

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Model UTAUT

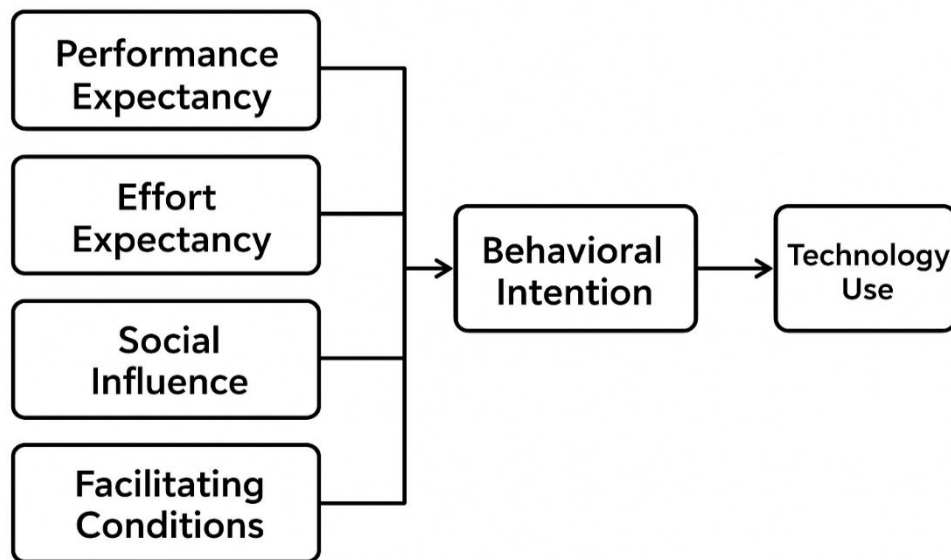
Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dikembangkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis (2003) sebagai hasil sintesis dari delapan teori utama yang menjelaskan perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi. Teori-teori tersebut meliputi:

1. *Theory of Reasoned Action* (TRA),
2. *Technology Acceptance Model* (TAM),
3. *Motivational Model* (MM),
4. *Theory of Planned Behavior* (TPB),
5. *Combined TAM-TPB*,
6. *Model of PC Utilization* (MPCU),
7. *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan
8. *Social Cognitive Theory* (SCT).

Model ini dikembangkan untuk mengintegrasikan berbagai variabel yang dianggap paling kuat dalam menjelaskan perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi informasi, serta menghasilkan penjelasan yang lebih komprehensif dibandingkan model-model sebelumnya. Menurut (Venkatesh et al., 2003), model UTAUT mampu

menjelaskan sekitar 70% variasi perilaku penerimaan teknologi (behavioral intention)—lebih tinggi dibandingkan model TAM yang hanya menjelaskan sekitar 40%.

Gambar 1.1 Model UTAUT



2.1.1.1 Performance expectancy

Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*) merujuk pada tingkat keyakinan pengguna bahwa memanfaatkan teknologi tertentu akan menghasilkan keuntungan yang signifikan atau membantu mereka mencapai tujuan saat menyelesaikan tugas atau aktivitas spesifik.

2.1.1.2 Effort Expectancy

Tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat berinteraksi dan menggunakan suatu teknologi. Dalam studi yang dilakukan oleh Venkatesh, telah

ditemukan bahwa faktor Ekspektasi Usaha memiliki dampak signifikan terhadap Niat Perilaku (Behavioral Intention) pengguna untuk mengadopsi teknologi tersebut.

2.1.1.3 Social Influence

Keyakinan individual bahwa individu-individu signifikan dalam kehidupannya seperti keluarga, teman, atau kolega mengharapkan atau meyakini bahwa ia sebaiknya mengadopsi atau menggunakan teknologi yang dimaksud

2.1.1.4 Facilitating Conditions

Keyakinan bahwa sarana prasarana yang tersedia, baik dari segi teknis maupun dukungan organisasi, memadai untuk memfasilitasi penggunaan teknologi tersebut secara efektif.

2.1.2 Finance Technology

Fintech, yang merupakan akronim dari financial technology, merepresentasikan konvergensi antara sektor finansial dan teknologi digital. Secara definisional, konsep ini mengacu pada inovasi berbasis teknologi yang ditujukan untuk mengotonomasi dan meningkatkan efektivitas penyediaan serta pemanfaatan jasa keuangan (Kong et al., 2016). Cakupan inovasi ini melingkupi spektrum luas, mulai dari aplikasi baru, optimalisasi proses, hingga pengembangan model bisnis yang secara fundamental mengubah pasar jasa keuangan konvensional. Di ranah regulasi domestik, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Indonesia mendefinisikan Fintech sebagai penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan

produk atau layanan baru, yang berpotensi memengaruhi stabilitas moneter, integritas sistem keuangan, dan efisiensi operasional sistem pembayaran.

Menurut (Kong et al., 2016) Perkembangan historis Fintech dapat diklasifikasikan ke dalam tiga fase evolusioner yang ditandai oleh pergeseran fokus teknologi:

1. Fase Infrastruktur (Pra-1980)

Pada periode awal evolusi *Financial Technology* (yang diklasifikasikan sebagai Fase 1.0, berlangsung sebelum dekade 1980-an), fokus inovasi diarahkan secara eksklusif pada pembangunan fondasi infrastruktur komunikasi dan interkoneksi antarlembaga keuangan. Era ini ditandai oleh kemunculan sistem seperti kartu kredit dan pendirian jaringan komunikasi global antar bank (SWIFT), yang berperan krusial dalam memfasilitasi transfer data dan instruksi keuangan lintas batas. Dengan demikian, peningkatan efisiensi yang dicapai pada fase ini berorientasi pada proses *back-office* dan interbank, bukan pada interaksi langsung dengan konsumen akhir.

2. Fase Migrasi Digital (1980 hingga 2008)

Fase ini, yang umumnya terjadi antara tahun 1980 hingga 2008, merupakan periode transisi yang substansial. Inovasi pada fase ini diinisiasi oleh ekspansi global internet dan peningkatan kapabilitas komputasi, yang memicu layanan jasa keuangan untuk bermigrasi dari saluran fisik menuju platform digital. Pergeseran ini menghasilkan konseptualisasi dan implementasi *e-banking*, suatu sistem yang memungkinkan eksekusi berbagai jenis transaksi finansial tanpa memerlukan

kehadiran fisik nasabah di lokasi kantor bank. Oleh karena itu, *Fintech 2.0* bertanggung jawab atas pembentukan antarmuka digital yang memediasi interaksi antara institusi perbankan dengan konsumen, menandai langkah signifikan pertama menuju desentralisasi akses layanan keuangan.

3. Fase Disrupsi (2008 hingga Kini)

Periode terkini ini, yang dimulai sekitar tahun 2008, menandai fase transformatif yang bersifat disrupsi dan didorong oleh dua faktor fundamental: gejolak krisis keuangan global dan akselerasi teknologi masif. Adopsi ekstensif perangkat seluler pintar (*smartphone*), integrasi komputasi awan (*cloud computing*), serta munculnya teknologi *Distributed Ledger* (seperti *Blockchain*) secara kolektif menjadi katalisator fase ini.

Karakteristik utama *Fintech 3.0* adalah pergeseran peran sentral kepada entitas *startup* non-bank, yang secara langsung menghadirkan solusi keuangan kepada pengguna akhir. Pendekatan ini secara mendasar mengikis dan mendisrupsi peran perantara tradisional, memungkinkan efisiensi yang lebih tinggi, dan secara signifikan berkontribusi pada peningkatan inklusi keuangan pada skala global.

2.1.3 Digital Payment

2.1.3.1 Pengertian Digital Payment

Digital payment didefinisikan sebagai metode pembayaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk memfasilitasi transaksi keuangan secara cepat, aman, dan praktis tanpa memerlukan uang tunai (Liébana-Cabanillas et al., 2018).

Digital payment mencakup instrumen pembayaran yang menyimpan atau mengakses nilai uang secara elektronik dan digunakan melalui teknologi digital (Löber & Houben, 2018)

2.1.3.2 Jenis-Jenis Pembayaran Digital

1. *E-Wallet* (Dompet Digital)

E-wallet merupakan aplikasi berbasis digital yang memungkinkan pengguna menyimpan nilai uang secara elektronik dan melakukan transaksi pembayaran melalui perangkat seluler. E-wallet umumnya terhubung dengan akun perbankan atau sumber dana lain sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan pengisian saldo dan pembayaran di berbagai konteks konsumsi. Penelitian menunjukkan bahwa e-wallet banyak digunakan karena menawarkan kemudahan, kecepatan transaksi, serta fleksibilitas penggunaan di berbagai situasi (Liébana-Cabanillas et al., 2018). Dalam perspektif perilaku konsumen, persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang mendorong penggunaan e-wallet secara berulang (Abdennebi, 2023)

2. QR-Based Payment (Pembayaran Berbasis Kode QR)

Pembayaran berbasis QR merupakan metode pembayaran digital yang menggunakan kode Quick Response (QR) sebagai media transaksi. Pengguna cukup memindai kode QR yang disediakan untuk menyelesaikan pembayaran melalui

aplikasi pembayaran digital. Di Indonesia, sistem QR payment distandardisasi melalui QRIS oleh Bank Indonesia untuk meningkatkan kemudahan dan interoperabilitas antar penyedia layanan pembayaran (Bank Indonesia, 2023). Standardisasi ini memungkinkan pengguna melakukan transaksi lintas aplikasi, sehingga meningkatkan kenyamanan dan potensi penggunaan pembayaran digital secara lebih luas.

3. Kartu Elektronik (E-Money)

Kartu elektronik mencakup kartu debit, kartu kredit, dan kartu prabayar yang menyimpan atau mengakses nilai uang secara elektronik. Instrumen ini telah lama digunakan sebagai alat pembayaran non-tunai dan menjadi fondasi perkembangan sistem pembayaran digital modern. Menurut Bank for International Settlements, kartu elektronik memberikan tingkat keamanan yang relatif tinggi serta dapat digunakan secara luas dalam jaringan pembayaran nasional dan internasional (BIS, 2015).

2.1.3.3 Peran Pembayaran Digital dalam Ekonomi Digital

Pembayaran digital memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital karena berfungsi sebagai infrastruktur utama yang memungkinkan terjadinya transaksi secara cepat, efisien, dan terdokumentasi. Sistem pembayaran digital mempercepat aliran transaksi ekonomi dan mengurangi ketergantungan pada

uang tunai, sehingga meningkatkan efisiensi sistem keuangan secara keseluruhan (World Bank, 2016).

Selain itu, pembayaran digital juga berkontribusi terhadap peningkatan inklusi keuangan dengan memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal. OECD (2024) menekankan bahwa sistem pembayaran digital yang interoperabel merupakan bagian penting dari digital public infrastructure yang mendukung integrasi layanan ekonomi dan sosial. Dari perspektif perilaku pengguna, pembayaran digital turut membentuk pola konsumsi baru yang lebih fleksibel dan berbasis teknologi, seiring meningkatnya penggunaan platform digital dalam kehidupan sehari-hari (Abdennebi, 2023).

2.1.3.4 Tantangan Pembayaran Digital

Meskipun menawarkan berbagai manfaat, implementasi pembayaran digital masih menghadapi sejumlah tantangan yang berpotensi memengaruhi penerimaan dan penggunaan oleh pengguna.

1. Keamanan (Security)

Keamanan merupakan tantangan utama dalam sistem pembayaran digital. Risiko seperti penipuan digital, pencurian identitas, dan pembajakan akun dapat menurunkan tingkat kepercayaan pengguna. Laporan otoritas keuangan menunjukkan bahwa meskipun sistem autentikasi terus ditingkatkan, kasus fraud dalam

pembayaran digital masih menjadi perhatian global (Grünewald et al., 2021). Oleh karena itu, keamanan menjadi faktor penting yang memengaruhi sikap dan niat pengguna dalam menggunakan pembayaran digital

2. Privasi (Privacy)

Pembayaran digital melibatkan pengumpulan dan pengelolaan data pribadi serta data transaksi pengguna. Kekhawatiran terhadap penyalahgunaan data dan perlindungan privasi dapat memengaruhi keputusan individu untuk menggunakan sistem pembayaran digital. Studi kebijakan menunjukkan bahwa transparansi pengelolaan data dan jaminan perlindungan privasi merupakan elemen penting dalam meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan pembayaran digital (Grünewald et al., 2021)

3. Interoperabilitas (Interoperability)

Interoperabilitas merujuk pada kemampuan sistem pembayaran digital untuk digunakan lintas platform dan penyedia layanan. Kurangnya interoperabilitas dapat menghambat kenyamanan pengguna dan membatasi penggunaan pembayaran digital dalam berbagai situasi transaksi. Upaya standarisasi, seperti penerapan QRIS di Indonesia, merupakan contoh kebijakan yang bertujuan meningkatkan interoperabilitas dan mendorong adopsi pembayaran digital secara lebih luas.

2.1.4. *Digital payment* dalam Pariwisata

Pembayaran digital (*digital payment*) melampaui fungsi transaksionalnya sebagai pengganti uang tunai; ia telah berevolusi menjadi elemen integrasi strategis

dalam ekosistem pariwisata modern. Sistem non-tunai ini, yang di Indonesia diwujudkan melalui platform standar seperti QRIS, menawarkan kecepatan pemrosesan dan akurasi data yang vital bagi bisnis di sektor jasa. Signifikansi utamanya terletak pada peningkatan kualitas pengalaman yang dirasakan wisatawan (*tourist experience*) (Chen et al., 2021) menekankan bahwa sistem transaksi yang lancar, aman, dan efisien secara fundamental mengurangi gesekan (*friction*) dalam proses pembelian, sehingga secara langsung menstimulasi kepuasan pelanggan di destinasi wisata.

Keunggulan *digital payment* di sektor pariwisata bersifat ganda:

1. Peningkatan Pengalaman Wisatawan: Kehadiran fasilitas *digital payment* merupakan respons terhadap ekspektasi wisatawan kontemporer yang menuntut kemudahan dan keamanan. Data nasional menegaskan hal ini, di mana mayoritas wisatawan domestik cenderung memprioritaskan destinasi yang menawarkan kemudahan transaksi non-tunai (Kemenparekraf, 2022). Pradiatiningtyas, et al. (2023) dalam studinya di destinasi wisata Yogyakarta menemukan bahwa kemudahan yang dirasakan (*Perceived Ease of Use*) pada sistem pembayaran digital memiliki peran signifikan dalam penggunaan pelanggan, yang pada gilirannya mencerminkan pengalaman positif.
2. Optimalisasi Efisiensi Operasional UMKM: Bagi UMKM sebagai aktor utama pariwisata, penggunaan *digital payment* berkontribusi pada peningkatan efisiensi transaksi. Penerapan QRIS, misalnya, mengurangi kebutuhan penanganan uang tunai (mengurangi risiko *human error* dan pencurian), mempercepat proses layanan, serta

meningkatkan transparansi dan kemudahan pencatatan keuangan . Mawardi & Suci (2025) menegaskan korelasi positif antara penggunaan *digital payment* dengan efisiensi keuangan usaha mikro, yang merupakan pilar penting dalam model tesis ini.

Meskipun manfaatnya terbukti, implementasi *digital payment* di daerah pariwisata seringkali menghadapi resistensi yang dipengaruhi oleh faktor perilaku dan kontekstual, seperti keterbatasan infrastruktur dan literasi teknologi di kalangan pelaku UMKM (Purike et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian yang menguji penggunaan *Digital payment* melalui lensa perilaku (UTAUT 2) pada konteks pariwisata spesifik Sumatera Barat menjadi krusial. Analisis ini bertujuan untuk mengkaji peran faktor-faktor psikologis dan eksternal dalam membentuk niat dan perilaku penggunaan digital payment oleh wisatawan, serta menilai implikasinya terhadap kualitas dan kenyamanan pengalaman transaksi wisatawan di destinasi pariwisata.

Digital payment merupakan sistem transaksi berbasis teknologi yang menggantikan uang tunai. Menurut (Chen et al., 2021), penggunaan *digital payment* di sektor pariwisata meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 30% melalui efisiensi waktu dan keamanan transaksi. Di Indonesia, data Kemenparekraf (2022) mencatat bahwa 65% wisatawan domestik lebih memilih destinasi dengan fasilitas pembayaran digital. Namun, implementasi di daerah pedesaan masih terhambat oleh infrastruktur dan literasi teknologi (Purike et al., 2022)

2.1.5 *Habit* (Kebiasaan)

Habit (Kebiasaan) merupakan salah satu konstruk yang sangat krusial dan menjadi pembeda utama Model UTAUT 2 dari model pendahulunya, di mana model ini ditambahkan oleh (Venkatesh et al., 2012) bersama *Hedonic Motivation* dan *Price Value*, untuk secara signifikan meningkatkan daya prediksi penerimaan teknologi dalam konteks konsumen dan penggunaan berkelanjutan. Kebiasaan secara teoritis didefinisikan sebagai tingkat di mana individu cenderung melakukan penggunaan teknologi secara otomatis karena telah menjadi rutinitas yang dipelajari melalui kinerja atau pengalaman sebelumnya yang berulang, tanpa perlu melalui proses pengambilan keputusan yang intensif.

Dalam studi penerimaan teknologi, *Habit* tidak sekadar mengukur niat awal untuk menggunakan, melainkan menjadi prediktor yang paling kuat terhadap Perilaku Penggunaan Aktual (*Use Behavior*) dalam jangka Panjang, jika suatu perilaku teknologi sudah menjadi kebiasaan, pengguna akan melakukannya secara refleks, bahkan ketika faktor motivasi lainnya seperti ekspektasi kinerja mungkin menurun. Oleh karena itu, *Habit* menjadi indikator vital yang digunakan untuk mengukur keberlanjutan adopsi teknologi dan sejauh mana teknologi tersebut telah terintegrasi sepenuhnya ke dalam kehidupan sehari-hari pengguna..

Dalam konteks penelitian ini mengenai penggunaan *digital payment* oleh wisatawan di destinasi pariwisata Sumatera Barat, *habit* merefleksikan sejauh mana penggunaan *digital payment* telah menjadi kebiasaan yang dilakukan secara otomatis oleh wisatawan dalam melakukan transaksi, baik dalam aktivitas sehari-hari maupun

selama melakukan perjalanan wisata. Kebiasaan ini terbentuk melalui pengalaman penggunaan berulang sehingga penggunaan *digital payment* tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional yang intensif, melainkan menjadi bagian dari pola perilaku yang relatif stabil. Oleh karena itu, pengujian variabel *habit* menjadi penting untuk memahami konsistensi perilaku penggunaan *digital payment* oleh wisatawan, serta menjadi dasar perumusan hipotesis bahwa *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat dan penggunaan *digital payment*.

2.1.6 Pariwisata dan Wisatawan

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat nasional maupun daerah. Secara konseptual, pariwisata didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke suatu tempat di luar lingkungan tempat tinggalnya untuk jangka waktu sementara, dengan tujuan selain untuk bekerja atau menetap secara permanen (Canton, 2021). Aktivitas pariwisata tidak hanya mencakup perjalanan itu sendiri, tetapi juga melibatkan interaksi antara wisatawan, destinasi, serta berbagai layanan pendukung yang membentuk pengalaman wisata secara keseluruhan.

Dalam perspektif pembangunan daerah, pariwisata berfungsi sebagai penggerak aktivitas ekonomi melalui peningkatan konsumsi wisatawan terhadap berbagai produk dan jasa selama perjalanan wisata. Pengeluaran wisatawan mencakup biaya akomodasi, konsumsi makanan dan minuman, transportasi, tiket

objek wisata, serta pembelian produk lokal. Oleh karena itu, sektor pariwisata memiliki keterkaitan erat dengan proses transaksi ekonomi yang melibatkan wisatawan sebagai pelaku utama selama berada di destinasi wisata (Goeldner & Ritchie, 2012).

Wisatawan merupakan individu yang melakukan perjalanan ke suatu destinasi di luar tempat tinggalnya untuk jangka waktu tertentu dan kembali ke tempat asal setelah perjalanan selesai. Wisatawan domestik secara khusus merujuk pada individu yang melakukan perjalanan wisata di dalam wilayah negara asalnya (Canton, 2021). Dalam kajian pariwisata modern, wisatawan diposisikan sebagai pengguna akhir (*end-user*) dari berbagai layanan dan fasilitas yang tersedia di destinasi wisata, termasuk layanan transportasi, akomodasi, atraksi wisata, serta sistem pembayaran yang digunakan dalam proses transaksi.

Perilaku wisatawan selama perjalanan wisata memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan perilaku konsumen dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas wisata bersifat situasional, tidak rutin, dan sangat dipengaruhi oleh konteks lingkungan destinasi, kondisi sosial, serta keterbatasan waktu selama perjalanan (Cohen, 1979). Kondisi tersebut menyebabkan wisatawan cenderung melakukan pengambilan keputusan yang lebih praktis dan cepat, termasuk dalam menentukan metode pembayaran yang digunakan saat bertransaksi di destinasi wisata.

Teknologi informasi dan komunikasi turut memengaruhi perilaku wisatawan dalam berbagai tahapan perjalanan wisata. Wisatawan semakin terbiasa memanfaatkan teknologi digital untuk mencari informasi destinasi, melakukan pemesanan layanan, serta menyelesaikan transaksi pembayaran secara non-tunai (Buhalis & Law, 2008). Namun demikian, adopsi dan penggunaan teknologi oleh wisatawan tidak selalu bersifat seragam, karena dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, kondisi lingkungan destinasi, serta kebiasaan yang telah terbentuk sebelumnya (Gretzel et al., 2015).

Dalam konteks tersebut, pemahaman mengenai perilaku wisatawan menjadi aspek penting dalam kajian pariwisata berbasis teknologi. Wisatawan tidak hanya dipandang sebagai penerima layanan, tetapi sebagai aktor utama yang menentukan keberhasilan pemanfaatan teknologi di destinasi wisata melalui keputusan dan perilaku penggunaannya. Oleh karena itu, analisis terhadap perilaku wisatawan, khususnya dalam penggunaan teknologi digital seperti sistem pembayaran digital, menjadi relevan untuk mendukung pengembangan pariwisata yang adaptif terhadap transformasi digital.

2.1.7 Behavioral Intention

Behavioral Intention (BI), atau Niat Perilaku, merupakan konstruk esensial dalam kerangka *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Secara konseptual, BI dapat didefinisikan sebagai kecenderungan kognitif dan keinginan diskresioner individu untuk mengadopsi atau mengaplikasikan suatu

sistem teknologi tertentu di masa depan (May et al., 2024). Khusus dalam konteks riset adopsi *Digital payment* di sektor pariwisata, BI merefleksikan komitmen yang disadari oleh pengguna (baik wisatawan maupun pelaku usaha) untuk mempertahankan atau mengintensifkan utilisasi sarana pembayaran digital tersebut.

Peran BI dalam struktur UTAUT 2 bersifat mediasi dan prediktif. Pada fungsi pertama, BI berkedudukan sebagai variabel endogen yang disintesis oleh sejumlah determinan dalam model, termasuk *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit* (Yuliani et al., 2024). Implikasinya, persepsi positif pengguna terhadap faktor-faktor tersebut—misalnya, merasakan kepuasan emosional (*Hedonic Motivation*) dan terbentuknya pola kebiasaan (*Habit*)—akan memperkuat intensitas niat mereka untuk berinteraksi dengan teknologi. Fungsi kedua, dan yang paling kritis, adalah posisi BI sebagai prediktor primer dan langsung terhadap *Use Behavior* (Perilaku Penggunaan Aktual). Literatur ilmiah secara konsisten memvalidasi bahwa *Behavioral Intention* yang robust merupakan penentu kausal paling signifikan dalam mewujudkan tindakan adopsi teknologi secara nyata (Acceptance et al., 2023).

Untuk validitas pengukuran empiris, *Behavioral Intention* dioperasionalkan melalui serangkaian indikator yang menangkap orientasi perilaku di masa mendatang. Indikator standar mencakup evaluasi terhadap niat keberlanjutan penggunaan sistem, rencana peningkatan frekuensi interaksi dengan sistem, serta kecenderungan untuk bertindak sebagai *endorser* atau merekomendasikan penggunaan teknologi kepada pihak lain (May et al., 2024). Oleh

karena itu, *Behavioral Intention* menjadi titik unkit strategis yang menentukan keberhasilan penetrasi dan keberlanjutan implementasi sistem *Digital payment* dalam ekosistem pariwisata.

2.2 Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan adalah sebagai dasar dalam penyusunan penelitian, tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu secara ringkas sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No.	Judul	Variabel	Metodologi	Hasil Penelitian
1	Analisis Penerimaan Pengguna Fitur Pembayaran Contactless Indonesia Sitanggung & Suharto (2024)	X: Performance Expectancy, Expectancy, Influence, Conditions, Motivation, Price Value, Habit Y: Behavioral Intention Mediasi: –	Kuantitatif, survei pengguna pembayaran contactless, analisis SEM-PLS	Performance expectancy, social influence, habit, dan hedonic motivation berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention; effort expectancy dan price value tidak berpengaruh signifikan.
2	Analisis Behavioral Intention dan Use Behavior QRIS pada UMKM di Kota Denpasar – Sukayana & Sinarwati (2022)	X: Performance Expectancy, Expectancy, Influence, Conditions, Motivation, Price Value, Habit Y: Behavioral Intention, Use Behavior Mediasi: Behavioral Intention	Kuantitatif, survei UMKM pengguna QRIS, SEM-PLS	Facilitating conditions, social influence, dan habit berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention; behavioral intention berpengaruh signifikan terhadap use behavior.
3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking dengan Model UTAUT 2 – Hidayat et al. (2020)	X: Performance Expectancy, Expectancy, Influence, Conditions, Motivation, Price Value, Habit Y: Behavioral Intention	Kuantitatif, survei pengguna mobile banking, SEM	Habit dan price value berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention; performance expectancy dan effort expectancy tidak signifikan.

No.	Judul	Variabel	Metodologi	Hasil Penelitian
4	UTAUT Model to Explore Factors Influencing QRIS Adoption among Economics Students in Malang – Mubarak et al. (2023)	Mediasi: – X: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions Y: Adoption Intention Mediasi: –	Kuantitatif, survei mahasiswa, regresi/SEM	Effort expectancy dan social influence berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi QRIS; performance expectancy dan facilitating conditions tidak signifikan.
5	Determinan Niat Perilaku Wisata Adopsi Pembayaran Digital di Kuta Mandalika – Sumantri (2024)	X: Performance Expectancy, Security, Price Efficiency Y: Behavioral Intention Mediasi: –	Kuantitatif, survei wisatawan, SEM-PLS	Performance expectancy, security, dan price efficiency berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention; effort expectancy tidak berpengaruh signifikan.
6	Digital Payment Adoption in Tourism: A Global Perspective – Chen et al. (2021)	X: Performance Expectancy, Trust, Facilitating Conditions Y: Adoption Intention, Use Behavior Mediasi: Behavioral Intention	Kuantitatif SEM PLS	Performance expectancy, trust, dan facilitating conditions berpengaruh signifikan terhadap adoption intention; behavioral intention berpengaruh langsung terhadap use behavior.
7	Adopsi Pelanggan terhadap Sistem Pembayaran Digital di Destinasi Wisata Yogyakarta – Pradiatiningtyas et al. (2023)	X: Perceived Ease of Use, Trust, Perceived Risk Y: Customer Adoption Mediasi: –	Kuantitatif, survei wisatawan, regresi linier	Perceived ease of use dan trust berpengaruh signifikan terhadap adopsi; perceived risk berpengaruh negatif terhadap adopsi pembayaran digital.
8	Adopsi Teknologi Pembayaran Digital QRIS di Kalangan UMKM Labuan Bajo – Petrus Suhardi Ekaputra et al. (2024)	X: Literasi Digital, Infrastruktur, Kesiapan UMKM Y: Adopsi QRIS Mediasi: –	Kualitatif, wawancara mendalam dan observasi	Adopsi QRIS terhambat oleh rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur; preferensi wisatawan non-tunai menjadi peluang utama adopsi.

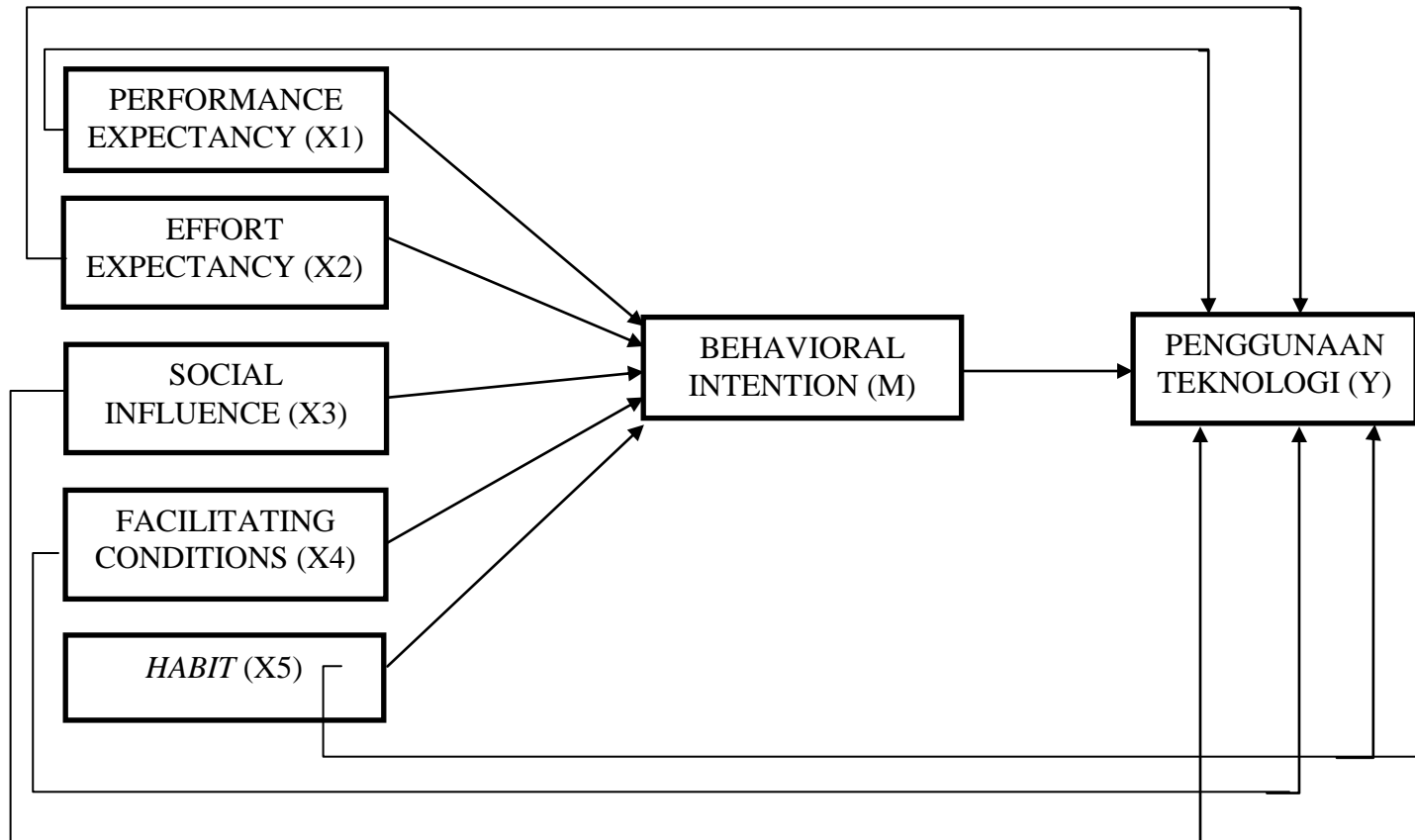
No.	Judul	Variabel	Metodologi	Hasil Penelitian
9	Pengaruh Pembayaran Digital QRIS Berdasarkan Model UTAUT Terhadap Kepuasan Konsumen Saat Pandemi dalam Transaksi Pembayaran di Coffee Shop Yogyakarta Syafila (2022)	X: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Continuance Intention, Trust, Data Security & Privacy Y: Customer Satisfaction Mediasi: Behavioral Intention, Use Behavior	kuantitatif; pengumpulan data melalui kuesioner pada konsumen coffee shop pengguna QRIS di Yogyakarta; analisis data menggunakan SEM-PLS (SmartPLS v3.2.9)	Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived enjoyment, continuance intention, trust, serta data security & privacy berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention. Behavioral intention dan use behavior berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Namun, perceived usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap use behavior.

2.3 Mengembangkan Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan hasil dari proses berpikir secara kritis untuk memperkirakan kemungkinan hasil yang akan diperoleh dari suatu penelitian. Kerangka ini disusun berdasarkan variabel yang diteliti beserta indikator-indikatornya. Sebuah kerangka pikir yang baik terhadap suatu gejala social dapat memperkuat penyajian masalah penelitian sehingga menjadi lebih jelas dan dapat diuji kebenarannya (Sugiyono, 2021)

Adapun dalam penelitian ini penulis menjelaskan alur dari kerangka pikir penelitian yang digunakan untuk memberi penjelasan dalam penelitian ini Dimana melibatkan beberapa variabel diantaranya *Performance Expectancy* (X1), *Effort Expectancy* (X2), , *Social Influence* (X3), *Facilitating Conditions* (X4), *Habit* (X5), *Behavioral intention* (M), Penggunaan Teknologi (Y) :

Gambar 2.1
Kerangka Pikir Penelitian



Berdasarkan kerangka pikir penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 2.1, hubungan antarvariabel dijelaskan sebagai berikut.

2.3.1 Hubungan antara *Performance expectancy* dan Use Behavior

Performance expectancy merupakan tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja atau efektivitas aktivitas yang dilakukan. Dalam kerangka Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Venkatesh et al. (2003) menjelaskan

bahwa persepsi manfaat teknologi menjadi salah satu determinan utama perilaku penggunaan aktual. Dalam konteks penggunaan digital payment pada sektor pariwisata, performance expectancy tercermin dari persepsi wisatawan terhadap efisiensi transaksi, kemudahan pengelolaan pengeluaran, serta peningkatan kenyamanan selama berwisata.

Penelitian Chen et al. (2021) menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang tinggi terhadap teknologi pembayaran digital mendorong pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Sejalan dengan itu, Sumantri (2024) menemukan bahwa wisatawan cenderung menggunakan pembayaran digital apabila mereka merasakan manfaat nyata dibandingkan metode pembayaran konvensional. Dengan demikian, semakin tinggi performance expectancy yang dirasakan wisatawan, maka semakin besar kecenderungan wisatawan untuk menggunakan digital payment secara aktual.

H1: Performance expectancy berpengaruh positif terhadap use behavior penggunaan digital payment oleh wisatawan.

2.3.2 Hubungan antara *effort expectancy* dan Use Behavior

Effort expectancy merujuk pada persepsi individu mengenai tingkat kemudahan penggunaan suatu teknologi. Venkatesh et al. (2003) menegaskan bahwa teknologi yang dipersepsikan mudah digunakan akan lebih mungkin diterima dan digunakan oleh pengguna. Dalam konteks pariwisata, kemudahan penggunaan digital

payment menjadi faktor penting karena aktivitas wisata bersifat situasional dan sering kali dilakukan dalam waktu yang terbatas.

Hidayat et al. (2020) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan aktual, terutama pada pengguna yang menginginkan proses transaksi yang cepat dan praktis. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Mubarok et al. (2023), yang menunjukkan bahwa wisatawan lebih cenderung menggunakan digital payment apabila sistem tersebut mudah dipahami dan tidak memerlukan usaha tambahan. Oleh karena itu, effort expectancy dipandang memiliki hubungan positif terhadap use behavior.

H2: Effort expectancy berpengaruh positif terhadap use behavior penggunaan digital payment oleh wisatawan.

2.3.3 Hubungan antara *Social Influence* dan Use Behavior

Social influence menggambarkan sejauh mana individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial dalam menggunakan suatu teknologi. Menurut Venkatesh et al. (2003), individu cenderung menyesuaikan perilaku mereka dengan pandangan dan harapan orang-orang yang dianggap penting, terutama ketika penggunaan teknologi telah menjadi norma sosial.

Dalam konteks penggunaan digital payment, Sukayana dan Sinarwati (2022) menemukan bahwa rekomendasi dari orang terdekat serta persepsi bahwa pembayaran digital merupakan praktik umum dapat mendorong perilaku penggunaan aktual. Chen et al. (2021) juga menunjukkan bahwa pengaruh sosial memainkan

peran penting dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital di sektor jasa. Dengan demikian, social influence diyakini memiliki hubungan positif terhadap use behavior wisatawan.

H3: Social influence berpengaruh positif terhadap use behavior penggunaan digital payment oleh wisatawan

2.3.4 Hubungan antara *Facilitating Condition* dan Use Behavior

Facilitating conditions mencerminkan persepsi individu terhadap ketersediaan sumber daya, infrastruktur, dan dukungan teknis yang memungkinkan penggunaan suatu teknologi. Dalam model UTAUT, Venkatesh et al. (2003) menyatakan bahwa facilitating conditions memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku penggunaan aktual teknologi.

Dalam konteks pariwisata, Chen et al. (2021) menekankan bahwa ketersediaan infrastruktur pembayaran digital dan jaringan internet yang memadai menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan digital payment. Selain itu, Petrus Suhardi Ekaputra et al. (2024) menunjukkan bahwa kesiapan merchant dan dukungan lingkungan turut memengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan pembayaran digital. Oleh karena itu, facilitating conditions dipandang memiliki hubungan positif terhadap use behavior.

H4: Facilitating conditions berpengaruh positif terhadap use behavior penggunaan digital payment oleh wisatawan.

2.3.5 Hubungan antara *Habit* dan Use Behavior

Habit menggambarkan kecenderungan individu untuk melakukan suatu perilaku secara otomatis sebagai hasil dari pengalaman penggunaan sebelumnya. Dalam pengembangan UTAUT2, Venkatesh et al. (2012) menjelaskan bahwa habit memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap perilaku penggunaan aktual, bahkan tanpa melalui pertimbangan niat secara sadar.

Dalam konteks pembayaran digital, Hidayat et al. (2020) menemukan bahwa pengguna yang telah terbiasa menggunakan digital payment cenderung terus menggunakan teknologi tersebut dalam berbagai situasi. Temuan ini diperkuat oleh Sitanggang dan Suharto (2024) yang menyatakan bahwa kebiasaan penggunaan pembayaran digital mendorong perilaku penggunaan yang konsisten dan berkelanjutan. Oleh karena itu, habit diyakini memiliki hubungan positif terhadap use behavior wisatawan.

H5: Habit berpengaruh positif terhadap use behavior penggunaan digital payment oleh wisatawan.

2.3.6 Hubungan antara *Performance expectancy* dan Behavioral Intention

Performance Expectancy menggambarkan tingkat keyakinan wisatawan bahwa penggunaan digital payment dapat memberikan manfaat nyata berupa peningkatan efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan transaksi selama berwisata. Apabila wisatawan meyakini bahwa digital payment mampu memberikan nilai

tambah dibandingkan pembayaran tunai, maka niat mereka untuk menggunakan teknologi tersebut akan semakin kuat.

Penelitian oleh Sitanggung & Suharto (2024), Hidayat et al. (2020), dan Sumantri (2024) menunjukkan bahwa performance expectancy berperan dalam membentuk niat perilaku pengguna terhadap teknologi pembayaran digital, meskipun tingkat signifikansinya bervariasi antar konteks. Dalam konteks pariwisata, persepsi manfaat seperti kecepatan dan kemudahan transaksi menjadi faktor penting bagi wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan hipotesis bahwa performance expectancy berpengaruh terhadap behavioral intention wisatawan dalam menggunakan digital payment.

H6: Performance Expectancy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention wisatawan dalam menggunakan digital payment pada sektor pariwisata unggulan di Sumatera Barat.

2.3.7 Hubungan antara Effort Expectancy dan Behavioral Intention

Effort Expectancy merefleksikan persepsi wisatawan mengenai tingkat kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital. Aktivitas wisata yang bersifat situasional mendorong wisatawan memilih teknologi yang mudah dipahami dan dioperasikan.

Temuan dari Hidayat et al. (2020), Mubarak et al. (2023), dan Pradiatiningtyas et al. (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi berpengaruh positif terhadap niat penggunaan sistem pembayaran digital. Wisatawan

cenderung memilih metode pembayaran yang mudah digunakan karena aktivitas wisata bersifat situasional dan dibatasi oleh waktu. Hal ini memperkuat perumusan hipotesis bahwa effort expectancy berpengaruh terhadap behavioral intention.

H7: Effort Expectancy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention wisatawan dalam menggunakan digital payment pada sektor pariwisata unggulan di Sumatera Barat.

2.3.8 Hubungan antara Social Influence dan Behavioral Intention

Social Influence mengacu pada sejauh mana wisatawan dipengaruhi oleh pandangan dan harapan pihak-pihak yang dianggap penting. Dukungan sosial yang positif akan meningkatkan kepercayaan wisatawan. Penelitian oleh Sitanggang dan Suharto (2024), Kornawan (2024), serta Mubarak et al. (2023) menemukan bahwa pengaruh sosial, baik dari lingkungan pertemanan maupun norma sosial, berperan dalam membentuk niat penggunaan teknologi pembayaran digital. Dalam konteks wisata, rekomendasi dari orang terdekat dan lingkungan sosial dapat memengaruhi keputusan wisatawan. Oleh karena itu, social influence diasumsikan berpengaruh terhadap behavioral intention.

H8: Social Influence berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention wisatawan dalam menggunakan digital payment pada sektor pariwisata unggulan di Sumatera Barat.

2.3.9 Hubungan antara Facilitating Conditions dan Behavioral Intention

Facilitating Conditions mencerminkan persepsi wisatawan terhadap ketersediaan infrastruktur dan sumber daya pendukung penggunaan digital payment. Penelitian oleh Sukayana dan Sinarwati (2022) serta Petrus Suhardi Ekaputra et al. (2024) menekankan pentingnya kesiapan fasilitas dan dukungan lingkungan dalam mendorong penggunaan QRIS dan pembayaran digital. Ketersediaan infrastruktur, jaringan internet, serta dukungan merchant di destinasi wisata menjadi faktor yang relevan dalam membentuk niat wisatawan untuk menggunakan digital payment.

H9: Facilitating Conditions berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention wisatawan dalam menggunakan digital payment pada sektor pariwisata unggulan di Sumatera Barat.

2.3.10 Hubungan antara Habit dan Behavioral Intention

Habit merupakan kecenderungan wisatawan untuk menggunakan digital payment secara otomatis karena telah menjadi kebiasaan. Penelitian oleh Hidayat et al. (2020), Sukayana dan Sinarwati (2022), serta Sitanggang dan Suuharto (2024) menunjukkan bahwa habit merupakan salah satu determinan kuat dalam membentuk niat perilaku terhadap teknologi digital. Kebiasaan penggunaan teknologi keuangan dalam kehidupan sehari-hari berpotensi terbawa ke konteks wisata. Oleh karena itu, habit diasumsikan berpengaruh positif terhadap behavioral intention wisatawan.

H10: Habit berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention wisatawan dalam menggunakan digital payment pada sektor pariwisata unggulan di Sumatera Barat.

2.3.11 Hubungan antara Behavioral Intention dan Penggunaan Digital Payment

Behavioral Intention merupakan prediktor utama dari perilaku penggunaan aktual teknologi. Hubungan antara niat perilaku dan perilaku penggunaan aktual telah dibuktikan secara konsisten dalam berbagai penelitian, antara lain oleh Sukayana dan Sinarwati (2022), Chen et al. (2021), serta Pradiatiningtyas et al. (2023). Temuan tersebut menunjukkan bahwa behavioral intention merupakan prediktor utama dari penggunaan aktual teknologi pembayaran digital. Oleh karena itu, hubungan ini diuji kembali dalam konteks wisatawan di Sumatera Barat.

H11: Behavioral Intention berpengaruh positif terhadap penggunaan digital payment oleh wisatawan pada sektor pariwisata unggulan di Sumatera Barat.

2.3.12 Peran Behavioral Intention sebagai Variabel Mediasi

Behavioral Intention berfungsi sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh faktor-faktor determinan terhadap penggunaan digital payment. Sejumlah penelitian terdahulu, seperti Sukayana dan Sinarwati (2022) serta Chen et al. (2021), menunjukkan bahwa variabel niat perilaku sering kali berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh faktor-faktor teknologi terhadap perilaku penggunaan aktual. Namun, sebagian besar penelitian tersebut belum secara eksplisit menguji peran mediasi behavioral intention dalam konteks wisatawan domestik di destinasi pariwisata unggulan.

H12: Behavioral Intention memediasi pengaruh Performance Expectancy terhadap penggunaan digital payment.

H13: Behavioral Intention memediasi pengaruh Effort Expectancy terhadap penggunaan digital payment.

H14: Behavioral Intention memediasi pengaruh Social Influence terhadap penggunaan digital payment.

H15: Behavioral Intention memediasi pengaruh Facilitating Conditions terhadap penggunaan digital payment.

H16: Behavioral Intention memediasi pengaruh Habit terhadap penggunaan digital payment.