

**DETERMINAN NIAT PERILAKU WISATA PADA ADOPSI
PEMBAYARAN DIGITAL SAAT MENGUNJUNGI KUTA
MANDALIKA**

TESIS



Disusun Oleh:

**AGUS SUMANTRI
222200855**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2024

UJIAN TESIS

Tesis berjudul:

DETERMINAN NIAT PERILAKU WISATA PADA ADOPSI PEMBAYARAN DIGITAL SAAT
MENGUNJUNGI KUTA MANDALIKA

Telah diuji pada tanggal: 9 Agustus 2024

Tim Penguji:

Ketua



Dr. Rudy Badrudin, M.Si

Anggota



Dr. Theresia Trisanti, M.B.A., Ak., CA.

Pembimbing



Dr. Atika Jauharia Hatta, M.Si., Ak., CA

DETERMINAN NIAT PERILAKU WISATA PADA ADOPSI PEMBAYARAN DIGITAL SAAT MENGUNJUNGI KUTA MANDALIKA

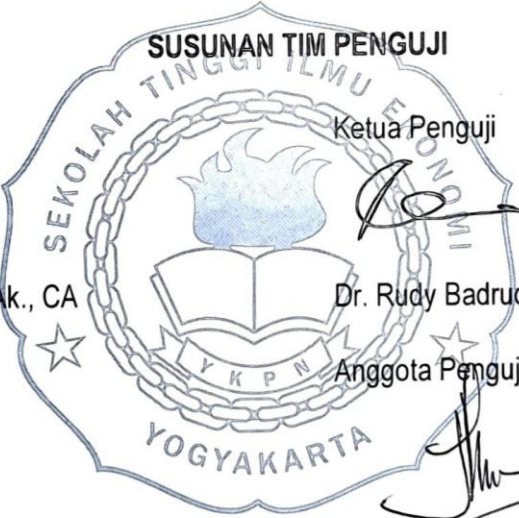
dipersiapkan dan disusun oleh:

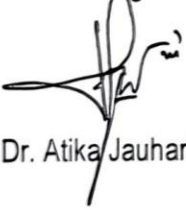
Agus Sumantri


Nomor Mahasiswa: 222200855

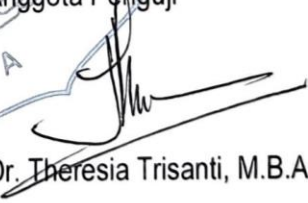
telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal: 9 Agustus 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Manajemen (M.M.) di bidang Manajemen

SUSUNAN TIM PENGUJI



Pembimbing

Dr. Atika Jauharia Hatta, M.Si., Ak., CA

Ketua Penguji

Dr. Rudy Badrudin, M.Si

Anggota Penguji

Dr. Theresia Trisanti, M.B.A., Ak., CA.

Yogyakarta, 9 Agustus 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

DETERMINAN NIAT PERILAKU WISATA PADA ADOPSI PEMBAYARAN DIGITAL SAAT MENGUNJUNGI KUTA MANDALIKA

diajukan untuk diuji pada tanggal 9 Agustus 2024, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian karya tulis orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

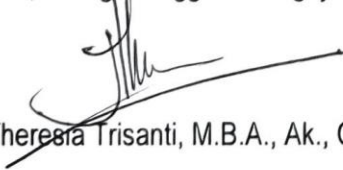
Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan orang lain. Bila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima pembatalan gelar dan ijazah yang diberikan oleh Program Pascasarjana STIE YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Saksi 1, sebagai Ketua Tim Penguji



Dr. Rudy Badrudin, M.Si

Saksi 2, sebagai Anggota Penguji



Dr. Theresia Trisanti, M.B.A., Ak., CA.

Yogyakarta, 9 Agustus 2024

Yang memberi pernyataan



Agus Sumantri

Saksi 3, sebagai Pembimbing



Dr. Atika Jauharia Hatta, M.Si., Ak., CA

Saksi 4, sebagai Ketua STIE YKPN Yogyakarta



Dr. Wisnu Prasjogo, MBA.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Determinan Niat Perilaku Wisata Pada Adopsi Pembayaran Digital Saat Mengunjungi Kuta Mandalika

Agus Sumantri*
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

Abstrak

Penelitian ini mengkaji adopsi pembayaran digital di kalangan wisatawan di Mandalika dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan purposive sampling. Menggunakan teori UTAUT, penelitian ini menganalisis lima faktor: harapan kinerja, harapan usaha, kondisi yang memfasilitasi, keamanan, dan efisiensi harga, dengan pengaruh sosial sebagai moderasi. Tujuannya adalah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat wisatawan menggunakan pembayaran digital dan penerapannya. Dengan sampel minimal 214 responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa harapan usaha dan keamanan berpengaruh positif terhadap niat berperilaku. Namun, saat semua variabel dimoderasi, hanya efisiensi harga yang berpengaruh. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang adopsi pembayaran digital di kalangan wisatawan.

Pendahuluan

Revolusi industri telah merubah pola kehidupan global secara signifikan, termasuk dalam sektor pariwisata. Kemajuan teknologi telah mengubah cara wisatawan memesan akomodasi, merencanakan aktivitas, dan melakukan pembayaran. Digitalisasi dalam industri pariwisata bukan hanya tren sementara, melainkan perubahan mendalam yang meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisata secara keseluruhan (Phoung Hoa, 2021).

Industri pariwisata berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi global dan menciptakan peluang kerja. Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa pada semester I-2023, jumlah perjalanan wisatawan nusantara mencapai 433,57 juta, meningkat 12,57% dibandingkan tahun 2022. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada Juli 2023 mencapai 6,31 juta, naik 196,85% dari tahun sebelumnya. Digitalisasi, termasuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, telah merevolusi operasional bisnis pariwisata, mempermudah interaksi dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar (Filipiak et al., 2020). Pandemi COVID-19 mempercepat adopsi teknologi digital, berdampak besar pada industri pariwisata, termasuk pariwisata internasional (Farzanegan et al., 2020). Data Kominfo tahun 2021 mencatat nilai ekonomi digital Indonesia sebesar USD 70 miliar, tertinggi di ASEAN, dengan prediksi pertumbuhan hingga USD 330 miliar pada 2030. Selain itu, transaksi e-commerce menyumbang USD 53 miliar pada 2021 dan diprediksi meningkat menjadi USD 104 miliar pada 2025.

Digitalisasi juga mempengaruhi perilaku konsumen. Analisis data dari Google, PayPal, dan Booking.com memungkinkan pemahaman tren perjalanan dan perilaku online wisatawan (Bozhuk et al., 2020). Integrasi ekonomi digital mendorong transformasi industri pariwisata, menciptakan peluang dan tantangan baru (Li et al., 2022). Penggunaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

platform dan layanan digital menjadi krusial untuk bisnis pariwisata agar tetap kompetitif dan memenuhi permintaan wisatawan modern.

Pentingnya insentif digital dan interaktif dalam pariwisata semakin jelas, terutama dalam konteks pembayaran digital. Pembayaran digital menawarkan keamanan lebih dibandingkan pembayaran tunai, yang dinilai kurang aman (Almeida et al., 2019). Penelitian Khanra et al. (2021) dan Robinson et al. (2022) menekankan perlunya penerapan metode pembayaran digital di destinasi pariwisata seperti Kuta Mandalika. Temuan mereka menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menyederhanakan transaksi dan meningkatkan kenyamanan wisatawan.

Kuta Mandalika, terletak di jantung Indonesia, menawarkan keindahan alam dan kekayaan budaya yang luar biasa. Pantainya yang alami dengan pasir keemasan dan perairan biru memberikan pelarian dari kehidupan sehari-hari yang sibuk. Tebing yang menjulang dan vegetasi hijau menambah keindahan pemandangan, ideal untuk menikmati matahari terbenam dan jalan-jalan santai. Selain daya tarik alamnya, Kuta Mandalika juga kaya akan budaya, memadukan tradisi kuno dengan pengaruh modern. Pasar lokal yang ramai, tekstil berwarna-warni, kerajinan tangan, dan masakan tradisional menawarkan pengalaman unik. Kuil-kuil bersejarah menambah kekayaan spiritual tempat ini. Kuta Mandalika kini juga berada di garis depan evolusi digital, dengan mengintegrasikan sistem pembayaran tradisional dan digital (Putra, 2023; Zitri, 2023).

Masyarakat di negara kolektivistis seperti Indonesia, termasuk Lombok, sangat dipengaruhi oleh kelompok sosial dalam membentuk perilaku konsumen (Khan et al., 2021). Penelitian ini memperluas literatur tentang adopsi teknologi digital dalam pariwisata dengan mengkaji pengaruh sosial sebagai variabel moderasi dalam model UTAUT terhadap penggunaan sistem pembayaran digital di Kuta Mandalika. Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi peran pengaruh sosial dalam membentuk niat berperilaku konsumen (Feng, 2017). Pengaruh sosial diharapkan dapat mempengaruhi sikap terhadap kualitas pengalaman pelanggan dan niat berperilaku (Gao et al., 2020; Youn & Jin, 2017), serta berhubungan dengan teori identitas sosial dan kebutuhan akan kesesuaian (Chan et al., 2012).

Selain itu, kesiapan masyarakat lokal untuk beradaptasi dengan perkembangan pariwisata menyoroti pentingnya infrastruktur pembayaran yang kuat (Azizurrohman et al., 2023). Infrastruktur ini harus memenuhi kebutuhan wisatawan dan bisnis lokal untuk memastikan pengalaman yang memuaskan. Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata menunjukkan perlunya kolaborasi antar pemangku kepentingan.

Kesimpulannya, tren global menuju digitalisasi dan adopsi pembayaran digital memerlukan penyesuaian dengan preferensi konsumen dan kemajuan industri di destinasi seperti Kuta Mandalika. Dukungan pemerintah, kesiapan masyarakat, dan inisiatif inovatif sangat penting untuk membentuk masa depan pariwisata yang berkelanjutan di Kuta Mandalika.

Meskipun ada dukungan global untuk adopsi pembayaran digital, pemahaman tentang persepsi wisatawan di Kuta Mandalika mengenai metode ini masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan ini dengan mengeksplorasi persepsi wisatawan tentang pembayaran digital dan mengidentifikasi hambatan potensial. Dengan memahami sikap dan perilaku wisatawan terhadap pembayaran digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pembuat kebijakan, pemangku

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kepentingan pariwisata, dan pelaku bisnis di Kuta Mandalika untuk meningkatkan pengalaman dan daya tarik destinasi.

Beberapa faktor diduga memengaruhi niat wisatawan untuk menggunakan sistem pembayaran digital, termasuk Harapan Kinerja, Harapan Upaya, Kondisi yang Memfasilitasi, Efisiensi Biaya, dan Persepsi Keamanan. Harapan Kinerja merujuk pada keyakinan bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerja atau produktivitas (Venkatesh et al., 2003). Penelitian menunjukkan bahwa Harapan Kinerja adalah prediktor utama adopsi teknologi (Palau-Saumell et al., 2019). Harapan Upaya mengacu pada kemudahan penggunaan teknologi, yang mempengaruhi keputusan adopsi (Nurdin et al., 2023; Habibi et al., 2022). Kondisi yang Memfasilitasi, termasuk dukungan sosial dan infrastruktur, juga berperan penting (Kwabena et al., 2019; Chaveesuk et al., 2022). Efisiensi Biaya mengacu pada nilai yang diperoleh dibandingkan dengan biaya (Linge et al., 2023; Tang et al., 2021). Persepsi Keamanan berkaitan dengan keyakinan tentang keamanan metode pembayaran (Musyaffi et al., 2021; Kwabena et al., 2019). Penelitian ini akan menguji niat wisatawan menggunakan sistem pembayaran digital melalui model UTAUT versi kedua (Venkatesh et al., 2012) dan mengeksplorasi bagaimana pengaruh sosial memoderasi hubungan ini.

Kajian Teori

Teori UTAUT

Model UTAUT, dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003), mengintegrasikan elemen dari teori Technology Acceptance Model dan teori-teori terkait untuk menilai penerimaan teknologi informasi. Model ini mencakup empat konstruk utama: Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Memfasilitasi, yang mempengaruhi niat perilaku dan perilaku pengguna terhadap teknologi. Variabel tambahan seperti jenis kelamin, usia, pengalaman, dan kesukarelaan penggunaan dapat memodifikasi hubungan ini. Studi ini fokus pada faktor-faktor kunci dalam adopsi sistem pembayaran digital di destinasi wisata seperti Kuta Mandalika, termasuk harapan kinerja, harapan usaha, Kondisi yang memfasilitasi, efisiensi harga, dan persepsi keamanan, dengan pengaruh sosial sebagai variabel moderasi.

Industry Parawisata di kuta mandalika

Sektor pariwisata di Kuta Mandalika, Lombok, berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat setempat. Penelitian menunjukkan bahwa pariwisata di daerah ini telah membawa manfaat signifikan dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan (Haris & Ningsih, 2020; Lalu & Muttalib, 2022). Penerapan praktik pariwisata berkelanjutan, termasuk ekowisata dan wisata halal, serta transformasi digital, telah meningkatkan pengalaman wisatawan dan mempromosikan keberlanjutan (Estriani, 2019; Basit, 2022; Prayudi et al., 2022). Kuta Mandalika memposisikan diri sebagai destinasi wisata utama dengan memanfaatkan keindahan alam, warisan budaya, dan pencapaian teknologi.

Pembayaran Digital

Sistem pembayaran digital menjadi kunci dalam ekonomi digital dengan menyediakan solusi yang lebih aman, terjangkau, dan inklusif (Qasim & Abu-Shanab, 2016a). Teknologi ini mencakup pesan elektronik, situs web transaksional, supermarket elektronik, groupware, dan sistem pembayaran elektronik (Schepers & Wetzels, 2007). Bentuk pembayaran digital seperti kartu kredit online, uang elektronik, cek elektronik, dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pembayaran berbasis kartu pintar memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Sistem manajemen identitas pemerintah dapat meningkatkan kepercayaan dan keamanan pembayaran digital (Al-Khoury, 2014). Pertumbuhan e-commerce mendorong peningkatan infrastruktur dan kerangka peraturan pembayaran di banyak negara (Rhee et al., 2022). Tantangan seperti interoperabilitas, anonimitas, dan penghindaran pembelanjaan ganda perlu diatasi dalam desain dan implementasi sistem ini (Lizam, 2019). Teknologi Blockchain diusulkan untuk meningkatkan keamanan dan transparansi pembayaran digital (Rahayu, 2022). Secara keseluruhan, sistem pembayaran digital memberikan manfaat signifikan dan terus berkembang untuk memenuhi tuntutan ekonomi digital yang terus berubah.

Penelitian Terdahulu

Berbagai faktor memengaruhi niat masyarakat untuk menggunakan sistem pembayaran digital, termasuk ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, keamanan, kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap terhadap pembayaran digital, dan budaya (Sivathanu, 2019). Menurut Nurdin et al. (2023), budaya, persepsi keamanan, dan faktor sosial tidak signifikan, sehingga peningkatan ekspektasi kinerja dan upaya akan meningkatkan niat penggunaan. Sutrisno & Sutrisno (2023) menyatakan bahwa keamanan mempengaruhi niat membeli kembali dengan dompet digital GoPay. Tian et al. (2023) menambahkan kepercayaan, komitmen, dan kepuasan konsumen sebagai penguat hubungan antara niat perilaku dan penggunaan. Ma et al. (2022) menemukan bahwa manfaat yang dirasakan berdampak positif pada adopsi sistem pembayaran digital. Tang et al. (2021) menyimpulkan bahwa faktor selain usia mempengaruhi kecenderungan penggunaan pembayaran digital. Ferdana et al. (2022) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja tidak mempengaruhi niat membayar zakat secara digital, sedangkan keamanan dan kinerja sistem berdampak langsung pada loyalitas konsumen (Muhtasim et al., 2022). Kantika et al. (2022) menemukan bahwa Perceived Enjoyment mempengaruhi adopsi sistem pembayaran online. Kepercayaan menjadi komponen mediasi dalam niat menggunakan pembayaran digital (Ferdana et al., 2022). Secara keseluruhan, peningkatan kinerja, keamanan, dan kenyamanan penggunaan akan meningkatkan niat penggunaan sistem pembayaran digital (Ma et al., 2022).

Pengenmbangan Hipotesis

Harapan Kinerja terhadap Niat Berperilaku

Harapan kinerja adalah keyakinan bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaan (Venkatesh et al., 2003). Ini merupakan prediktor utama niat berperilaku baik dalam lingkungan sukarela maupun wajib (Venkatesh et al., 2003; Palau-Saumell et al., 2019). Banyak penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja penting dalam menjelaskan niat menggunakan sistem pembayaran digital (Alalwan, 2020; Qasim & Abu-Shanab, 2016b). Menurut teori UTAUT, pengguna cenderung menggunakan sistem pembayaran digital jika mereka percaya bahwa sistem tersebut bermanfaat. Wisatawan yang merasa pembayaran digital memudahkan booking hotel akan lebih terdorong untuk menggunakannya. Hipotesis: Harapan kinerja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.

H1: Harapan kinerja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.

Harapan Upaya terhadap Niat Berperilaku

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Harapan upaya mengacu pada kemudahan penggunaan teknologi atau sistem tertentu (Venkatesh, 2003). Persepsi kesederhanaan dan kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital telah banyak diteliti terkait dengan adopsi sistem tersebut. Beberapa penelitian menekankan bahwa kegunaan yang dirasakan sangat penting. Misalnya, Nurdin et al. (2023) menemukan bahwa ekspektasi upaya memengaruhi keputusan masyarakat untuk mengadopsi pembayaran digital. Namun, Al-Okaily et al. (2020) menyatakan bahwa ekspektasi upaya tidak memiliki pengaruh terhadap niat karyawan untuk menerima layanan sistem pembayaran digital. Habibi et al. (2022) menemukan bahwa ekspektasi upaya berpengaruh besar terhadap niat perilaku untuk memanfaatkan teknologi digital selama COVID-19. Rahman et al. (2020) menemukan bahwa ekspektasi upaya adalah faktor kunci dalam adopsi pembayaran digital. Suki et al. (2023) menunjukkan pengaruh signifikan dari harapan upaya terhadap niat pengguna untuk memanfaatkan media sosial untuk kampanye zakat online. Ferdana et al. (2022) menemukan dampak positif dari ekspektasi upaya terhadap penggunaan sistem pembayaran digital untuk zakat. Lee & Pan (2023) menemukan korelasi kuat antara niat menggunakan layanan pembayaran nirsentuh dan harapan upaya. Secara kolektif, penelitian ini menegaskan bahwa ekspektasi upaya memengaruhi adopsi sistem pembayaran digital. Wisatawan yang merasa bahwa menggunakan pembayaran digital untuk proses pembayaran hotel mudah dilakukan akan lebih terdorong untuk menggunakannya. Semakin mudah penggunaan sistem pembayaran digital, semakin tinggi niatnya untuk mengadopsi sistem tersebut. Hipotesis:
H2: Harapan upaya berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.

Kondisi yang memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi merujuk pada ketersediaan sumber daya, dukungan, dan infrastruktur yang memungkinkan penggunaan teknologi secara efektif (Venkatesh, 2003). Penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial dan infrastruktur teknologi berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi sistem pembayaran digital (Cahyani et al., 2022; Linge et al., 2023; Kwabena et al., 2019). Ketika individu merasakan adanya bantuan dan dukungan yang memadai, mereka lebih cenderung berniat menggunakan sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H3: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.

Efisiensi Harga

Efisiensi Biaya merupakan trade-off kognitif antara biaya moneter penggunaan aplikasi dan keuntungan yang dirasakan (Venkatesh, 2012). Nilai harga menjadi prediktor niat untuk memanfaatkan teknologi (Alalwan et al., 2017). Penelitian menunjukkan bahwa efisiensi biaya memengaruhi niat adopsi metode pembayaran digital (Linge et al., 2023; Tang et al., 2021). Wisatawan yang merasa penggunaan pembayaran digital mengurangi biaya transaksi atau memberikan diskon akan lebih terdorong untuk mengadopsinya. Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H4: Efisiensi Biaya berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.

Persepsi Keamanan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Persepsi keamanan adalah keyakinan individu terhadap tingkat perlindungan dan kerahasiaan informasi pribadi saat menggunakan teknologi (Macht, 2014). Penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan sistem pembayaran digital. Musyaffi et al. (2021) menemukan bahwa niat pengguna untuk menggunakan kode QR untuk pembayaran digital sangat dipengaruhi oleh masalah keamanan. Sebaliknya, Nurdin et al. (2023) menemukan bahwa niat untuk mengadopsi sistem pembayaran digital tidak dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi keamanan. Namun, secara umum, ketika pengguna yakin bahwa sistem pembayaran digital aman, mereka lebih cenderung menggunakannya. Wisatawan yang merasa bahwa menggunakan pembayaran digital melindungi informasi pribadi mereka akan lebih terdorong untuk menggunakan sistem tersebut. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H5: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.

Pengaruh Sosial sebagai moderasi

Pengaruh sosial memiliki dampak signifikan sebagai moderator dalam hubungan antara determinan utama dan niat untuk menggunakan sistem pembayaran digital. Secara umum, pengaruh sosial dapat memperkuat atau mengubah hubungan antara ekspektasi kinerja, harapan upaya, kondisi yang memfasilitasi, efisiensi biaya, dan persepsi keamanan terhadap niat penggunaan teknologi tersebut. Sebagai contoh, Venkatesh et al. (2003) menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat memperkuat pengaruh ekspektasi kinerja terhadap niat adopsi dengan meningkatkan kesan positif terhadap sistem pembayaran digital. Xu et al. (2023) melaporkan bahwa pengaruh sosial memperkuat dampak ekspektasi kinerja dengan mendukung adopsi sistem pembayaran seperti WeChat Pay atau Alipay melalui pengaruh teman dan keluarga. Selain itu, Koenig-Lewis et al. (2015) menemukan bahwa meskipun pengaruh sosial tidak memiliki efek langsung pada niat berperilaku, ia berfungsi sebagai moderator dalam kaitannya dengan persepsi keamanan, mempengaruhi pandangan individu terhadap risiko yang terkait. Pengaruh sosial juga memoderasi hubungan antara harapan upaya dan niat berperilaku dengan menyediakan motivasi dan dukungan tambahan, seperti yang ditemukan oleh Amofah & Chai (2022). Selain itu, pengaruh sosial dapat memperkuat dampak kondisi yang memfasilitasi dan efisiensi biaya terhadap niat penggunaan, dengan mempengaruhi persepsi individu tentang kenyamanan dan manfaat, serta mengurangi fokus pada biaya. Hal ini diperkuat oleh temuan Xu et al. (2023) dan Zhu (2023), yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat mengurangi pertimbangan biaya dan meningkatkan adopsi dengan memanfaatkan dukungan sosial dan rekomendasi. Terakhir, pengaruh sosial juga dapat memperkuat hubungan antara persepsi keamanan dan niat berperilaku, dengan membangun kepercayaan dan keyakinan pengguna mengenai keamanan sistem pembayaran digital, seperti yang dicatat oleh Liu et al. (2022) dan Namahoot & Jantasri (2022). Secara keseluruhan, pengaruh sosial memainkan peran kunci dalam meningkatkan niat penggunaan sistem pembayaran digital dengan memodifikasi pengaruh berbagai determinan terhadap keputusan adopsi.

H6: Pengaruh sosial memperkuat pengaruh harapan kinerja terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.

H7: Pengaruh sosial memperkuat pengaruh harapan upaya terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H8: Pengaruh sosial memperkuat pengaruh kondisi yang memfasilitasi terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.

H9: Pengaruh sosial memperkuat pengaruh efisiensi biaya terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.

H10: Pengaruh sosial memperkuat pengaruh persepsi keamanan terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika

Methodology

Metode Penelitian

Penelitian ini terutama menggunakan strategi penelitian kuantitatif yang dilengkapi dengan teknik sampling non-probabilitas, khususnya menggunakan pendekatan purposive sampling. Sesuai dengan tujuan penelitian, purposive sampling memastikan inklusi yang terarah dari pengunjung yang di Mandalika. Dengan memilih individu yang memiliki pengalaman relevan, strategi ini meningkatkan kekayaan dan penerapan temuan penelitian. Penggunaan penilaian ahli mempercepat proses pemilihan peserta, sehingga meningkatkan alokasi sumber daya untuk penyelidikan mendalam mengenai niat perilaku terkait pembayaran digital di kalangan wisatawan yang mengunjungi Mandalika.

Untuk menentukan ukuran sampel penelitian, perangkat lunak G*Power, yang menghitung ukuran sampel minimum yang diperlukan sebesar 214 responden. Selain itu, kami berencana untuk menggunakan teknik Structural Equation Modelling (SEM), khususnya Smart Partial Least Squares (Smart PLS SEM), untuk menganalisis data kami. Smart PLS SEM adalah metode statistik yang kuat yang memungkinkan untuk mengeksplorasi dan memahami hubungan serta interaksi kompleks antara variabel dalam model penelitian kami. Metode ini sangat sesuai untuk penelitian konstruk laten dan indikatornya, menjadikannya pilihan yang tepat untuk studi kami. Ini menunjukkan bahwa proses pengumpulan data akan dilakukan secara online, bukan secara offline. Selain itu, metode non-teknis mengurangi hambatan teknologi, menjamin inklusivitas dan meningkatkan keandalan serta representativitas hasil di kalangan wisatawan.

Penelitian ini memiliki nilai penting bagi bisnis, lembaga pemerintah, dan pejabat pariwisata, karena memberikan wawasan tentang preferensi wisatawan terkait pembayaran digital. Penelitian ini dapat membantu meningkatkan pengalaman wisata dan menginformasikan strategi pemasaran. Selain itu, penelitian ini berkontribusi pada pengetahuan dan memajukan bidang penelitian pariwisata secara akademis. Memahami preferensi pembayaran digital wisatawan dapat meningkatkan pengeluaran pengunjung dan menguntungkan industri pariwisata.

Hasil dan Pembahasan

Realibilitas dan validitas

Cross loading

Cross-loadings digunakan sebagai ukuran tambahan untuk menilai discriminant validity pada tingkat indikator (Chin, 1998). Algoritma PLS menghasilkan cross-loadings sebagai outputnya. Diharapkan bahwa loading setiap indikator akan melebihi semua cross-loadings lainnya (Götz et al., 2010), sebagaimana dalam investigasi saat ini, seperti yang ditunjukkan pada Tabel berikut.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Table 4.13ross Loading

	EH	HK	HU	KM	NB	PK	PS
EH1	0.884	0.513	0.636	0.612	0.642	0.717	0.627
EH2	0.865	0.517	0.648	0.646	0.655	0.683	0.598
EH3	0.84	0.612	0.655	0.681	0.61	0.691	0.609
EH4	0.876	0.557	0.659	0.692	0.66	0.736	0.66
HK1	0.491	0.864	0.691	0.624	0.568	0.463	0.383
HK2	0.422	0.812	0.602	0.519	0.482	0.407	0.304
HK3	0.587	0.902	0.725	0.704	0.627	0.574	0.487
HK4	0.633	0.837	0.721	0.713	0.646	0.608	0.554
HU1	0.711	0.77	0.874	0.752	0.679	0.689	0.556
HU2	0.54	0.595	0.799	0.637	0.62	0.507	0.438
HU3	0.572	0.662	0.847	0.684	0.658	0.586	0.471
HU4	0.732	0.729	0.906	0.838	0.734	0.693	0.594
KM1	0.689	0.716	0.797	0.906	0.707	0.664	0.59
KM2	0.544	0.606	0.69	0.773	0.56	0.485	0.387
KM3	0.654	0.688	0.754	0.867	0.641	0.631	0.578
KM4	0.644	0.513	0.602	0.793	0.594	0.628	0.618
NB1	0.674	0.608	0.682	0.666	0.888	0.651	0.622
NB2	0.629	0.599	0.687	0.638	0.871	0.626	0.579
NB3	0.662	0.628	0.714	0.68	0.884	0.701	0.581
NB4	0.682	0.616	0.725	0.697	0.927	0.716	0.643
PK1	0.738	0.589	0.653	0.644	0.681	0.915	0.641
PK2	0.689	0.514	0.669	0.627	0.684	0.851	0.555
PK3	0.712	0.573	0.652	0.664	0.691	0.863	0.635
PK4	0.779	0.559	0.678	0.684	0.667	0.924	0.682
PK5	0.707	0.466	0.563	0.588	0.627	0.891	0.617
PS1	0.719	0.554	0.634	0.654	0.691	0.705	0.92
PS2	0.59	0.433	0.484	0.556	0.558	0.556	0.889
PS3	0.631	0.397	0.501	0.55	0.577	0.635	0.903

Output dari cross-loading antara konstruk dan indikator ditampilkan pada Tabel 4. di atas. Selain itu, tabel tersebut menunjukkan bahwa semua item pengukuran memiliki loading yang lebih besar terhadap variabel laten yang dituju dibandingkan dengan variabel lain. Tabel di atas menunjukkan bahwa loading setiap blok lebih tinggi daripada blok lainnya dalam baris dan kolom yang sesuai. Loading-loading tersebut secara efektif memisahkan setiap variabel laten sesuai dengan model konseptual. Oleh karena itu, output cross-loading memberikan konfirmasi validitas diskriminan dari model pengukuran, seperti yang diindikasikan oleh evaluasi kedua (Chin, 1998). Akibatnya, investigasi ini menegaskan bahwa model pengukuran memiliki discriminant validity.

Sebagai kesimpulan, penilaian model pengukuran reflektif menunjukkan bahwa ukuran-ukuran tersebut telah menunjukkan reliability dan validity yang baik, sebagaimana ditentukan oleh evaluasi awal terhadap reliability, convergent validity, dan discriminant validity. Oleh karena itu, ukuran-ukuran ini digunakan untuk memperkirakan parameter dalam model struktural.

Fornell Lacker

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kriteria Fornell-Larcker, yang dikembangkan oleh Fornell dan Larcker pada tahun 1981, mengevaluasi discriminant validity dari konstruk. Postulat ini menyarankan bahwa sebuah konsep harus menunjukkan tingkat korelasi yang lebih tinggi dengan pengukurannya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain dalam sebuah model. Sederhananya, korelasi antara sebuah konstruk dengan indikator-indikatornya harus lebih tinggi daripada korelasi antara konstruk tersebut dengan indikator-indikator dari konstruk lainnya (Fornell & Larcker, 1981). Studi mengenai Kriteria Fornell-Larcker disajikan dalam Tabel

	EH	HK	HU	KM	NB	PK	PS
EH	0.866						
HK	0.633	0.855					
HU	0.749	0.806	0.857				
KM	0.759	0.758	0.853	0.836			
NB	0.741	0.687	0.786	0.751	0.893		
PK	0.816	0.609	0.725	0.723	0.755	0.889	
PS	0.72	0.516	0.604	0.653	0.679	0.704	0.904

Nilai yang ditebalkan pada tabel di atas mewakili akar kuadrat dari AVE, sedangkan nilai yang tidak ditebalkan mewakili nilai interkorelasi antara konstruk. Berdasarkan tabel di atas, elemen-elemen di luar diagonal lebih rendah daripada akar kuadrat AVE (EH=0.866, HK= 0.855, HU=0.857, KM=0.836, NB= 0.836, PK= 0.889, PS= 0.904). Dengan demikian, hasilnya memang memenuhi kriteria yang ditentukan oleh Fornell dan Larcker (1981). Nilai akar AVE secara konsisten melebihi korelasi off-diagonal yang setara, yang menunjukkan bahwa terdapat discriminant Validity yang cukup (Hulland, 1999). Berdasarkan analisis Kriteria Fornell-Larcker, model pengukuran dalam studi ini menunjukkan validitas diskriminan yang cukup, yang mengindikasikan bahwa semua variabel laten yang disajikan dalam model hipotesis adalah berbeda satu sama lain.

HTMT

Discriminant Validity, yang dinilai melalui Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlation (HTMT), adalah ukuran untuk memastikan bahwa konstruk yang berbeda memang berbeda satu sama lain dalam suatu studi penelitian. Menurut Hair (2018), untuk discriminant validity dapat dipenuhi, nilai HTMT harus berada antara 0 dan 1. Dalam istilah yang lebih sederhana, ini berarti bahwa korelasi antara konstruk yang berbeda harus lebih rendah daripada korelasi mereka dengan diri mereka sendiri. Jika nilai HTMT berada di bawah 1, ini menunjukkan bahwa konstruk lebih berbeda satu sama lain, yang mengonfirmasi bahwa mereka mengukur aspek yang terpisah dan unik. Kriteria ini membantu peneliti memastikan bahwa variabel dalam studi mereka benar-benar berbeda, sehingga meningkatkan kekuatan temuan mereka dan keandalan ukuran mereka.

Table 4.12. HTMT

	EH	HK	HU	KM	NB	PK	PS
EH							
HK	0.708						
HU	0.823	0.886					
KM	0.258	0.141	0.219				
NB	0.821	0.759	0.885	0.126			
PK	0.895	0.661	0.775	0.226	0.815		
PS	0.804	0.565	0.663	0.307	0.746	0.767	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Matriks korelasi mengungkapkan bahwa nilai Heterotrait-Monotrait Ratio Correlations (HTMT) untuk konstruk dalam studi ini berada dalam rentang 0 hingga 1. Hasil ini mendukung discriminant validity dari ukuran-ukuran tersebut, menunjukkan bahwa korelasi antara konstruk yang berbeda secara konsisten lebih rendah daripada korelasi masing-masing konstruk dengan dirinya sendiri. Dengan kata lain, variabel yang diteliti berbeda satu sama lain, menegaskan bahwa mereka secara efektif menangkap aspek-aspek unik tanpa tumpang tindih yang signifikan. Temuan ini memperkuat keyakinan terhadap model pengukuran studi dan menekankan keandalan konstruk individu.

Hipotesis testing

	Hipotesis	(β)	T.s	P	Hasil
EH -> NB	Efisiensi Harga berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.	-0.007	0.062	0.475	<i>Tidak didukung</i>
HK -> NB	Harapan Kinerja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika	0.118	1.130	0.129	<i>Tidak didukung</i>
HU-> NB	Harapan Upaya berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika	0.239	2.324	0.010	<i>Terdukung</i>
KM -> NB	Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika	0.120	1.015	0.155	<i>Tidak didukung</i>
PK-> NB	Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.	0.265	3.534	0.000	<i>Terdukung</i>

Berdasarkan Tabel diatas, hasil analisis statistik yang komprehensif dalam menyelidiki hubungan antara variabel-variabel terhadap "NB" diuraikan. Setiap baris dalam tabel ini menggambarkan hubungan yang berbeda yang sedang diperiksa.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa dari lima hubungan yang diuji, terdapat variasi signifikan dalam pengaruh variabel terhadap NB. Pertama, hubungan antara EH dan NB menunjukkan path coefficient sebesar -0.007, dengan nilai statistik T yang rendah (0.062) dan nilai P yang tinggi (0.475), yang menunjukkan bahwa pengaruh ini tidak signifikan secara statistik dan hipotesis ditolak.

Kedua, hubungan antara HK dan NB memiliki path coefficient sebesar 0.118. Meskipun ada pengaruh positif, nilai statistik T (1.130) dan nilai P (0.129) menunjukkan bahwa pengaruh ini juga tidak signifikan secara statistik, sehingga hipotesis ditolak.

Ketiga, hubungan antara HU dan NB menunjukkan patsebesar 0.239, dengan nilai statistik T (2.324) dan nilai P (0.010) yang lebih kecil dari 0.05. Pengaruh ini signifikan secara statistik, sehingga hipotesis diterima.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keempat, hubungan antara KM dan NB memiliki path coefficient sebesar 0.120. Namun, nilai statistik T (1.015) dan nilai P (0.155) menunjukkan bahwa pengaruh ini tidak signifikan secara statistik, yang mengakibatkan penolakan hipotesis.

Terakhir, hubungan antara PK dan NB menunjukkan path coefficient sebesar 0.265, dengan nilai statistik T (3.534) dan nilai P (0.000) yang menunjukkan signifikansi yang kuat. Pengaruh ini signifikan secara statistik, sehingga hipotesis diterima. Secara keseluruhan, dari lima jalur yang diuji, dua jalur (HU → NB dan PK → NB) menunjukkan pengaruh yang signifikan dan hipotesis diterima, sementara tiga jalur lainnya (EH → NB, HK → NB, dan KM → NB) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dan hipotesis ditolak.

R square

	R-square	R-square adjusted
NB	0.74	0.726

Nilai R^2 untuk variabel ditampilkan dalam tabel. Sebagai ukuran statistik, R^2 menunjukkan proporsi variansi dalam variabel dependen yang dapat diprediksi berdasarkan variabel independen. Sebanyak 74% dari variansi dalam NB dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang terkait, seperti yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,74 untuk NB. Ini merupakan persentase yang signifikan, menunjukkan bahwa model ini sangat cocok untuk memprediksi NB.

Effect Size

	f Square	Effect Size	
EH	0.000	Kecil	NB
HK	0.011	Kecil	
HU	0.034	Sedang	
KM	0.010	Kecil	
PK	0.068	Sedang	

Berdasarkan analisis, nilai f^2 sebesar 0.000 menunjukkan bahwa pengaruh variabel EH terhadap variabel dependen adalah sangat kecil, bahkan hampir tidak ada. Menurut Chin (1998b), nilai ini termasuk dalam kategori efek yang kecil karena berada di bawah 0.02. Selanjutnya, nilai f^2 sebesar 0.011 menunjukkan bahwa pengaruh variabel HK terhadap variabel dependen juga tergolong kecil. Berdasarkan kriteria yang sama, nilai ini tetap masuk dalam kategori efek kecil karena berada di bawah 0.02.

Sebaliknya, nilai f^2 sebesar 0.034 menunjukkan bahwa pengaruh variabel HU terhadap variabel dependen adalah sedang. Berdasarkan kriteria dari Chin (1998b), nilai ini termasuk dalam kategori efek sedang karena berada antara 0.02 dan 0.15. Sementara itu, nilai f^2 sebesar 0.010 menunjukkan bahwa pengaruh variabel KM terhadap variabel dependen adalah kecil. Sesuai dengan teori dari Chin (1998b), nilai ini masuk dalam kategori efek kecil karena berada di bawah 0.02.

Terakhir, nilai f^2 sebesar 0.068 menunjukkan bahwa pengaruh variabel PK terhadap variabel dependen adalah sedang. Berdasarkan kriteria dari Chin (1998b), nilai ini termasuk dalam kategori efek sedang karena berada antara 0.02 dan 0.15. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar variabel independen dalam

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

model ini memiliki ukuran efek yang kecil terhadap variabel dependen, dengan pengecualian variabel HU dan PK yang memiliki efek sedang.

Effect Moderasi

Table 4.18 effect Moderasi

	Hipotesis	β	T	P values	Hasil
PS x KM -> NB	Pengaruh sosial memperkuat pengaruh persepsi keamanan terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika	0.013	0.136	0.446	Tidak didukung
PS x HU -> NB	Pengaruh Sosial memperkuat pengaruh harapan upaya terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika	-0.109	1.337	0.091	Tidak didukung
PS x PK - > NB	Pengaruh sosial memperkuat pengaruh persepsi keamanan terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika	0.145	1.395	0.081	Tidak didukung
PS x EH - > NB	Pengaruh sosial memperkuat pengaruh Efisiensi Harga terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.	-0.194	2.29	0.011	Terdukung
PS x HK -> NB	Pengaruh Sosial memperkuat pengaruh Harapan Kinerja terhadap niat menggunakan sistem pembayaran digital pada wisatawan di Kuta Mandalika.	0.098	1.041	0.149	Tidak didukung

Berdasarkan analisis path coefficient dengan PS sebagai variabel moderasi antara variabel independen dan variabel dependen, hasil menunjukkan variasi dalam pengaruhnya. Pertama, path coefficient sebesar 0.013 untuk interaksi antara PS dan KM terhadap NB menunjukkan bahwa PS tidak memberikan pengaruh signifikan pada hubungan ini, dengan nilai statistik T yang rendah (0.136) dan nilai P yang tinggi (0.446) sehingga hipotesis ini di tolak . Kedua, path coefficient sebesar -0.109 untuk interaksi antara PS dan HU terhadap NB menunjukkan bahwa PS memberikan pengaruh negatif pada hubungan ini. Meskipun demikian, pengaruh ini mendekati signifikan pada tingkat signifikansi 0.10 tetapi tidak signifikan pada tingkat 0.05, dengan nilai statistik T sebesar 1.337 dan nilai P sebesar 0.091 sehingga hipotesis ini pun ditolak.

Selanjutnya, path coefficient sebesar 0.145 untuk interaksi antara PS dan PK terhadap NB menunjukkan bahwa PS memberikan pengaruh positif pada hubungan ini, dengan nilai

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

statistik T sebesar 1.395 dan nilai P sebesar 0.081, yang mendekati signifikan pada tingkat signifikansi 0.10 namun tidak signifikan pada tingkat 0.05 sehingga hipotesis ini pun ditolak. Pada interaksi antara PS dan EH, path coefficient sebesar -0.194 menunjukkan bahwa PS memberikan pengaruh negatif yang signifikan, dengan nilai statistik T sebesar 2.29 dan nilai P sebesar 0.011, yang menunjukkan bahwa PS memperlemah hubungan antara EH dan NB secara signifikan dan ini menunjukkan bahwa hipotesisnya diterima. Terakhir, koefisien jalur sebesar 0.098 untuk interaksi antara PS dan HK terhadap NB menunjukkan bahwa PS memberikan pengaruh positif pada hubungan ini, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik dengan nilai statistik T sebesar 1.041 dan nilai P sebesar 0.149. Secara keseluruhan, hanya interaksi antara PS dan EH yang menunjukkan pengaruh signifikan sebagai variabel moderasi, di mana PS memperlemah hubungan antara EH dan NB. Interaksi PS dengan variabel independen lainnya tidak menunjukkan pengaruh signifikan sebagai variabel moderasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor memiliki pengaruh signifikan terhadap niat wisatawan di Kuta Mandalika untuk menggunakan sistem pembayaran digital. Faktor harapan Upaya dan persepsi keamanan menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap niat penggunaan. Artinya, wisatawan lebih cenderung menggunakan sistem pembayaran digital ketika mereka merasa bahwa sistem tersebut mudah digunakan, hemat biaya, dan aman. Di sisi lain, harapan kinerja, efisiensi harga, dan kondisi yang memfasilitasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor ini tidak cukup kuat untuk memengaruhi keputusan wisatawan dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Selain itu, pengaruh sosial sebagai faktor moderasi hanya memperkuat hubungan antara efisiensi biaya dan niat penggunaan, sementara tidak ada pengaruh signifikan yang ditemukan sebagai moderator untuk faktor-faktor lainnya. Ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dapat meningkatkan dampak efisiensi biaya terhadap niat penggunaan, tetapi tidak berpengaruh terhadap hubungan antara harapan kinerja, harapan upaya, kondisi yang memfasilitasi, atau persepsi keamanan dengan niat penggunaan.

Keunikan temuan ini terletak pada beberapa poin penting. Pertama, meskipun harapan upaya terhadap niat berperilaku diterima, pengaruh sosial sebagai moderator ditolak, menunjukkan bahwa meskipun wisatawan merasa sistem mudah digunakan, pengaruh sosial tidak memperkuat hubungan ini. Kedua, persepsi keamanan terhadap niat berperilaku diterima, namun ketika dimoderasi oleh pengaruh sosial, hubungannya juga ditolak. Ini mengindikasikan bahwa meskipun wisatawan merasa sistem aman, pengaruh sosial tidak memperkuat persepsi ini dalam keputusan mereka untuk menggunakan sistem. Ketiga, efisiensi biaya terhadap niat berperilaku diterima, namun ketika dimoderasi oleh pengaruh sosial, hubungan ini diterima. Artinya, pengaruh sosial memainkan peran penting dalam memperkuat persepsi wisatawan tentang efisiensi biaya dalam keputusan mereka untuk menggunakan sistem pembayaran digital.

Secara keseluruhan, temuan ini memberikan wawasan penting bagi penyedia layanan pembayaran digital dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi sistem pembayaran digital di kalangan wisatawan. Dengan memahami faktor-faktor yang paling berpengaruh, mereka dapat lebih fokus pada aspek kemudahan penggunaan, efisiensi biaya, dan keamanan, serta

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mempertimbangkan bagaimana pengaruh sosial dapat dimanfaatkan untuk memperkuat dampak dari faktor-faktor tersebut.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Khouri, A. M. (2014). Digital Payment Systems: Global Opportunities Still Waiting to be Unleashed. *Business and Economic Research*, 4(2), 136. <https://doi.org/10.5296/ber.v4i2.6296>
- Azizurrohman, M., Martayadi, U., Najmudin, M., Fathurrahim, F., & Bratayasa, I. (2023). Tourism industry and community readiness: a case study of the Mandalika Special Economic Zone (KEK). *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 7(1), 60-68. <https://doi.org/10.18196/jerss.v7i1.13652>
- Alam, M., Moudud-Ul-Huq, S., Sadekin, M., Hassan, M., & Rahman, M. (2021). Influence of social distancing behavior and cross-cultural motivation on consumers' attitude to using m-payment services. *Sustainability*, 13(19), 10676. <https://doi.org/10.3390/su131910676>
- Alalwan, A. A. (2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse. *International Journal of Information Management*, 50, 28-44. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.04.008>
- Al-Okaily, M., Lutfi, A., Alsaad, A., Taamneh, A., & Alsyouf, A. (2020). The Determinants of Digital Payment Systems' Acceptance under Cultural Orientation Differences: The Case of Uncertainty Avoidance. *Technology in Society*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101367>
- Amofah, D. and Chai, J. (2022). Sustaining consumer e-commerce adoption in sub-Saharan Africa: do trust and payment method matter?. *Sustainability*, 14(14), 8466. <https://doi.org/10.3390/su14148466>
- Badrudin, R., Kairupan, D. J. I., & Dodo, Y. A. (2022). Study on the development and use of e-commerce in the special region of Yogyakarta with De Lone and Mc. Lean IS success model. *KINERJA* 26(2), 179-194. <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/760/2/Study%20on%20the%20Development%20and%20Use%20of%20E-commerce%20in.pdf>
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Nassen, K. D. (1998). Representation of measurement error in marketing variables: Review of approaches and extension to three-facet designs. *Journal of Econometrics*, 89(1-2), 393-421.
- Basit, A. (2022). Strategi pengembangan pariwisata halal di Kota Mandalika Kabupaten Lombok Tengah. *Tourism Scientific Journal*, 7(1), 130-154. <https://doi.org/10.32659/tsj.v7i1.143>
- Bush, T. (2020, June 22). Descriptive Analysis: How-To, Types, Examples. *Pestle Analysis*. <https://pestleanalysis.com/descriptive-analysis/>
- Butarbutar, N., Grace, E., Putra, L. A., Loist, C., & Sudirman, A. (2022). Behavioural Intention Constituent Analysis of QRIS Digital Payment Tools in MSMEs in Pematangsiantar City. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(4), 1537. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1023>
- Bozhuk, S., Pletneva, N., Maslova, T., & Evdokimov, K. (2020). Problems of transformation in the tourism industry in the digital economy. *SHS Web of Conferences*, 73, 01003. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207301003>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Casaló, L. V., Flavián, C., Guinalú, M. (2007). The Role Of Security, Privacy, Usability and Reputation In The Development Of Online Banking. *Online Information Review*, 5(31),583-603. <https://doi.org/10.1108/14684520710832315>
- Cahyani, U. E., Sari, D. N., Afandi, A. (2022). Determinant Of Behavioural Intention To Use Digital Zakat Payment: the Moderating Role Of Knowledge Of Zakat. *ZISWAF*, 1(9), 1. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330>
- Canada. (2021, September 2). 3.2.2 Probability sampling. Statistics Canada. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/edu/power-pouvoir/ch13/prob/5214899-eng.htm>
- Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaiyasoonthorn, W. (2022). Continuance intention to use digital payments in mitigating the spread of COVID-19 virus. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 527–536. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.001>
- Chang, L., Wang, Y., Liu, J., & Zhang, X. (2023). Study on factors influencing college students' digital academic reading behavior. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1007247>
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS quarterly*, vii-xvi.
- Christina, C., Ariyanto, H., & Peranginangin, P. (2023). Factors influencing the intention to use mobile payment in indonesia. *Wahana Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 26(1), 93-109. <https://doi.org/10.35591/wahana.v26i1.814>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques: Third Edition*. New York: John Wiley & Sons.
- Daud, K. A., Khidzir, N. Z., Ismail, A. R., & Abdullah, F. A. (2018). Validity and reliability of instrument to measure social media skills among small and medium entrepreneurs at Pengkalan Datu River. *International Journal of Development and Sustainability*, 1026-1037
- Devisakti, A. and Muftahu, M. (2022). Does online assessments support of students in higher education? the moderating role of it experience. *International Journal of Information and Learning Technology*, 39(4), 305-318. <https://doi.org/10.1108/ijilt-12-2021-0186>
- Estriani, H. (2019). Kawasan ekonomi khusus (kek) mandalika dalam implementasi konsep pariwisata berbasis ecotourism: peluang dan tantangan. *Jurnal Mandala Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 64-79. <https://doi.org/10.33822/mjihi.v2i1.995>
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A., Buchner, A. (2007). G*power 3: a Flexible Statistical Power Analysis Program For The Social, Behavioural, And Biomedical Sciences. *Behaviour Research Methods*, 2(39), 175-191. <https://doi.org/10.3758/bf03193146>
- Farzanegan, M., Gholipour, H., Feizi, M., Nunkoo, R., & Andargoli, A. (2020). International tourism and outbreak of coronavirus (covid-19): a cross-country analysis. *Journal of Travel Research*, 60(3), 687-692. <https://doi.org/10.1177/0047287520931593>
- Ferdana, A. D., Ridlwan, A. A., Canggih, C., & Fikriyah, K. (2022). Z Generation's Intention to Use Zakat Digital Payment: The Mediating Effect of Trust. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(2), 171-189.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Filipiak, B., Dylewski, M., & Kalinowski, M. (2020). Economic development trends in the eu tourism industry. towards the digitalization process and sustainability. *Quality & Quantity*, 57(S3), 321-346. <https://doi.org/10.1007/s11135-020-01056-9>
- Forster, J. J. (2001). Sample Surveys: Nonprobability Sampling. *International Encyclopedia of the Social & Behavioural Sciences*, 13467-13470. <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/00499-X>
- Fornell, C., & Lacker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50
- Gupta, A., & Dogra, N. (2017). Tourist adoption of mapping apps: A UTAUT perspective of smart travellers. *Tourism and hospitality management*, 23(2), 145-161.
- Grégoire, Y., & Fisher, R. J. (2006). The effects of relationship quality on customer retaliation. *Marketing Letters*, 17, 31-46.
- Habibi, A., Yaakob, M. F. M., & Sofwan, M. (2022). Student use of digital libraries during COVID-19: structural equation modelling in Indonesian and Malaysian contexts. *Electronic Library*, 40(4), 472-485. <https://doi.org/10.1108/EL-12-2021-0212>
- Hagaman, A. (2022). 5 Easy Ways to Optimize Your Survey Pre-Screening Questions. AytM. <https://aytm.com/blog/5-easy-ways-to-optimize-your-survey-pre-screening-questions/>
- Hair Jr., J. F., Money, A. H., Samouel, P., & Page, M. (2015). *Essentials of Business Research Methods*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315716862>
- Haris, A. and Ningsih, N. (2020). Impact of tourism on community development and income in kuta mandalika beach kuta village, pujut district, central lombok. *Jisip (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(3). <https://doi.org/10.36312/jisip.v4i3.1225>
- HERMANTO, B., SURYANTO, S., TAHIR, R. (2023). Exploring the Drivers Of Tourists' Revisit Intention: Does Digital Payment Adoption And Tour Guide Performance Matters?. *GTG*, 1(46),124-134. <https://doi.org/10.30892/gtg.46114-1008>
- Hobbs, M. (2016, September 15). What is test-retest reliability and why is it important? Cambridge Cognition. <https://www.cambridgecognition.com/blog/entry/what-is-test-retest-reliability-and-why-is-it-important#:~:text=Why%20is%20it%20important%20to,representative%20and%20stable%20over%20time.>
- Jaradat, M. I. R. M., & Faqih, K. M. (2014). Investigating the moderating effects of gender and self-efficacy in the context of mobile payment adoption: A developingcountry perspective. *International Journal of Business and Management*, 9(11), 147.
- Kabir, S. M. (2016). *Methods of Data Collection*. In S. M. Kabir (Ed.), *Basic Guidelines for Research: An Introductory Approach for All Disciplines* (pp. 201-276). BookZone Publication
- Kamal, I., Rizki, R., & Aulia, M. (2023). The enthusiasm of digital payment services and millennial consumer behaviour in indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(2), e0923.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Kantika, K., Kurniasari, F., & Mulyono, M. (2022). The Factors Affecting Digital Bank Services Adoption Using Trust as Mediating Variable. *Journal of Business and Management Review*, 3(10), 690–704. <https://doi.org/10.47153/jbmr310.4882022>
- Koenig-Lewis, N., Marquet, M., Palmer, A., & Zhao, A. L. (2015). Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption. *The Service Industries Journal*, 35(10), 537-554.
- Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., & Joseph, R. (2021). Factors influencing the adoption postponement of mobile payment services in the hospitality sector during a pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 26-39. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.004>
- Kumar, S. N., & Puttanna, K. (2018). Payments transition in India – Consumer preferences and policy shifts. *Banks and Bank Systems*, 13(4), 17–30. [https://doi.org/10.21511/bbs.13\(4\).2018.02](https://doi.org/10.21511/bbs.13(4).2018.02)
- Kharuddin, A. F., Azid, N., Mustafa, Z., Kamari, M. N., Ibrahim, K. F., & Kharuddin, D. (2020). Determination of Sample Size in Early Childcare Centre (TASKA) Service Project in Malaysia: Classification and Analytical Approach. *Albukhary Social Business Journal (ASBJ)*, 104-112.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research. *Educational and Psychological Measurement*, 607-610. <http://doi.org/10.1172/001316447003000308>
- Kwabena, G., Qiang, M., Wenyuan, L., Qalati, S. A., Erusalkina, D. (2019). Effects Of the Digital Payment System On Smes Performance In Developing Countries; A Case Of Ghana. *epra*, 79-87. <https://doi.org/10.36713/epra2997>
- Lai, P. (2008). Research Methodology for Novelty Technology. *Journal of Information Systems and Technology Management – Jistem USP*. <http://doi.org/10.4301/S1807-1725201815010>
- Linge, A. A., Chaudhari, T., Kakde, B. B., Singh, M. (2023). Analysis Of Factors Affecting Use Behaviour Towards Mobile Payment Apps: a Sem Approach. *Human Behaviour and Emerging Technologies*, (2023), 1-13. <https://doi.org/10.1155/2023/3327994>
- Li, X., Liang, X., Yu, T., Ruan, S., & Fan, R. (2022). Research on the integration of cultural tourism industry driven by digital economy in the context of covid-19—based on the data of 31 chinese provinces. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.780476>
- LibGuides. (2013). Quantitative Research and Analysis: Quantitative Methods Overview. Letourneau University. <https://libguides.letu.edu/quantresearch#:~:text=Quantitative%20Research%20Definition,statistical%20data%20using%20computational%20techniques>
- Liu, T., Lin, T., & Hsu, S. (2022). Continuance usage intention toward e-payment during the covid-19 pandemic from the financial sustainable development perspective using perceived usefulness and electronic word of mouth as mediators. *Sustainability*, 14(13), 7775. <https://doi.org/10.3390/su14137775>
- Linge, A. A., Chaudhari, T., Kakde, B. B., Singh, M. (2023). Analysis Of Factors Affecting Use Behaviour Towards Mobile Payment Apps: a Sem Approach. *Human*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Behaviour and Emerging Technologies, (2023), 1-13.
<https://doi.org/10.1155/2023/3327994>
- Lizam, M. (2019). *DIGITAL TECHNOLOGY AND THE REAL ESTATE INDUSTRY* (Vol. 9).
- Loeb, S., Dynarski, S., McFarland, D., Morris, P., Reardon, S., & Reber, S. (2017). Descriptive analysis in education: A guide for researchers. U.S. Department of Education, Institute of Education Sciences, National Center for Education
- Lee, C. T., & Pan, L. Y. (2023). Smile to pay: predicting continuous usage intention toward contactless payment services in the post-COVID-19 era. *International Journal of Bank Marketing*, 41(2), 312–332. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2022-0130>
- Mareta, Y. and Meiryani, M. (2023). Determinants of interest using qris as a payment technology for e-wallet by z generation in indonesia. *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(2), 800. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i2.11175>
- Muhtasim, D. A., Yee Tan, S., Hassan, A., Pavel, M. I., & Susmit, S. (n.d.). Customer Satisfaction with Digital Wallet Services: An Analysis of Security Factors. In *IJACSA) International Journal of Advanced Computer Science and Applications* (Vol. 13, Issue 1). www.ijacsa.thesai.org
- Musyaffi, A. M., Johari, R. J., Rosnidah, I., Sari, D. A. P., Amal, M. I., Tasyrifania, I., Pertiwia, S. A., & Sutanti, F. D. (2021). Digital Payment during Pandemic: An Extension of the Unified Model of QR Code. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(6), 213–223. <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0172>
- Muttalib, A. (2022). Development of the potential establishment of the sports industry in creating business opportunities in kuta mandalika. *International Journal of Economics and Business Administration*, X(Issue 3), 97-111. <https://doi.org/10.35808/ijeba/779>
- Ma, C., Jin, Z., Mei, Z., Zhou, F., She, X., Huang, J., & Liu, D. (2022). Internet of Things Background: An Empirical Study on the Payment Intention of Central Bank Digital Currency Design. *Mobile Information Systems*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/4846372>
- Mohd Suki, N., Mohd Suki, N., & Hussin Shokri, M. F. (2023). Examining youths' intention to use social media networks for understanding zakat online campaigns that use creative animation. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1696-1714.
- Najib, M., & Fahma, F. (2020b). *Investigating the Adoption of Digital Payment System through an Extended Technology Acceptance Model: an Insight from the Indonesian Small and Medium Enterprises*. 10(4).
- Namahoot, K. and Jantasri, V. (2022). 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>
- Nur, T., & Panggabean, R. R. (2021). Factors influencing the adoption of mobile payment method among generation Z: the extended UTAUT approach. *Nur, T. and Panggabean, RR*, 14-28.
- Nurdin, A. A., Pamungkas, A. B., & Kholifah, A. N. (2023). Factors that influence the use of digital payments as ease of transactions in the digital era. *MATRIX: Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 13(1), 25–32. <https://doi.org/10.31940/matrix.v13i1.25-32>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Pallant, J. (2001). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS for Windows version 10*. Open University Press.
- Paudel, N. K. R., Kayastha, N. R. K. (2022). A Study On the Effectiveness Of Payment Service Providers With Its Future Prospects: A Case Study Among The Users In Kathmandu Valley. *int. j. eng. mgmt. res.*, 4(12), 114-124. <https://doi.org/10.31033/ijemr.12.4.15>
- Paradis, E., O'brien, B., Nimmon, L., Bandiera, G., & Martimianakis, M. A. (2016). Design: Selection Of Data Collection Methods. *Journal Of Graduate Medical Education*, 263-264. <https://doi.org/10.4300/Jgme-D-16-00098.1>
- Prayudi, P., Ardhanariswari, K., Sagita, V., Probosari, N., Murdianingrum, S., Wijayani, A., ... & Susilowati, D. (2022). Implementation of creative economy digital transformation at mandalika lombok super priority tourism destination. *Journal of Social and Political Sciences*, 5(4). <https://doi.org/10.31014/aior.1991.05.04.384>
- Price, P. C., Jhangiani, R., & Chiang, I.-C. A. (2015). Reliability And Validity Of Measurement. In P. C. Price, R. Jhangiani, & I.-C. A. Chiang (Eds.), *Research Methods In Psychology – 2nd Canadian Edition* (Pp. 96-102). Bccampus. <https://opentextbc.ca/researchmethods/chapter/reliability-and-validity-of-measurement/>
- Putra, R. (2023). Sikap masyarakat desa kuta terhadap wisatawan setelah pengembangan kawasan ekonomi khusus mandalika. *JRTour*, 3(2), 851-862. <https://doi.org/10.47492/jrt.v3i2.2864>
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sánchez-García, J., & Robres, E. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1210. <https://doi.org/10.3390/su11041210>
- Rahmawati, R., Ramdani, T., & Juniarsih, N. (2023). Potential development of bau nyale tradition as cultural tourism in lombok. *Sangkep Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 5(2), 149-156. <https://doi.org/10.20414/sangkep.v5i2.6790>
- Ramayah, T. J. F. H., Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., & Memon, M. A. (2018). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using smartPLS 3.0. *An updated guide and practical guide to statistical analysis*, 978-967.
- Robinson, G., Dörry, S., & Derudder, B. (2022). Global networks of money and information at the crossroads: correspondent banking and swift. *Global Networks*, 23(2), 478-493. <https://doi.org/10.1111/glob.12408>
- Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How Reliable Are Measurement Scales? External Factors With Indirect Influence On Reliability Estimators. *Procedia Economics And Finance*, 679-686. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00123-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00123-9)
- Qasim, H., & Abu-Shanab, E. (2016b). Drivers Of Mobile Payment Acceptance: The Impact Of Network Externalities. *Information Systems Frontiers*, 18(5), 1021–1034. <https://doi.org/10.1007/S10796-015-9598-6>
- Rahayu, R. (2022). Factors that influence the behavioural intention to use e-payments in indonesia. *Ekonomis Journal of Economics and Business*, 6(1), 116. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.504>
- Rahman, M., Ismail, I., & Bahri, S. (2020). Analysing Consumer Adoption Of Cashless Payment In Malaysia. *Digital Business*, 1(1). <https://doi.org/10.1016/J.Digbus.2021.100004>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Rhee, T., Wood, J., & Kim, J. (2022). Digital Transformation As A Demographic And Economic Integrated Policy For Southeast Asian Developing Countries. *Sustainability (Switzerland)*, 14(5). <https://doi.org/10.3390/Su14052857>
- Said, F., Gs, A., Rahman, A., Djohan, M., & Sukarana, M. (2023). Digital marketing communication strategy of tourism destination of mandalika: a semiotic analysis. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(1), 16-31. <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i1.5985>
- Schepers, J., & Wetzels, M. (2007). A Meta-Analysis Of The Technology Acceptance Model: Investigating Subjective Norm And Moderation Effects. *Information And Management*, 44(1), 90–103. <https://doi.org/10.1016/J.Im.2006.10.007>
- Showkat, N., & Parveen, H. (2017, July). Non-Probability And Probability Sampling. E-Pg Pathshala.
- Sivathanu, B. (2019). Adoption Of Digital Payment Systems In The Era Of Demonetization In India: An Empirical Study. *Journal Of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/Jstpm-07-2017-0033>
- Sutrisno, T. F. C. W., & Sutrisno, T. F. C. W. (N.D.). *The Effect Of Tam Factor On Repurchase Intention (Go-Pay Digital Wallet Case Study)*. 10, 181–197.
- Syafruddin, S., Wadi, H., & Suud, S. (2020). Tourism industry and women's employment mobility in the special economic zone (sez) of mandalika kuta lombok. *Society*, 8(1), 136-146. <https://doi.org/10.33019/society.v8i1.175>
- Tang, Y. M., Chau, K. Y., Hong, L., Ip, Y. K., & Yan, W. (2021). Financial Innovation In Digital Payment With Wechat Towards Electronic Business Success. *Journal Of Theoretical And Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1844–1861. <https://doi.org/10.3390/Jtaer16050103>
- Tenny, S., Brannan, G. D., Brannan, J. M., & Sharts-Hopko, N. C. (2021, May 30). Qualitative Study. Nih.Gov. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/Nbk470395/>
- Trisanti, T. (2024). Analyze the influence of the technology acceptance model (TAM) on the use of fintech lending. *JEB*, 18 (2), 103-112. <file:///C:/Users/Admin/Downloads/1+Theresia+Trisanti+STIE+YKPN.pdf>
- Tian, Y., Chan, T. J., Suki, N. M., & Kasim, M. A. (2023a). Moderating Role Of Perceived Trust And Perceived Service Quality On Consumers' Use Behaviour Of Alipay E-Wallet System: The Perspectives Of Technology Acceptance Model And Theory Of Planned Behaviour. *Human Behaviour And Emerging Technologies*, 2023. <https://doi.org/10.1155/2023/5276406>
- 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/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Walton, S. M., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. In *Mis Quarterly* (Vol. 36, Issue 1). <http://srn.com/abstract=2002388>
- Xu, P., Kim, C. S., Bai, B., & Kim, P. B. (2023). Determinants of Chinese travellers' use of mobile payment applications when staying at an overseas hotel. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-21.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Yang, M., Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N., & Zainol, N. (2021). Cashless transactions: a study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability*, 13(2), 831. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Yu, M., Tsai, F. S., Jin, H., & Zhang, H. (2022). Digital finance and renewable energy consumption: evidence from China. *Financial Innovation*, 8(1), 58.
- Zamboni, J. (2018, May 15). The Advantages Of A Large Sample Size. *Sciencing*. <https://Sciencing.Com/Advantages-Large-Sample-Size-7210190.Html>
- Zhu, J. (2023). Predicting elderly users' intention of digital payments during covid-19: an extension of the theory of planned behavior model. *International Journal of Social Economics*, 51(2), 248-264. <https://doi.org/10.1108/ijse-11-2022-0759>
- Zitri, I. (2023). Pariwisata halal di nusa tenggara barat: implementasi dalam kawasan ekonomi khusus mandalika. *Journal of Social and Policy Issues*, 113-120. <https://doi.org/10.58835/jspi.v3i3.107>

