



Adopsi Belanja Online selama Pandemi Covid-19: Pengujian Model Unified Theory of Acceptance and Use of the Technology pada Generasi Z

Felix Thaddeus Christianto, Rully Arlan Tjahyadi*

Fakultas Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Maranatha, Bandung
Jl. Surya Sumantri No.65, Sukawarna, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia

Email: ¹felixthaddeus545@gmail.com, ^{2,*}rullyarlantjahyadi@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: rullyarlantjahyadi@gmail.com

Submitted: 07/06/2023; Accepted: 07/08/2023; Published: 15/08/2023

Abstrak—Pandemi covid-19 ini telah menciptakan realitas baru dalam hal berbelanja, termasuk pola konsumsi pada Generasi Z. Pandemi Covid-19 telah mengubah pola belanja offline ke online dengan memanfaatkan peran teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh model Unified Theory of Acceptance and Use of The Technology (UTAUT) terhadap behavioral intention. Penelitian ini juga akan menguji dampak covid-19 fear terhadap behavioral intention. Responden dalam penelitian ini adalah generasi z dan jumlah sampel sebanyak 259 responden. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik dilakukan sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini memberitahukan bahwa variabel harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas, serta covid-19 fear secara bersama-sama dan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku. Rekomendasi untuk peneliti berikutnya adalah memiliki cukup banyak varian variabel yang dapat memengaruhi niat perilaku selain variabel yang ada dalam penelitian ini dan pengujian terhadap use behavior. Penelitian akan datang diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah yang mungkin memiliki budaya dan karakteristik berbeda dalam merespon perkembangan teknologi.

Kata Kunci: Model UTAUT; Niat Perilaku; Ketakutan Covid-19; Generasi Z

Abstract—The COVID-19 pandemic has created a new reality in terms of shopping, including consumption patterns among Generation Z. The pandemic has shifted offline shopping to online platforms by leveraging technology. This research aims to examine the influence of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model on behavioral intention. This study also investigates the impact of COVID-19 fear on behavioral intention. The respondents in this study are from Generation Z, and the sample size consists of 259 participants. Data collection for this research is conducted using a questionnaire. Validity, reliability, and classical assumptions tests are performed prior to hypothesis testing. Hypothesis testing is done using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variables of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, as well as COVID-19 fear, collectively and partially, significantly influence behavioral intention. The recommendations for future researchers are to include a broader range of variables that may influence behavioral intentions beyond the variables examined in this study and to test the use behavior. Subsequent studies are expected to expand the geographical scope to encompass regions that may possess diverse cultures and characteristics in responding to technological advancements.

Keywords: UTAUT Model; Behavioral Intention; Covid-19 Fear; Generation Z

1. PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 ini telah menciptakan realitas baru untuk masyarakat di seluruh dunia dalam hal berbelanja. Mereka melakukan isolasi dan menghadapi ketakutan tertular penyakit. Pandemi covid-19 ini sangat memengaruhi cara kita hidup. Arus bisnis pada masa pandemi covid-19 menjadi terkena dampaknya yang mana kegiatan operasional bisnis menjadi bergerak lambat. Pandemi covid-19 menyebabkan suatu perubahan yang besar karena dikeluarkannya kebijakan isolasi dari pemerintah, seperti berkomunikasi, berinteraksi, dan bekerja (De', Pandey, & Pal, 2020).

Dampak pandemi covid-19 telah mengubah pola konsumsi generasi Z. Generasi Z diistilahkan juga dengan iGeneration, GenerasiNet, dan Generasi internet yang lahir pada rentang tahun 1995-2010 (Yudha, 2019). Dampak pandemi covid-19 membuat pola hidup generasi Z menjadi berubah dan mengikuti aturan-aturan yang ada (Yusuf & Hadita, 2022) dan juga mengubah pola perilaku dan preferensi mereka untuk melakukan belanja online, bekerja di rumah, dan delivery service (Dey, Al-Karaghoul, & Muhammad, 2020). Saat pandemi para konsumen generasi Z beralih secara besar-besaran ke saluran online dan juga terjadinya pergantian yang cepat dalam interaksi dengan konsumen melalui saluran digital (Blackburn, Laberge, O'toole, & Schneider, 2020).

Generasi Z adalah suatu titik puncak dari beberapa generasi sebelumnya yang mulai memasuki angkatan kerja (Yudha, 2019). Generasi Z lebih menyukai konten atau informasi yang berada di internet, menghabiskan waktu untuk bermain internet, dan menonton video online (Csobanka, 2016). Pandemi covid-19 menjadi suatu kesempatan bagi generasi Z melakukan kegiatan secara online (Yusuf & Hadita, 2022). Generasi Z sangat aktif dalam memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi, berbelanja online, bermain instagram, menonton video youtube, berjualan melalui media sosial, dan teknologi digital lainnya (Yusuf & Hadita, 2022).

Adapun beberapa kasus dalam teknologi digital mengadopsi beberapa teknologi tertentu untuk menghadapi kehidupan yang baru. Maka model adopsi teknologi dipandang tepat untuk digunakan. Model penerimaan teknologi yang seringkali dan banyak digunakan adalah Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Model UTAUT seringkali digunakan untuk studi dalam konteks organisasi. Model UTAUT digunakan untuk menjelaskan penggunaan dan penerimaan teknologi (Erjavec & Manfreda, 2022). UTAUT merupakan model yang sering



digunakan dalam penjelasan adopsi teknologi oleh para individu dalam setting organisasi dan konsumen (Dwivedi, Rana, Jeyaraj, Clement, & Williams, 2019). UTAUT sendiri memberikan pengaruh pada proses pengambilan keputusan setiap pengguna individu (Blackburn et al, 2020). Pengaruh sosial pada UTAUT sangat bergantung pada norma yang bersifat subjektif (Dwivedi, Rana, Jeyaraj, Clement, & Williams, 2015). Hal ini dibangun berdasarkan gagasan bahwa seorang individu sering dipengaruhi oleh sekelompok kecil individu yang belum tentu mengadopsi teknologi (Sun, 2009).

Model UTAUT menetapkan tiga tahap penerimaan dan penggunaan teknologi yaitu: adopsi, penggunaan awal, dan penggunaan pasca-adopsi (Erjavec & Manfreda, 2022). Model UTAUT diperluas melalui tiga konstruksi tambahan untuk digunakan dalam konteks konsumen. Karena tambahan konstruksi tersebut, UTAUT sering menghasilkan hasil yang tidak konsisten, sehingga konstruksi tambahan tersebut sering dihilangkan dalam konteks penelitian. Hal ini mencakup 4 penentu dari niat dalam penggunaan dan menggunakan teknologi dalam konteks organisasi yaitu: kondisi fasilitas (*facilitating conditions*), harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), dan pengaruh sosial (*social influence*) (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003). Keempat penentu tersebut ditemukan memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan teknologi (Venkatesh, Thong, & Xu, 2016).

Performance expectancy dapat didefinisikan bahwa para pengguna teknologi mendapatkan manfaat untuk kehidupan sehari-hari dari hasil teknologi tersebut (Venkatesh, et. al, 2003), yang mana *performance expectancy* memengaruhi niat perilaku penggunaan teknologi secara signifikan. Pemanfaatan teknologi dalam melakukan belanja online menjadi salah satu hal yang dapat menangani keterbatasan berbelanja ke toko fisik (Chayomchai, 2020).

Effort expectancy dapat didefinisikan bahwa ketika pengguna teknologi hanya menggunakan usaha yang sedikit dalam menggunakan teknologi sehingga mereka akan merasa tenang dalam pekerjaannya. Hasil penelitian dari Chaouali, Ben Yahia, dan Souiden (2016) menunjukkan bahwa *effort expectancy* merupakan salah satu faktor yang berdampak terhadap niat perilaku. Kemudahan dalam penggunaan teknologi akan mendorong para pengguna teknologi menggunakan dalam jangka panjang. Penelitian selama covid-19 mengidentifikasi bahwa *effort expectancy* berdampak positif sebagai penentu utama memengaruhi niat perilaku penggunaan teknologi online (Chayomchai, 2020).

Social influence dipahami sebagai pengaruh sosial yang dapat mengarah pada tekanan lingkungan yang dihadapi individu yang mana dapat memengaruhi perilaku dan persepsi (Eneizan, Alshare, Enaizan, Al-Salaymeh, Almestarihi, & Saleh, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *social influence* sangat berperan penting pada niat perilaku berbelanja online (Kazemi, et. al, 2015).

Facilitating conditions dapat didefinisikan bahwa para pengguna teknologi tersebut mempunyai infrastruktur yang mendukung dalam menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh, et. al, 2003). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh positif pada niat perilaku untuk menggunakan teknologi online (Chayomchai, 2020), akan tetapi di kemudian hari akan memungkinkan bahwa *facilitating conditions* akan memengaruhi konsumen menggunakan teknologi online (Oh, Kim, Kim, Oh, Chu, & Choi, 2021).

Penelitian ini dilakukan di masa pandemi covid-19 dan akan menguji juga dampak ketakutan terhadap covid-19 (*covid-19 fear*) terhadap niat perilaku. *Covid-19 fear* dapat didefinisikan sebagai suatu istilah yang memiliki makna yang mana seseorang individu memiliki ketakutan terinfeksi covid-19 ataupun menularkan covid-19 pada orang terdekat mereka (Nelsen & Sahrani, 2021), yang mana rasa cemas yang berlebihan pada seorang individu tentang covid-19 dapat membuat timbulnya gejala yang mirip dengan gejala covid-19 (Nelsen & Sahrani, 2021). *Covid-19 fear* ini memiliki pengaruh terhadap niat beli para individu yang mana pada masa pandemi covid-19 ini terdapat penguncian, karantina, dan pembatasan sosial yang dapat menyebabkan individu merasakan kecemasan (Yıldırım & Güler, 2022). Hasil penelitian lainnya dari Walrave, Waeterloos, dan Ponnet (2021) menemukan hasil yang berbeda yang mana pandemi covid-19 tidak berpengaruh terhadap niat perilaku dalam penggunaan teknologi (Walrave, Waeterloos, & Ponnet, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Erjavec dan Manfreda (2022) melakukan pengembangan model UTAUT dengan *herd behavior*. Sampel dalam penelitian tersebut adalah orang dewasa yang lebih tua (*older adults*). Orang dewasa yang lebih tua mungkin mengalami kesulitan yang lebih besar dalam hal kepercayaan dan penggunaan perangkat dan layanan teknologi modern (Soh, et. al, 2020).

Oleh karena itu, *herd behavior* dianggap sebagai faktor penting yang dapat memengaruhi niat perilaku orang dewasa yang lebih tua untuk mengadopsi teknologi. Penelitian lainnya yang dilakukan Suwannapustit, Moeut, Pheap, dan Chayomchai (2021) telah menguji model UTAUT pada generasi Z dalam situasi pandemi covid-19. Hasil studinya menyarankan bahwa organisasi atau bisnis seharusnya memperhatikan manfaat potensial penggunaan teknologi untuk mendorong adopsi teknologi dan penggunaannya oleh generasi Z di Kamboja.

Hasil studi terhadap setiap faktor dalam model UTAUT ditemukan bahwa hanya *performance expectancy* yang memengaruhi niat perilaku generasi Z di Kamboja. Studi lain terkait pengujian model UTAUT pada generasi Z juga dilakukan dalam konteks pembelajaran berorientasi digital (*digital-oriented learning/D-Learning*) yang dilakukan oleh Persada, Miraja, dan Nadlifatin (n.d). Hasil studinya menemukan bagaimana model UTAUT mampu menggambarkan 33% niat perilaku generasi Z dalam menggunakan D-Learning.

Studi terkait penerapan teknologi di masa pandemi covid-19 telah dilakukan oleh Elahi, Liang, Malik, Dilawar, dan Ilyas (2021). Dalam penelitiannya, Elahi et. al (2021) menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk menguji setiap hipotesis. Dalam segi teoritis maupun praktis, banyak peneliti yang menggunakan TAM dan UTAUT



untuk mengukur keberhasilan implementasi teknologi berdasarkan keinginan pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut. Hasil studinya menemukan bahwa fear of covid-19 memengaruhi sikap individu dalam mengadopsi e-health service melalui persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan kemudahan penggunaan (percieved ease of use). Persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan merupakan 2 konstruk utama di dalam model TAM.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya dalam hal subjek penelitian dan model penelitian yang akan diuji. Subjek dalam penelitian ini adalah generasi Z. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang kreatif dan inovatif. Hal tersebut relevan dengan sejumlah studi yang menunjukkan bahwa generasi Z merupakan generasi yang erat dengan teknologi dan memiliki keterbukaan akan akses internet yang lebih mudah dibandingkan dengan generasi terdahulu (Sakitri, n.d).

Karakteristik generasi Z yang kreatif dan inovatif serta terbuka terhadap penerimaan teknologi baru menjadi dasar pentingnya dilakukan pengujian kembali setiap variabel dalam model UTAUT. Penting juga dilakukan pengujian secara komprehensif faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku dalam penerimaan teknologi khususnya di masa pandemi covid-19. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini juga akan menguji bagaimana ketakutan covid-19 dapat memengaruhi niat perilaku.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Suwannaputit, Moeut, Pheap, dan Chayomchai (2021) serta Persada, Miraja, dan Nadlifatin (n.d) melakukan pengujian model UTAUT pada generasi Z. Penelitian-penelitian tersebut tidak melakukan pengujian secara langsung dampak ketakutan covid-19 pada niat perilaku. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Elahi et. al (2021) fokus pada pengujian model TAM dengan 2 konstruk utama persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan sebagai variabel yang memediasi hubungan antara ketakutan covid-19 dengan sikap individu dalam mengadopsi teknologi.

Berdasarkan atas penjelasan dan hasil temuan pada penelitian-penelitian sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh setiap variabel dalam model UTAUT (facilitating conditions, performance expectancy, effort expectancy, social influence) dan covid-19 fear terhadap niat perilaku pada generasi Z di masa pandemi covid-19. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat membantu mengembangkan teori penerimaan teknologi dengan mengintegrasikan berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di masa pandemi covid-19. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan implikasi praktis bagi organisasi berkenaan dengan adopsi dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan kepuasan dan pengalaman konsumen.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Kerangka Dasar Penelitian

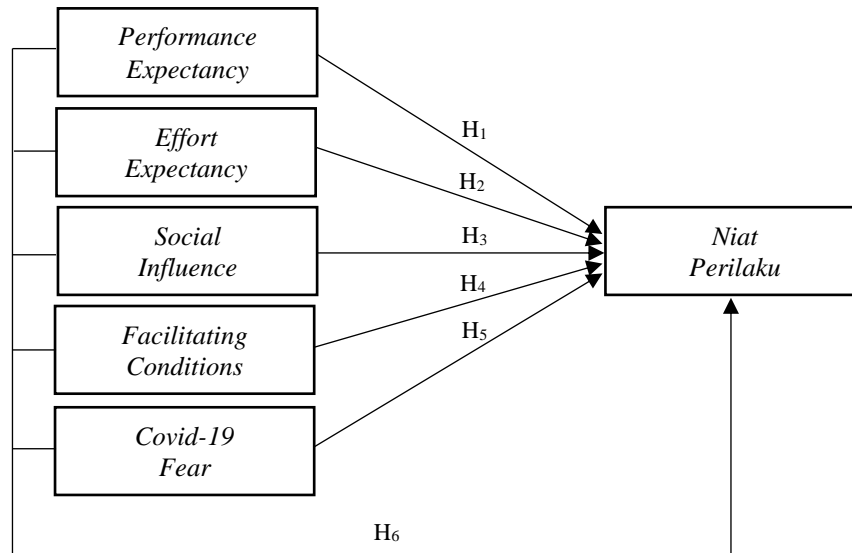
Teknik survei melalui penyebaran kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data penelitian. Pelaksanaan survei dilakukan di Bandung Provinsi Jawa barat pada bulan September-Oktober 2022 yang mana Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) karena covid-19 masih diberlakukan. Teknik penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan google form. Populasi dalam penelitian ini adalah responden yang berada pada rentang usia yang termasuk generasi Z, yaitu lahir pada tahun 1995-2010 (Yudha, 2019). Teknik pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu (purposive sampling). Kriteria yang digunakan berdasarkan pada pertimbangan (judgement), yaitu individu yang lahir pada rentang usia 1995-2010 yang pernah melakukan belanja secara online. Jumlah data yang terkumpul selama periode penyebaran kuesioner sebanyak 259 Responden.

Variabel dalam penelitian ini adalah performance expectancy (X1), effort expectancy (X2), social influence (X3), facilitating conditions (X4), covid-19 fear (X5), dan niat perilaku (Y). Setiap item pernyataan dalam penelitian Erjavec dan Manfreda (2022) dimodifikasi dari item pernyataan penelitian Venkatesh, Thong, dan Xu (2016). Pada Penelitian ini, item pernyataan diadaptasi dari penelitian Erjavec dan Manfreda (2022) untuk diterjemahkan dalam bahasa Indonesia. Setiap item pernyataan performance expectancy terdiri atas tiga item pernyataan, effort expectancy terdiri atas empat item pernyataan, social influence terdiri atas tiga item pernyataan, facilitating conditions terdiri atas empat item pernyataan, covid-19 fear terdiri atas lima item pernyataan, dan niat perilaku terdiri atas tiga item pernyataan, dan. Seluruh item pernyataan diukur dengan menggunakan skala likert.

Data yang telah terkumpul hasil dari penyebaran kuesioner selanjutnya dilakukan pengujian instrumen penelitian. Uji instrumen yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode r pearson correlation dan uji reliabilitas menggunakan nilai cronbach alpha. Setelah dilakukan uji instrument penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan uji asumsi klasik untuk memenuhi persyaratan statistik yang harus dilakukan pada metode analisis regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini adalah normalitas, heterokedastisitas, dan multikolinearitas. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Adapaun pengujian hipotesis penelitian meliputi uji t dan uji F dengan bantuan software SPSS 26.

2.2. Model Penelitian

Model penelitian dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian pada gambar 1 di atas, maka hipotesis yang diusulkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Performance expectancy berpengaruh terhadap niat perilaku.

H₂: Effort expectancy berpengaruh terhadap niat perilaku.

H₃: Social influence berpengaruh terhadap niat perilaku.

H₄: Facilitating conditions berpengaruh terhadap niat perilaku.

H₅: Covid-19 fear berpengaruh terhadap niat perilaku.

H₆: Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, dan covid-19 fear berpengaruh secara simultan terhadap niat perilaku.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Responden

Jumlah responden yang terkumpul sebanyak 259 responden selama periode pengumpulan data. Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi atas 5 kategori, yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, tempat tinggal, dan kedekatan tempat tinggal dengan toko fisik. Tabel 1 akan ditunjukkan karakteristik responden berdasarkan pada kategori tersebut.

Tabel 1. Identitas Responden

	Kriteria	Jumlah	Persentase	Total
Jenis Kelamin	Laki-laki	123	47.5%	259 Responden
	Perempuan	136	52.5%	
Usia	12-17 Tahun	27	10.4%	
	18-22 Tahun	66	25.5%	
	23-27 Tahun	166	64.1%	
Pendidikan	SMA	74	28.6%	
	Sarjana	130	50.2%	
	Pascasarjana	23	8.9%	
	SMP	32	12.4%	
Tempat Tinggal	Perkotaan	180	69.5%	
	Daerah Pinggir Kota	50	19.3%	
	Kota kecil atau desa	29	11.2%	
Jarak ke toko fisik terdekat	<500 M	113	43.6%	
	500-1 Km	100	38.6%	
	1-5 Km	36	13.9%	
	>5 Km	10	3.9%	

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang terkumpul sebanyak 259 responden yang terdiri atas 123 laki-laki atau 47.5% dan 136 perempuan atau 52.5%. Sebagian besar responden penelitian berada pada rentang usia 23-27 tahun yaitu sebanyak 166 orang atau 64.1%. Berdasarkan pada kategori tingkat pendidikan, sebanyak 130 responden adalah berpendidikan sarjana atau 50.2%. Berdasarkan pada kategori tempat tinggal, responden yang



tinggal di perkotaan sebanyak 180 responden atau 69.5%. Untuk kategori jarak tempat tinggal ke toko fisik, sebanyak 113 responden jarak dari tempat tinggal ke toko fisik < 500 m atau 43.5%.

3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode r pearson correlation. Setiap item pernyataan dinyatakan valid jika nilai r hitung > 0.126. Tabel 2 akan ditunjukkan hasil uji validitas pada penelitian ini.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Estimate	Valid
Performance Expectancy	P1	0.687	Valid
	P2	0.764	
	P3	0.677	
Effort Expectancy	E1	0.689	Valid
	E2	0.697	
	E3	0.708	
	E4	0.794	
Social Influence	S1	0.898	Valid
	S2	0.894	
	S3	0.866	
Facilitating Condition	F1	0.680	Valid
	F2	0.638	
	F3	0.707	
	F4	0.668	
Covid-19 Fear	C1	0.831	Valid
	C2	0.870	
	C3	0.826	
	C4	0.874	
	C5	0.907	
Niat Perilaku	B1	0.747	Valid
	B2	0.818	
	B3	0.810	

Berdasarkan tabel 2 yang mana pada data yang sudah terkumpul, setiap indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung > 0.126. Hal ini dapat diartikan bahwa item-item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Langkah selanjutnya akan dilakukan pengujian reliabilitas.

Tabel 3. Reliabilitas

Variabel	Nilai Rujukan	Hasil	Keterangan
Performance Expectancy	≥ 0.600	0.691	Reliabel
Effort Expectancy	≥ 0.600	0.714	Reliabel
Social Influence	≥ 0.600	0.863	Reliabel
Facilitating Condition	≥ 0.600	0.690	Reliabel
Covid-19 Fear	≥ 0.600	0.913	Reliabel
Niat Perilaku	≥ 0.600	0.699	Reliabel

Tabel 3 menunjukan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian mempunyai nilai cronbach’s alpha ≥ 0.6. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dari performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, covid-19 fear, dan niat perilaku dinyatakan reliabel.

3.3. Uji Asumsi Klasik

3.3.1. Uji Normalitas

Uji asumsi klasik pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui model regresi residual apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolmogorov-smirnov dengan nilai signifikansi sebesar 0.05. Data hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel 4.

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		259
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Std. Deviation	1.18021069
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.046
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa jumlah sampel sebanyak 259 sampel. Syarat normalitas adalah Asymp sig > 0.05, dapat dilihat bahwa data yang didapat Asymp sig adalah 0.200. Dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

3.3.2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk melihat model regresi pada variabel penelitian. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi multikolinearitas. Tabel 5 akan ditunjukkan hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.060	.875		-2.354	.019		
Performance Expectancy	.536	.082	.326	6.524	.000	.677	1.476
Effort Expectancy	.329	.065	.265	5.087	.000	.622	1.607
Social Influence	.065	.031	.101	2.077	.039	.710	1.409
Facilitating Conditions	.273	.046	.304	5.897	.000	.635	1.575
Covid-19 Fear	.029	.014	.094	1.998	.047	.758	1.319

Berdasarkan tabel 5 yang mana uji multikolinearitas berfungsi untuk memastikan bahwa variabel x yang diteliti adalah variabel yang berbeda. Syarat multikolinearitas adalah tolerance ≥ 0.100 dan VIF ≤ 10 . Dapat disimpulkan bahwa collinearity tolerance yang didapat > 0.100 dan VIF yang didapat < 10.

3.3.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian pada model regresi dalam penelitian ini. Tabel 6 akan ditunjukkan hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini.

Tabel 6. Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.437	.546		4.465	.000
Performance Expectancy	-.046	.051	-.066	-.906	.366
Effort Expectancy	.030	.040	.056	.742	.459
Social Influence	-.065	.019	-.240	-1.381	.157
Facilitating Conditions	-.053	.029	-.137	-1.822	.070
Covid-19 Fear	.010	.009	.073	1.063	.289

Berdasarkan tabel 6 yang mana uji heterokedastisitas berfungsi untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Syarat heterokedastisitas adalah sig > 0.05. Dapat disimpulkan bahwa pada data yang didapat nilai sig > 0.05. Sehingga dapat dikatakan data tersebut sudah terbebas dari heterokedastisitas.

3.4. Uji t (Parsial)

Pada penelitian ini, uji t (parsial) digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial setiap variabel X pada penelitian ini, yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, dan covid-19 fear, terhadap niat perilaku. Tabel 7 akan ditunjukkan hasil uji t (parsial) pada penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial)

Hipotesis	Model Regresi	Unstandardized Coefficients β	Sig.	Simpulan
1	Performance Expectancy \rightarrow Niat Perilaku	.536	.000	Hipotesis diterima



Hipotesis	Model Regresi	Unstandardized Coefficients β	Sig.	Simpulan
2	Effort Expectancy → Niat Perilaku	.329	.000	Hipotesis diterima
3	Social Influence → Niat Perilaku	.065	.039	Hipotesis diterima
4	Facilitating Conditions → Niat Perilaku	.273	.000	Hipotesis diterima
5	Covid-19 Fear → Niat Perilaku	.029	.047	Hipotesis diterima

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat syarat uji t adalah sig setiap variabel memiliki nilai < 0.05 yang mana pada data yang sudah terkumpul seperti performance expectancy memiliki nilai 0.000, effort expectancy memiliki nilai 0.000, social influence memiliki nilai 0.039, facilitating condition memiliki nilai 0.000, dan covid-19 fear memiliki nilai 0.047. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji t, hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Hipotesis 1

Pada variabel performance expectancy, nilai signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa performance expectancy berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (H_1 diterima).

Uji Hipotesis 2

Pada variabel effort expectancy, nilai signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa effort expectancy berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (H_2 diterima).

Uji Hipotesis 3

Pada variabel social influence, nilai signifikansi yaitu $0.039 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa social influence berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (H_3 diterima).

Uji Hipotesis 4

Pada variabel facilitating condition, nilai signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa facilitating condition berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (H_4 diterima).

Uji Hipotesis 5

Pada variabel covid-19 fear, nilai signifikansi yaitu $0.0470 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa covid-19 fear berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (H_5 diterima).

3.5. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) digunakan untuk menguji secara simultan pengaruh variabel X pada penelitian ini, yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, dan covid-19 fear, terhadap niat perilaku. Tabel 8 akan ditunjukkan hasil uji F (simultan) pada penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	481.057	5	96.211	67.734	.000 ^b
Residual	359.367	253	1.420		
Total	840.42	258			

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat syarat uji F adalah sig < 0.05 dan dari data yang sudah terkumpul memiliki nilai sig < 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, seluruh variabel X pada penelitian ini memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji t, hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Hipotesis 6:

Pada tabel 8 ditunjukkan bahwa nilai sig. dari variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, dan covid-19 fear sebesar $0.000 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, dan covid-19 fear secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (H_6 diterima).

3.6. Pembahasan Hasil

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan sudah dijabarkan diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh model UTAUT dan covid-19 fear berpengaruh terhadap niat perilaku seorang individu, yang mana hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa keempat penentu adopsi teknologi (performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition) dan covid-19 fear berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku.

3.6.1. Pengaruh Performance Expectancy terhadap Niat Perilaku

Performance expectancy menjadi determinan penting dalam pengambilan keputusan individu dalam membeli suatu barang atau jasa, yang mana dalam penelitian ini membuktikan bahwa responden yaitu generasi z menganggap bahwa



performance expectancy adalah faktor penting niat perilaku untuk melakukan transaksi online dalam membeli suatu barang maupun jasa. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chayomchai (2020) dan Suwannaputit, et al. (2021) bahwa performance expectancy memengaruhi niat perilaku. Tingkat keyakinan individu untuk mengadopsi teknologi baru dapat membantu kinerja mereka dan memengaruhi niat mereka untuk menggunakan teknologi tersebut dalam berbagai aktivitas. Hasil temuan pada penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Persada, Miraja, dan Nadlifatin (n.d) dalam konteks pembelajaran berorientasi digital.

3.6.2. Pengaruh Effort Expectancy terhadap Niat Perilaku

Effort expectancy dapat dipahami bahwa pengguna teknologi merasakan tingkat kemudahan dalam menggunakan teknologi online. Hasil temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa effort expectancy merupakan determinan yang memengaruhi niat para pengguna dalam menggunakan teknologi online pada masa pandemi covid-19. Artinya bahwa konsumen yang merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi akan berdampak terhadap niat mereka untuk melakukan pembelian secara online. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chayomchai (2020) serta Erjavec dan Manfreda (2022) bahwa effort expectancy memengaruhi niat perilaku. Hasil ini juga mendapat dukungan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Persada, Miraja, dan Nadlifatin (n.d) dalam konteks pembelajaran berorientasi digital.

3.6.3. Pengaruh Social Influence terhadap Niat Perilaku

Social influence didefinisikan sebagai seorang individu pengguna teknologi merasakan bahwa orang-orang terpenting mereka mempercayai bahwa mereka harus menggunakan teknologi online (Kazemi et al, 2015). Dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial (social influence) memberikan dampak terhadap tingkat adopsi individu terhadap teknologi dan memberikan dampak terhadap niat individu untuk membeli produk secara online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa social influence berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku. Hasil ini mengkonfirmasi penelitian-penelitian sebelumnya (Erjavec & Manfreda, 2022; Lian & Yen, 2014). Hasil ini juga mendukung temuan dari penelitian Persada, Miraja, dan Nadlifatin (n.d).

3.6.4. Pengaruh Facilitating Conditions terhadap Niat Perilaku

Facilitating conditions adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur teknis dan organisasi tersedia untuk mendukung penggunaan sistem/teknologi. Facilitating conditions salah satu variabel dalam penelitian ini secara teori dan empiris memengaruhi intensi perilaku untuk menggunakan suatu sistem/teknologi. Dalam penelitian ini, dukungan infrastruktur teknis terhadap adopsi teknologi memengaruhi niat perilaku untuk melakukan belanja secara online. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Erjavec dan Manfreda (2022) bahwa facilitating conditions memengaruhi behavioral intention. Hasil ini juga mendukung temuan dari penelitian Persada, Miraja, dan Nadlifatin (n.d).

3.6.5. Pengaruh Covid-19 Fear terhadap Niat Perilaku

Varibel lain yang diuji dalam penelitian ini adalah covid-19 fear. Alasan covid-19 fear diuji dalam penelitian ini karena waktu pelaksanaannya yang dilakukan di masa pandemi covid-19. Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa covid-19 fear memengaruhi niat perilaku. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi penelitian sebelumnya dari Erjavec dan Manfreda (2022) bahwa covid-19 fear memengaruhi niat perilaku. Temuan pada penelitian ini mendapat dukungan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Elahi et. al (2021). Elahi et. al (2021) menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) untuk menguji setiap hipotesis penelitiannya. Hasilnya menemukan bahwa fear of covid-19 memengaruhi secara tidak langsung sikap individu dalam mengadopsi e-health service melalui persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan kemudahan penggunaan (percieved ease of use).

3.6.6. Pengaruh, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, dan Covid-19 Fear terhadap Niat Perilaku

Penelitian ini juga menguji secara simultan pengaruh performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, dan covid-19 fear terhadap niat perilaku. Hasilnya menunjukkan bahwa performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, dan covid-19 fear secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Hasil ini menjelaskan bahwa niat perilaku generasi Z di masa pandemi covid-19 dalam memanfaatkan teknologi untuk melakukan transaksi dipengaruhi secara simultan oleh fakto-faktor penting model UTAUT dan ketakutan terhadap covid-19. Pandemi covid-19 mendorong individu untuk menerima dan mengadopsi teknologi baru dalam melakukan belanja secara online. Ketakutan terhadap covid-19 juga menjadi faktor penting dalam mengadopsi teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) merupakan kerangka teoritis yang berguna untuk mendapatkan pemahaman mendalam dan memberikan gambaran tentang bagaimana individu mengadopsi teknologi. Teori ini memiliki aplikabilitas yang luas dan dapat diterapkan pada berbagai konteks, termasuk dalam menganalisis perilaku generasi Z dalam menghadapi dampak pandemi COVID-19. Pandemi covid-19 telah merubah berbagai aspek kehidupan termasuk cara konsumen/individu melakukan transaksi. Penelitian tentang



model UTAUT dalam konteks perilaku konsumen telah memberikan beberapa kontribusi penting dalam pemahaman penerimaan dan penggunaan teknologi.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya terkait pengujian terhadap model UTAUT. Pemahaman lebih komprehensi faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku di masa pandemi covid-19 pada generasi Z menjadi pertimbangan untuk dilakukan pengujian. Hasil penelitian ini memberikan penjelasan yang mana model UTAUT telah membantu mengembangkan teori adopsi teknologi dengan mengintegrasikan berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Hasil temuan dalam penelitian ini juga dapat membantu memprediksi niat perilaku terkait adopsi teknologi para generasi Z di masa pandemi covid-19. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor kunci dalam model UTAUT (performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions) dan juga situasi pandemi covid-19, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih akurat tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat perilaku konsumen pada generasi Z di masa pandemi. Penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi organisasi. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen generasi Z, perusahaan dapat merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Hal ini dapat membantu meningkatkan adopsi teknologi serta meningkatkan kepuasan dan pengalaman konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pengujian dan hasil analisis statistik pada penelitian ini, menunjukkan bahwa hasil dari pengujian validitas maupun reliabilitas, yang mana variabel-variabel yang diuji semua memiliki validitas yang memenuhi syarat sehingga dapat dikatakan semua item-item variabel dinyatakan valid dan reliabel. Pengujian hasil regresi berganda menunjukkan bahwa kelima variabel (performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, covid-19 fear) yang diuji memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku. Maka dari itu dapat kita simpulkan bahwa: (1) performance expectancy berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku, (2) effort expectancy berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku, (3) social influence berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku, (4) facilitating conditions berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku, (5) covid-19 fear berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku. Keterbatasan penelitian ini adalah variabel yang memengaruhi variabel niat perilaku hanya fokus pada 5 variabel yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, dan covid-19 fear. Responden yang diteliti hanya mencakup lingkungan Kota Bandung. Penelitian ini hanya berfokus pada responden generasi Z. Rekomendasi untuk peneliti berikutnya adalah memiliki cukup banyak varian variabel yang dapat memengaruhi niat perilaku selain variabel yang ada dalam penelitian ini dan pengujian terhadap use behavior. Penelitian akan datang diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah yang mungkin memiliki budaya dan karakteristik berbeda dalam merespon perkembangan teknologi.

REFERENCES

- Blackburn, S., Laberge, L., O'toole, C., & Schneider, J. (2020). How Covid-19 has Pushed Companies Over the Technology Tipping Point—and Transformed Business Forever. McKinsey Global Publishing, October, 1–9.
- Chaouali, W., Ben Yahia, I., & Souiden, N. (2016). The Interplay of Counter-Conformity Motivation, Social Influence, and Trust in Customers' Intention to Adopt Internet Banking Services: The Case of an Emerging Country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, 209–218. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.10.007>.
- Chayomchai, A. (2020). The Online Technology Acceptance Model of Generation-Z People in Thailand During COVID-19 Crisis. *Management and Marketing*, 15(s1), 496–512. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0029>.
- Csobanka, Z. E. (2016). The Z Generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 6(2), 63–76. <https://doi.org/10.1515/atd-2016-0012>.
- De', R., Pandey, N., & Pal, A. (2020). Impact of Digital Surge During Covid-19 Pandemic: A Viewpoint on Research and Practice. *International Journal of Information Management*, 55(June), 102171. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102171>.
- Dey, B. L., Al-Karaghoul, W., & Muhammad, S. S. (2020). Adoption, Adaptation, Use and Impact of Information Systems during Pandemic Time and Beyond: Research and Managerial Implications. *Information Systems Management*, 37(4), 298–302. <https://doi.org/10.1080/10580530.2020.1820632>.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical Model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>.
- Eckhardt, A., Laumer, S., & Weitzel, T. (2009). Who Influences whom Analyzing Workplace Referents' Social Influence on IT Adoption and Non-adoption. *Journal of Information Technology*, 24(1), 11–24. <https://doi.org/10.1057/jit.2008.31>.
- Elahi, M. Z., Liang, G., Malik, M. J., Dilawar, S., & Ilyas, B. (2021). Fear of Covid-19 and Intention towards Adopting E-Health Services: Exploring the Technology Acceptance Model in the Scenario of Pandemic. *International Journal of Business, Economics, and Management*, 8(4), 270–291.
- Eneizan, B., Alshare, F., Enaizan, O., Al-Salaymeh, M., Almestarihi, R., & Saleh, A. (2022). Older Adult's Acceptance of Online Shopping (Digital Marketing): Extended UTAUT Model with COVID 19 Fear. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 100(7), 2334–2342.
- Erjavec, J., & Manfreda, A. (2022). Online Shopping Adoption During Covid-19 and Social Isolation: Extending the UTAUT Model with Herd Behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65(December 2021), 102867. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102867>.
- Hoque, R., & Sorwar, G. (2017). Understanding Factors Influencing the Adoption of Health by the Elderly: An Extension of the UTAUT Model. *International Journal of Medical Informatics*, 101, 75–84. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2017.02.002>.



- Kazemi, H., Miller, D., Mohan, A., Griffith, Z., Jin, Y., Kwiatkowski, J., Tran, L., & Crawford, M. (2015). 350mW G-band Medium Power Amplifier Fabricated Through a New Method of 3D-Copper Additive Manufacturing. 2015 IEEE MTT-S International Microwave Symposium, IMS 2015, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.1109/MWSYM.2015.7167037>
- Lewis, D. (2021). The Challenges of Making Indoors Safe. *Nature*, 592(April), 22–25. <https://www.nature.com/articles/d41586-021-00810-9>.
- Lian, J. W., & Yen, D. C. (2014). Online Shopping Drivers and Barriers for Older Adults: Age and Gender Differences. *Computers in Human Behavior*, 37, 133–143. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.028>.
- Mamman, M., Ogunbado, A. F., & Abu-bakr, A. S. (2016). Factors Influencing Customer's Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Northern Nigeria: a Proposed Framework. *Journal of Economics and Finance*, 7(1), 51–55. <https://doi.org/10.9790/5933-07135155>.
- Mertens, G., Gerritsen, L., Duijndam, S., Saleminck, E., & Engelhard, I. M. (2020). Fear of the Coronavirus (COVID-19): Predictors in an Online Study Conducted in March 2020. *Journal of Anxiety Disorders*, 74(March). <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102258>.
- Nelsen, K. L., & Sahrani, R. (2021). Fear of Covid-19 Pada Karyawan Yang Bekerja Secara Luring Selama Pandemi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 5(2), 539. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v5i2.10940.2021>.
- Oh, S. S., Kim, K. A., Kim, M., Oh, J., Chu, S. H., & Choi, J. Y. (2021). Measurement of Digital Literacy among Older Adults: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 23(2). <https://doi.org/10.2196/26145>.
- Persada, S. F., Miraja, B. A., & Nadlifatin, R. (n.d). Understanding the Generation Z Behavior on D-Learning: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Approach. Institut Teknologi Sepuluh November, Surabaya, Indonesia. Diperoleh dari <https://online-journals.org/index.php/i-jet/article/view/9993/5515>.
- Safitri, G. (n.d). Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi. *Universiyas Prasetiya Mulya*. Diperoleh dari <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/FM/article/download/596/393/>.
- Soh, P. Y., Heng, H. B., Selvachandran, G., Anh, L., Chau, H. T. M., Son, L. H., Abdel-Baset, M., Manogaran, G., Varatharajan, R. (2020). Perception, Acceptance and Willingness of Older Adults in Malaysia towards Online Shopping: A Study Using the UTAUT and IRT Models. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*, Januari(2020). <https://doi.org/10.1007/s12652-020-01718-4>, 0123456789.
- Sun, H. (2009). Understanding Herd Behavior in Technology Adoption and Continued Use: A Longitudinal Perspective. In Sun. <http://aisel.aisnet.org/digit2009/11>.
- Suwannaputit, U., Moeut, T., Pheap, L. H., & Chayomchai, A (2021). The UTAUT Model Analysis in the Technology Use of Generation-Z Users in Cambodia during Covid-19 Situation. *International Journal of Current Science Research and Review*, 04(07), 651-659.
- enkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and The Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>.
- Walrave, M., Waeterloos, C., & Ponnet, K. (2021). Ready or Not for Contact Tracing? Investigating the Adoption Intention of COVID-19 Contact-Tracing Technology Using an Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(6), 377–383. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0483>.
- Yıldırım, M., & Güler, A. (2022). Factor Analysis of the Covid-19 Perceived Risk Scale: A Preliminary Study. *Death Studies*, 46(5), 1065–1072. <https://doi.org/10.1080/07481187.2020.1784311>.
- Yudha, C. B. (2019). Professionalism of Lecturersto Improve Character of the Student Teachers of the Millennial Era Disrupsi. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series*, 1(2), 83. <https://doi.org/10.20961/shes.v1i2.26780>.
- Yusuf, R., & Hadita, A. (2022). Perilaku Gen Z Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sosial Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 23(1), 20–23. <https://doi.org/10.33319/sos.v23i1.100>.