karyawan Swasta	4	4	3	5	3	3	5	2	5	4	5	4	1	1	2	4	5	4	
138	Laki-laki	30	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	4	5	
139	Laki-laki	25	S1	Karyawan Swasta	3	5	4	5	5	3	3	3	4	5	4	5	3	3	3	3	4	3	
140	Laki-laki	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	2	3	4	3	4	3	2	2	
141	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	5	4	4	5	5	5	3	4	3	5	5	4	1	1	1	4	4	4	
142	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	2	2	1	3	1	3	3	2	2	2	2	2	3	4	3	4	3	4	
143	Perempuan	26	S1	Karyawan Swasta	5	2	2	3	2	3	3	3	3	1	2	3	4	4	4	2	3	2	
144	Laki-laki	26	S1	Karyawan Swasta	1	2	1	2	1	3	2	2	2	2	3	2	4	3	4	2	4	3	
145	Perempuan	24	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	1	2	4	5	4
146	Perempuan	25	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	2	5	5	5	

147	Perempuan	26	S1	Karyawan Swasta	2	1	1	3	2	2	3	2	3	2	2	1	3	4	3	3	1	1
148	Laki-laki	26	S1	Karyawan Swasta	2	2	2	2	1	3	3	1	1	2	3	2	4	4	3	3	2	2
149	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	1	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	5	5	4	3	2	2
150	Laki-laki	25	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	5	4	3	3	2	4	4	5
151	Perempuan	24	S1	Pelajar/Mahasiswa	1	2	3	2	2	1	3	1	1	2	2	1	3	4	3	2	2	1
152	Laki-laki	25	S1	Karyawan Swasta	4	4	5	5	4	5	3	4	2	4	3	3	3	2	3	4	4	5
153	Perempuan	25	S1	Karyawan Swasta	1	2	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	4	4	4	1	1	1
154	Perempuan	25	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	4	3	4	2	5	5	4	4	5	2	3	1	3	2	3
155	Perempuan	27	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	3	4	4	2	2	5	5	5	4	1	2	1	4	3	3
156	Perempuan	26	S1	Karyawan Swasta	1	2	2	3	2	3	2	2	1	3	3	2	4	3	3	3	2	2
157	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	2	2	3	3	3	2	1	2	3	2	2	1	5	5	3	3	2	2
158	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	4	4	3	2	3	5	4	4	4	5	5	5	2	3	2	4	4	3
159	Perempuan	25	S1	Karyawan Swasta	5	5	5	3	3	4	5	5	5	4	4	5	2	1	1	4	5	5
160	Perempuan	25	S1	Karyawan Swasta	3	2	3	2	2	3	3	3	3	1	2	2	4	3	4	4	4	4
161	Laki-laki	20	SMA	Karyawan Swasta	4	2	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	2	2	2	4	3	4
162	Perempuan	30	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	1	1	1	5	5	4
163	Perempuan	28	SMA	Karyawan Swasta	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	1	1	1	4	4	4
164	Perempuan	29	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	4	2	2	2	4	5	4
165	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	4	4	4	5	5	2	4	4	3	4	3	4	2	2	2	4	4	4
166	Perempuan	25	S1	Karyawan Swasta	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	2	2	3	5	5
167	Perempuan	29	S1	Karyawan Swasta	4	4	5	5	5	5	3	4	1	5	4	4	2	2	2	5	4	4

168	Laki-laki	26	SMA	Karyawan Swasta	3	4	3	4	4	1	5	5	5	5	5	5	2	2	2	5	2	3
169	Perempuan	26	SMA	Karyawan Swasta	3	5	5	4	2	4	5	5	5	4	4	4	1	1	1	3	5	5
170	Laki-laki	27	S1	Karyawan Swasta	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	1	2	1	4	4	5
171	Perempuan	26	S1	Karyawan Swasta	2	1	1	1	2	2	2	2	3	3	2	4	4	5	5	2	3	3
172	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	2	3	3	1	3	2	2	2	1	3	2	2	4	4	3	1	2	1
173	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	5	4	4	1	5	5	4	4	4	3	4	4	2	2	3	5	4	4
174	Perempuan	24	S1	Pelajar/Mahasiswa	3	2	2	1	3	3	4	5	3	3	2	3	5	5	5	3	2	2
175	Laki-laki	25	S1	Pelajar/Mahasiswa	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	3	3	2	1	2	4	4	3
176	Laki-laki	25	S1	Pelajar/Mahasiswa	5	3	4	3	3	3	5	3	4	5	4	4	1	1	1	5	5	5
177	Laki-laki	24	S1	Pelajar/Mahasiswa	3	4	3	1	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	4	4
178	Perempuan	27	S1	Pelajar/Mahasiswa	5	4	5	4	4	4	4	1	3	5	4	3	3	1	1	4	3	4
179	Perempuan	26	S1	Pelajar/Mahasiswa	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	5	5	4	4	2
180	Laki-laki	24	S1	Karyawan Swasta	3	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	3	1	1	1	5	4	5



LAMPIRAN 4 :

LETTER OF ACCEPTANCE

PROCEEDING



FBE UAJY Student Conference 2024

17 Mei 2024

“Mencari Peluang di Tengah Ketidakpastian Ekonomi”

Dear Jhosua Marchellino Jhoes Matindas

We inform you that after evaluation by our referees, your abstract submitted for the Student Conference 2024 organized by Faculty of Business and Economics Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 17 Mei 2024, entitled *Perbedaan Performance Expectancy dan Effort Expectancy dalam Menggunakan Aplikasi* has been **ACCEPTED**.

Presentation Procedures:

1. The Conference will be conducted Online
2. Prepare your presentation using Microsoft PowerPoint or PDF format
3. Please arrive at the Zoom room at least 10 minutes before your session.
4. Introduce yourself to the session moderator and provide them with information about your background.
5. Your presentation should be in Bahasa Indonesia or English and not exceed 15 minutes.
6. There will be a 5-minute Q&A session after your presentation. We advise providing concise answers to the audience's questions.

If you require additional information, please contact Mario Rosario WA via Email; mario.wisnu@uajy.ac.id or via our Whatsapp Group

Thank you for your attention

Sincerely,
Mario Rosario Wisnu Aji, S.E., M.Ec.Dev.
Organizing Committee