



Website:
ejournal.umm.ac.id/index.php/jrak

***Correspondence:**
dp123@ums.ac.id

DOI: [10.22219/jrak.v14i3.35224](https://doi.org/10.22219/jrak.v14i3.35224)

Citation:
Puspawati, D., Abas, N, I., Ariani, K, R. (2024). Niat Melakukan Islamic Online Donation Pada Generasi Z: Peran Attitude Sebagai Mediator Pada Model Utaut-3. Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan, 14(3), 817-833.

Article Process
Submitted:
July 20, 2024

Reviewed:
August 20, 2024

Revised:
October 10, 2024

Accepted:
October 10, 2024

Published:
October 16, 2024

Office:
Department of Accounting
University of
Muhammadiyah Malang
GKB 2 Floor 3.
Jalan Raya Tlogomas 246,
Malang, East Java,
Indonesia

P-ISSN: 2615-2223
E-ISSN: 2088-0685

Article Type: Research Paper

NIAT MELAKUKAN *ISLAMIC ONLINE DONATION* PADA GENERASI Z: PERAN *ATTITUDE* SEBAGAI MEDIATOR PADA MODEL UTAUT-3

Dewita Puspawati^{1*}, Novel Idris Abas², Kurnia Rina Ariani³

Affiliation:

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia

ABSTRACT

Purpose: This study aims to examine the effect of the UTAUT-3 model, namely performance expectancy, habit, and personal innovativeness on the intention to make Islamic online donations mediated by attitude in generation Z.

Methodology/ approach: This study uses a survey method by distributing questionnaires online. The sample in this study were 180 respondents. We use SEM-PLS to analyze data.

Findings: The results show that performance expectancy and personal innovativeness affect attitude, while habit does not affect. The intention to do Islamic online donation is influenced by performance expectancy, habit, personal innovativeness, and attitude. Attitude can mediate the relationship between performance expectancy and personal innovativeness with the intention to pay ZIS online. However, the effect of habit on online ZIS payment intentions cannot be mediated by attitude.

Practical implications: As Generation Z dominates the population in Indonesia, this generation has high potential in ZIS collection. ZIS Institutions can further promote the convenience of online ZIS payments.

Originality/value: This study uses personal innovativeness as a construct of UTAUT-3 in the intention to Islamic online donation.



Keywords: *Digital; Donation; Habit; Islamic; Personal Innovativeness.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh model UTAUT-3 yaitu *performance expectancy*, *habit*, dan *personal innovativeness* terhadap niat melakukan *islamic online donation* yang dimediasi oleh *attitude* pada generasi Z.

Metode/ pendekatan: Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuisioner secara *online*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 180 responden. Teknik analisis data menggunakan SEM-PLS.

Hasil: Hasil menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *personal innovativeness* mempengaruhi *attitude*, sedangkan *habit* tidak mempengaruhi. Niat melakukan *islamic online donation* dipengaruhi *performance expectancy*, *habit*, *personal innovativeness*, dan *attitude*. *Attitude* mampu memediasi hubungan antara *performance expectancy* dan *personal innovativeness* terhadap niat pembayaran ZIS secara *online*. Namun, pengaruh *habit* terhadap niat pembayaran ZIS secara *online* tidak mampu dimediasi oleh *attitude*.

Implikasi praktik: Sejalan dengan jumlah generasi Z yang mendominasi populasi di Indonesia, maka generasi ini memiliki potensi tinggi dalam pengumpulan ZIS. Pihak pengumpulan dan pengelola ZIS dapat lebih mempromosikan kemudahan cara pembayaran ZIS secara *online*.

Orisinalitas/kebaharuan: Penelitian ini menggunakan *personal innovativeness* sebagai konstruk dari UTAUT-3 dalam niat melakukan *Islamic online donation*.

Kata kunci: *Digital; Donasi, Habit; Islam; Personal Innovativeness.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi *mobile* yang sangat pesat telah mengubah banyak aspek kehidupan (Criollo-C et al., 2021; Jocevski et al., 2020; Madugba et al., 2024; Utami et al., 2023) termasuk cara kita melakukan pembayaran digital untuk tujuan amal seperti bersedekah atau berdonasi (Djimesah et al., 2022; Kim & Hall, 2020). Sedekah atau donasi dalam Islam berkaitan erat dengan Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (Oktavendi & Mu'ammal, 2022). Di era digital ini, berdonasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan situs *crowdfunding* dan *platform* donasi *online*

([Sukmana et al., 2023](#)). Hal ini memberikan kemudahan bagi individu untuk berbagi dan membantu sesama, terutama di negara seperti Indonesia yang dikenal memiliki tingkat pemberian donasi yang tinggi ([Indonesia, 2023](#)). Namun, predikat tersebut ternyata masih belum optimal jika dilihat dari aspek bagaimana cara melakukan kegiatan berdonasi atau melakukan pembayaran ZIS. Di Indonesia saat ini kegiatan bersedekah masih cenderung menggunakan cara *offline*, bukan *online* ([Oktavendi & Mu'ammal, 2022](#)). Hal tersebut seiring dengan kondisi penerimaan zakat tahun 2019, dimana penerimaan zakat secara *online* sebesar Rp 40 miliar, sedangkan penerimaan zakat secara *offline* mencapai Rp 200 miliar ([Baznas, 2023](#)). Salah satu alternatif solusi yang bisa dilakukan adalah mendorong individu untuk menggunakan platform donasi *online* yang bisa memberikan akses yang lebih mudah, cepat, dan fleksibel. Indonesia, yang sebagian besar populasinya terdiri dari Gen Z, menunjukkan potensi besar dalam adopsi teknologi donasi *online*.

Gen Z, yang lahir di era teknologi digital, sering kali disebut sebagai *digital natives* karena kemampuan mereka yang tinggi dalam menggunakan teknologi ([Childers & Boatwright, 2021](#)). Selain itu, Gen Z juga dikenal sebagai generasi yang memiliki kepedulian tinggi terhadap isu-isu sosial dan keagamaan, termasuk dalam hal berdonasi. Namun, meskipun Gen Z merupakan generasi yang familiar dengan teknologi, realitanya di Indonesia, mereka masih jarang memanfaatkan teknologi untuk berdonasi secara *online* ([Utami et al.](#)). Kondisi ini menimbulkan pertanyaan, yaitu mengapa gen Z yang dianggap *digital natives* masih belum memanfaatkan teknologi sedekah atau pembayaran ZIS secara *online* tersebut? dan faktor apa saja yang mempengaruhi niat Gen Z dalam menggunakan fitur digital untuk berdonasi.

Penelitian sebelumnya terkait penggunaan teknologi dalam bersedekah oleh Gen Z di Indonesia masih sangat sedikit dan butuh eksplorasi lebih. Padahal, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat Gen Z dalam menggunakan teknologi untuk kebaikan sangat penting, mengingat potensi besar yang dimiliki oleh generasi ini dalam memanfaatkan teknologi untuk tujuan tersebut ([Rosli et al., 2023](#)). Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk mengisi gap yang ada dengan mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat Gen Z dalam menggunakan fitur digital untuk berdonasi, khususnya melakukan donasi ZIS. Pendekatan yang digunakan adalah model UTAUT 3 ([Utami et al.](#)) yang telah dimodifikasi sesuai dengan karakteristik Gen Z.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa masih terdapat *gap penelitian*. [Kasri & Yuniar \(2021\)](#) dan [Kasri & Sosianti \(2023\)](#) menemukan bahwa *performance expectancy* dan *personal innovativeness* ([Oktavendi & Mu'ammal, 2022](#)) mampu mempengaruhi niat pembayaran zakat secara digital. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh [Kim et al. \(2022\)](#) dan [Efrata \(2023\)](#) yang menemukan bahwa *performance expectancy* dan *personal innovativeness* tidak mampu mempengaruhi niat penggunaan teknologi. Lebih lanjut, [Aji et al. \(2021\)](#) menunjukkan attitude mampu mempengaruhi niat melakukan infaq secara *online*. Sehingga, penelitian ini memiliki kontribusi untuk mengisi *gap penelitian* yang terjadi.

UTAUT 3 merupakan salah satu teori yang digunakan untuk memahami adopsi teknologi ([Muqtadiroh et al., 2020](#); [Nimansa & Kuruwitaarachchi, 2020](#)). Dalam konteks penelitian ini, UTAUT 3 berfokus pada tiga aspek utama, yaitu *performance expectancy*, *habit*, dan *personal innovativeness*. *Performance expectancy* mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya ([Venkatesh et al., 2003](#)). Dalam konteks penggunaan teknologi, Gen Z mungkin mempertimbangkan seberapa efektif dan efisien teknologi tersebut dalam memfasilitasi apa yang mereka lakukan ([Ghalandari, 2012](#)). Faktor ini penting karena Gen Z cenderung memilih teknologi yang dapat memberikan manfaat nyata dan praktis dalam kehidupan sehari-hari mereka. *Habit*

merupakan faktor yang berpengaruh dalam penggunaan teknologi (Yu et al., 2021). Kebiasaan menggunakan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan dapat meningkatkan kemungkinan Gen Z untuk mencoba dan terus menggunakan teknologi (Samila et al., 2022). Sedangkan, *personal innovativeness* merujuk pada sejauh mana seseorang bersedia untuk mencoba teknologi inovatif (Agarwal & Prasad, 1998). Gen Z yang memiliki tingkat *personal innovativeness* yang tinggi cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi baru (Lattu & Maulana, 2023). Sikap inovatif ini bisa mendorong mereka untuk mencoba dan mengadopsi metode donasi yang lebih modern dan digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat Gen Z dalam menggunakan teknologi untuk berdonasi, dengan fokus pada aspek *performance expectancy*, *habit*, dan *personal innovativeness*. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana sikap (*attitude*) memediasi pengaruh ketiga aspek tersebut terhadap niat penggunaan fitur digital dalam melakukan donasi ZIS secara *online*. Sikap (*attitude*) akan memediasi pengaruh variabel tersebut dengan cara membentuk persepsi positif terhadap manfaat dan kegunaan fitur digital. Sikap positif ini berfungsi menjadi jembatan antara *performance expectancy*, *habit*, dan *personal innovativeness* dan niat melakukan donasi ZIS secara *online*. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai perilaku Gen Z terkait sedekah *online* dan membantu pengembangan strategi yang lebih efektif untuk mendorong penggunaan teknologi dalam kegiatan amal. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan partisipasi Gen Z dalam kegiatan sosial dan keagamaan, serta memaksimalkan potensi teknologi untuk tujuan kebaikan di masyarakat.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan salah satu teori yang menjelaskan penggunaan dan keberterimaan teknologi yang dikemukakan oleh Venkatesh et al. (2003). UTAUT merupakan sintesis dari delapan teori atau model penggunaan teknologi terutama dalam konteks organisasi. Dalam studi lapangan longitudinal mengenai penerimaan teknologi oleh karyawan, UTAUT menjelaskan sekitar 70 persen variasi dalam niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Model UTAUT telah mengidentifikasi faktor-faktor penting dan kondisi terkait dalam memprediksi niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Sehingga, UTAUT sering dijadikan sebagai model dasar dan telah diterapkan dalam studi berbagai teknologi (Venkatesh & Bala, 2008).

Terdapat empat konstruk dalam model UTAUT, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* (Venkatesh et al., 2003). Kemudian, UTAUT berkembang menjadi UTAUT 2 dengan adanya penambahan konstruk yang diambil dari konteks penggunaan teknologi dari segi konsumen, yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* (Venkatesh & Bala, 2008). UTAUT 2 berkembang menjadi *Extended-UTAUT2* atau dikenal sebagai UTAUT-3 dengan adanya penambahan konstruk baru, yaitu *personal innovativeness* (Agarwal & Prasad, 1998; Farooq et al., 2017).

Penelitian ini mendefinisikan *Islamic online donation* sebagai pemberian atau donasi atau kegiatan amal yang berdasarkan ajaran Islam yang dilakukan secara *online*. Yang termasuk ke dalam ‘pemberian’ dalam konteks ajaran Islam, yaitu Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (ZIS). Zakat adalah merupakan bentuk tanggung jawab umat muslim yang memiliki kecukupan harta untuk memberikan sebagian dari kekayaan mereka kepada kelompok-kelompok tertentu (*mustahiq*) yang telah ditentukan dalam Islam (Hapsari & Abidin, 2016). Infaq adalah pemberian sebagian dari aset secara sukarela untuk tujuan publik, seperti mengembangkan umat dalam sektor ekonomi dan sosial (Anjelina et al., 2020). Shodaqoh adalah pemberian secara sukarela yang merupakan symbol keimanan seorang muslim yang digunakan untuk mendukung keadilan sosial (Kabir et al., 2017). ZIS bermanfaat untuk kebaikan diri sendiri

dan juga orang lain, seperti mendekatkan diri kepada Allah SWT, saling membantu dengan orang yang membutuhkan, mensejahterakan masyarakat, dan membantu pembangunan berbagai fasilitas umum (masjid, sekolah, rumah sakit) ([Baznas, 2023](#)).

Performance expectancy memiliki dampak signifikan bagaimana seseorang melihat dan akhirnya menggunakan teknologi ([Lin et al., 2023](#)). Individu cenderung mengadopsi teknologi perbankan *online* ketika mereka memiliki harapan yang tinggi terhadap peningkatan kinerja di bidang ini ([Salem & Rassouli, 2024](#)). Individu perlu merasakan peningkatan produktivitas ketika mereka menggunakan teknologi. Mereka juga mempersepsikan teknologi sebagai solusi yang dapat meningkatkan kemudahan, akurasi, dan personalisasi ([Kelly et al., 2023](#); [Saxena et al., 2023](#)). *Performance expectation* yang positif berfungsi sebagai stimulan yang mendorong pengguna untuk menerima teknologi.

Dalam model UTAUT terdapat variabel *habit*. *Habit* dianggap sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi. *Habit* merupakan tindakan yang dilakukan secara otomatis karena sering diulang dalam konteks yang sama ([Limayem et al., 2007](#)). [Venkatesh et al. \(2012\)](#) menyatakan bahwa *habit* dapat mempengaruhi penggunaan teknologi melalui pengaruh langsung pada niat dan juga secara tidak langsung melalui *attitude* terhadap teknologi. *Attitude* terhadap penggunaan teknologi dapat memediasi pengaruh *habit* terhadap niat penggunaan teknologi. Seseorang yang memiliki *habit* yang kuat dalam menggunakan teknologi, maka akan cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan teknologi tersebut.

Seseorang dengan karakteristik yang inovatif lebih senang untuk mengadopsi teknologi baru ([Nguyen, 2023](#)). *Personal innovativeness* mengacu pada kemampuan individu dalam mengeksplorasi sebuah teknologi baru sebelum menggunakannya. Pada saat individu mencoba mengeksplorasi teknologi, maka diharapkan timbulnya keyakinan terhadap adanya manfaat positif yang diberikan oleh teknologi baru ([Jiang et al., 2021](#); [Tu et al., 2022](#)). Adanya kecenderungan individu dalam mencoba teknologi baru, maka akan memunculkan *attitude* positif untuk menggunakan teknologi tersebut. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis dapat dikembangkan sebagai berikut:

H_{1a}: Terdapat pengaruh antara *performance expectancy* terhadap *attitude*.

H_{1b}: Terdapat pengaruh antara *habit* terhadap *attitude*.

H_{1c}: Terdapat pengaruh antara *personal innovativeness* terhadap *attitude*.

Performance expectancy mengacu pada persepsi pengguna terhadap peningkatan kinerja dengan menggunakan *digital platform* dalam melakukan donasi. Persepsi tentang peningkatan kinerja dengan menggunakan metode pembayaran *digital* meliputi kemudahan pembayaran, efektivitas layanan, dan transaksi yang lebih cepat ([Zhou et al., 2010](#)). Hasil penelitian [Rasiah & Yen \(2020\)](#) menunjukkan *performance expectancy* adalah faktor paling penting yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi otentikasi *biometric* untuk melakukan transaksi pembayaran. Pengguna sistem pembayaran *online* akan lebih memanfaatkan keunggulan yang ditawarkan oleh sistem ini, sehingga dapat meningkatkan niat seseorang dalam menggunakan teknologi ([Singh et al., 2020](#); [Wei et al., 2021](#)).

14.3 [Escobar-Rodríguez and Carvajal-Trujillo \(2014\)](#) meninjau berbagai definisi dari beberapa penulis yang menghubungkan *habit* dengan perilaku sebelumnya, perilaku otomatis, atau bahkan *automaticity*. Dalam penelitian ini, *habit* diasumsikan bahwa pengguna yang sudah terbiasa menggunakan sistem pembayaran *online* akan menunjukkan tingkat niat yang lebih

besar dalam melakukan *islamic online donation*. Hasil penelitian [Liébana-Cabanillas et al. \(2024\)](#) menunjukkan bahwa *habit* mempengaruhi niat penggunaan *biometric m-payment system*.

Inovasi yang ada dalam sebuah teknologi mempengaruhi persepsi seseorang terhadap penggunaan, kebermanfaatan, dan kemudahan teknologi ([Hossain et al., 2023](#)). Terdapat literatur yang mengungkapkan bahwa karakteristik inovatif dari pengguna teknologi meningkatkan sikap positif dan niat perilaku mereka terhadap teknologi yang sama ([Cao et al., 2019](#); [Dawami, 2020](#); [Hossain et al., 2019](#); [Patil et al., 2020](#)). Individu dengan tingkat inovasi yang lebih tinggi akan lebih bersedia mengadopsi teknologi - baik teknologi kompleks dan sederhana, yang dapat mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan teknologi ([Octavius & Antonio, 2021](#)). Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_{2a}: Terdapat pengaruh antara *performance expectancy* terhadap niat melakukan *islamic online donation*.

H_{2b}: Terdapat pengaruh antara *habit* terhadap *islamic online donation*.

H_{2c}: Terdapat pengaruh antara *personal innovativeness* terhadap niat melakukan *islamic online donation*.

Theory Acceptance Model (TAM) dan *Theory Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa *attitude* merupakan pemicu dari niat seseorang dalam berperilaku ([Mishra et al., 2023](#)). Dalam perluasan model keberterimaan teknologi, [Bhattacharjee & Premkumar, \(2004\)](#) menjelaskan bahwa keyakinan pengguna dan *attitude* merupakan pendorong utama dari penggunaan teknologi. Hasil penelitian sebelumnya telah memberikan bukti empiris bahwa *attitude* dapat mempengaruhi niat perilaku seseorang dalam penggunaan *e-wallet* ([Puspitasari et al., 2021](#)). Hasil penelitian yang sama juga menjelaskan bahwa niat berperilaku dalam penggunaan *fintech* ([Nguyen et al., 2021](#)) dan sistem informasi ([Mishra et al., 2023](#)) dipengaruhi oleh *attitude*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

H₃: Terdapat pengaruh antara *attitude* terhadap niat *islamic online donation*.

Penelitian [Lee et al. \(2024\)](#) dan [Dwivedi et al. \(2019\)](#) menyajikan model revisi dari UTAUT dengan mengintegrasikan *attitude* dengan UTAUT dan mengkonfirmasi bahwa terdapat pengaruh positif antara *attitude* pada *behavioral intention*. Hasil penelitian [Lee et al. \(2024\)](#), [Dwivedi et al. \(2019\)](#) dan [Rana et al. \(2017\)](#) menunjukkan bahwa *performance expectancy* secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi *attitude* dan *behavioral intention*. *Habit* merupakan perilaku yang berulang secara stabil ([Wood et al., 2002](#)). *Personal innovativeness* berpengaruh terhadap niat menggunakan teknologi QR Pay melalui *attitude* ([Nguyen, 2023](#)). Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

H_{4a}: Terdapat pengaruh antara *performance expectancy* terhadap niat melakukan *islamic online donation* yang dimediasi oleh *attitude*.

H_{4b}: Terdapat pengaruh antara *habit* terhadap niat melakukan *islamic online donation* yang dimediasi oleh *attitude*.

H_{4c}: Terdapat pengaruh antara *personal innovativeness* terhadap niat melakukan *islamic online donation* yang dimediasi oleh *attitude*.

METODE

823 Penelitian ini menguji pengaruh antara *performance expectancy*, *habit*, dan *personal innovativeness* terhadap niat melakukan *islamic online donation*. Populasi penelitian ini adalah seluruh generasi Z di eks-karasidenan Surakarta yang saat ini berusia 14-29 tahun yang menganut agama Islam. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada generasi Z yang bertempat tinggal di eks-karasidenan Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Penyebaran kuisioner dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form*.

Jumlah ukuran sampel yang dibutuhkan dihitung berdasarkan jumlah konstruk yang direpresentasikan dalam model penelitian, kemudian dikalikan 10 (Hair et al., 2019). Penelitian ini terdiri dari 5 variabel dengan jumlah 14 item pernyataan. Sehingga, jumlah sampel yang representatif untuk penelitian ini sebesar 140 responden. Variabel niat melakukan *islamic online donation* dan *habit* diadopsi dari penelitian Venkatesh et al. (2012); *performance expectancy* dan *attitude* diadopsi dari penelitian Venkatesh et al. (2003); serta *personal innovativeness* diadopsi dari Farooq et al. (2017). Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) sebagai teknik analisis data. Dalam SEM, pengujian dilakukan terhadap dua model yaitu model pengukuran dan model struktural (Hair et al., 2019). Pengujian model pengukuran digunakan untuk mengevaluasi dan memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar mengukur konstruk yang ingin diukur secara akurat dan konsisten. Model pengukuran menguji beberapa item, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan reliabilitas. Sedangkan, pengujian model struktural bertujuan untuk menguji hipotesis atau hubungan antar variabel laten yang telah ditetapkan dalam model. Pengujian ini terdiri dari nilai R^2 dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 ini menunjukkan data demografi dari 180 responden, yang terdiri dari 53 responden laki-laki dan 127 responden perempuan yang keseluruhannya merupakan Generasi Z. Dalam penelitian ini lebih banyak responden perempuan dibandingkan dengan laki-laki. Berdasarkan tabel di bawah, demografi pendapatan didominasi pada jumlah Rp 500.000,00. Sebesar 78.9% responden mengetahui cara berdonasi secara *online*.

Profil	Frekuensi	Presentase (%)
<i>Jenis Kelamin</i>		
Laki-Laki	53	29.4
Perempuan	127	70.6
<i>Pendapatan</i>		
< Rp 500.000,-	71	39.4
Rp 500.001 – Rp 1.000.000	45	25
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	33	18.3
Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000	14	7.8
>Rp 2.000.000,-	17	9.4
<i>Apakah anda mengetahui informasi berdonasi secara online?</i>		
Ya	142	78.9
Tidak	38	21.1

Sumber: Data diolah, 2024.

Tabel 1.
Karakteristik
Responden

Uji Validitas dan Reliabilitas

Analisis SEM-PLS digunakan secara luas untuk menguji model penelitian. Penelitian ini menguji *measurement model* untuk validitas konvergen diukur dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* yang diharapkan bernilai di atas 0,7 (Hair et al., 2013). Lebih lanjut, Hair et al. (2013) menjelaskan bahwa setiap *factor loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE) harus di atas 0,5. Untuk pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Composite Reliability* (CR). Jika nilai CR melebihi 0,7, maka data dinyatakan reliabel.

Berdasarkan table 2, nilai koefisien loading factor dan AVE untuk sembilan variabel di atas 0,5. Hal ini berarti bahwa semua indikator valid. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan dengan nilai CR dan Cronbach Alpha di atas 0,7 yang mengindikasikan bahwa seluruh indikator reliabel untuk mengukur variabel laten. Berdasarkan hasil ini, maka model penelitian yang diajukan dapat digunakan untuk analisis SEM-PLS tahap selanjutnya (Hair et al., 2013).

Tabel 3. menunjukkan hasil untuk melihat hasil validitas diskriminan dengan menggunakan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Nilai dari pengujian validitas diskriminan menunjukkan hasil yang baik. Hal ini dapat dilihat dari nilai HTMT di bawah 0.9 yang mengindikasikan seluruh item valid.

Tabel 2.
Measurement
Model Test –
Uji Validitas
dan
Reliabilitas

Variabel	Indikator	Loadings	Alpha	AVE	CR
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0.883	0.882	0.808	0.927
	PE2	0.906			
	PE4	0.908			
<i>Habit</i>	HB1	0.972	0.934	0.938	0.968
	HB2	0.965			
<i>Personal Innovativeness</i>	PI1	0.862	0.778	0.693	0.871
	PI2	0.777			
	PI3	0.855			
<i>Attitude</i>	ATT1	0.898	0.910	0.848	0.943
	ATT2	0.946			
	ATT3	0.917			
Niat Menggunakan	IU1	0.928	0.887	0.815	0.930
	IU2	0.898			
	IU3	0.882			

Sumber: Data diproses, 2024

Tabel 3.
Discriminant
Validity -
Heterotrait-
Monotrait
Ratio (HTMT)

	ATT	HB	IU	PE	PI
ATT					
HB	0.395				
IU	0.713	0.576			
PE	0.625	0.335	0.589		
PI	0.582	0.690	0.717	0.452	

Sumber: Data diproses, 2024

Uji Model Struktural

825 Penelitian ini juga melakukan pengujian *structural model* dengan *bootstrapping test* untuk melihat hasil pengujian model penelitian. Menurut [Hulland \(1999\)](#), nilai SRMR kurang dari 0.1 menunjukkan bahwa model penelitian *fit*. Nilai SRMR pada penelitian sebesar 0.065 (< 0.1) yang mengindikasikan bahwa model penelitian konsisten dengan realita dari pengguna Generasi Z dalam niat melakukan *islamic online donation*.

Nilai *Adj. R²* terhadap *attitude* sebesar 0.399. Sedangkan, nilai *Adj. R²* terhadap niat melakukan *islamic online donation* sebesar 0.560. Hal ini berarti bahwa *performance expectancy*, *habit*, *personal innovativeness*, dan *attitude* mempengaruhi niat melakukan *islamic online donation* sebesar 56%, sisanya 44% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian. Tabel 4 dan 5 menunjukkan hasil pengujian hipotesis, baik pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

Berdasarkan table 4 dapat dilihat bahwa variabel *performance expectancy* dan *personal innovativeness* mempengaruhi *attitude*. Namun, *habit* tidak mampu mempengaruhi *attitude*. Lebih lanjut, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *habit*, *personal innovativeness*, dan *attitude* mempengaruhi niat melakukan *islamic online donation*.

Tabel 5 menunjukkan analisis pengaruh tidak langsung dengan adanya *attitude* sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attitude* mampu memediasi hubungan pengaruh *performance expectancy* ($p=0.001$) dan *personal innovativeness* ($p=0.015$) terhadap niat melakukan *islamic online donation*. Namun, pengaruh *habit* terhadap niat melakukan *islamic online donation* tidak mampu dimediasi oleh *attitude*.

	Original Sample	<i>p-values</i>	Hasil
<i>Performance Expectancy – Attitude</i>	0.430	0.000*	H _{1a} diterima
<i>Habit - Attitude</i>	0.064	0.428	H _{1b} ditolak
<i>Personal Innovativeness – Attitude</i>	0.292	0.001*	H _{1c} diterima
<i>Performance Expectancy – Intention to Use</i>	0.168	0.016*	H _{2a} diterima
<i>Habit – Intention to Use</i>	0.214	0.001*	H _{2b} diterima
<i>Personal Innovativeness – Intention to Use</i>	0.232	0.001*	H _{2c} diterima
<i>Attitude – Intention to Use</i>	0.357	0.000*	H ₃ diterima

Sumber: Data diproses, 2024

Tabel 4.
Hasil
Pengaruh
Langsung

	Original Sample	<i>p-values</i>	Hasil
<i>PE – Attitude – Intention to Use</i>	0.154	0.001	H _{4a} diterima
<i>Habit – Attitude – Intention to Use</i>	0.023	0.460	H _{4b} ditolak
<i>PI – Attitude – Intention to Use</i>	0.104	0.015	H _{4c} diterima

Sumber: Data diproses, 2024

Tabel 5.
Analisis
Pengaruh
Tidak
Langsung

Pembahasan

JRAK

14.3

Penelitian ini bertujuan untuk faktor-faktor yang mempengaruhi niat melakukan *islamic online donation* melalui *attitude* pada generasi Z. Dalam penelitian ini, teori UTAUT digunakan untuk menganalisis bagaimana pengaruh dari *performance expectancy*, *habit*, dan *personal innovativeness* terhadap niat berperilaku. Hasil dalam penelitian ini menjelaskan bahwa *performance expectancy* dan *personal innovativeness* menjadi faktor krusial dalam niat berperilaku generasi Z dalam melakukan *islamic online donation*. Hasil penelitian ini juga menyajikan pengaruh *attitude* sebagai

variabel mediasi dalam hubungannya dengan niat berperilaku. Penelitian ini menawarkan pemahaman dan pengetahuan mengenai perilaku keuangan dan juga memberikan implikasi praktis bagi institusi dalam melihat potensi generasi Z dalam melakukan ZIS.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi secara signifikan pada literatur penggunaan UTAUT pada niat berperilaku penggunaan sistem serta faktor yang mempengaruhi niat melakukan *islamic online donation*. Pertama, hasil pengujian menyatakan bahwa *performance expectancy* mempengaruhi *attitude*, sehingga H_{1a} diterima. Hasil ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* yang menyatakan bahwa salah satu faktor penting dalam menentukan niat menggunakan adalah sejauh mana seseorang berharap bahwa menggunakan suatu system akan bermanfaat (Davis, 1989), sehingga akan menimbulkan *attitude* untuk menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian ini konsisten dengan El Alfy & Kehal (2024), Bhuiyan et al. (2024), Nazmi et al. (2024), dan Roh et al. (2023). *Performance expectancy* mengacu pada keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat yang signifikan atau meningkatkan kinerja dalam melakukan tugas tertentu. Adanya system pembayaran *online* akan meningkatkan produktivitas individu untuk berdonasi. Ketika individu merasa bahwa menggunakan teknologi memberikan dampak positif, maka individu nilai teknologi tersebut akan semakin meningkat. Hal ini akan memunculkan *attitude* yang lebih positif dalam melihat teknologi. Individu cenderung tertarik menggunakan system yang mempunyai keunggulan (Roh et al., 2023). Layanan *fintech* seperti pembayaran secara *online* menawarkan keunggulan kemudahan aksesibilitas, dan transaksi yang lebih cepat (Belanche et al., 2019) dan penggunaan pembayaran *online* untuk berdonasi (ZIS).

Sedangkan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *attitude* tidak dipengaruhi oleh *habit*, sehingga H_{1b} tidak terdukung. Lebih lanjut, *attitude* tidak mampu memediasi hubungan antara *habit* dan niat melakukan *islamic online donation*. Hasil penelitian ini sejalan dengan Saktyadi & Tricahyono (2024). *Habit* adalah kecenderungan respons yang diaktifkan secara otomatis oleh isyarat tertentu yang terjadi bersamaan dengan respons yang sudah pernah dilakukan di masa lalu (Neal et al., 2013). *Habit* merespon secara otomatis dari suatu kejadian sebagai akibat dari pengalaman panjang di masa lalu. Responden dari penelitian ini seluruhnya merupakan Generasi Z yang identik dengan *digital native* (Janssen & Carradini, 2021) karena lahir dalam dunia yang serba digital. Sehingga, penggunaan teknologi pada Generasi Z menjadi sebuah *habit* yang berfungsi secara otomatis dalam kehidupan sehari-hari (Ouellette & Wood, 1998).

Lebih lanjut, hasil pengujian menunjukkan bahwa *personal innovativeness* mempengaruhi *attitude*, sehingga dapat disimpulkan H_{1c} terdukung. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Mahmud et al. (2024) dan Khan et al. (2023). Kasilingam (2020) berpendapat bahwa seseorang memiliki *personal innovativeness* yang tinggi akan cenderung untuk selalu mencoba sesuatu yang baru di dalam hidupnya dan cenderung lebih terbuka terhadap pengalaman baru, termasuk dalam mencoba teknologi baru. Keterbukaan ini mempengaruhi *attitude* mereka menjadi lebih positif karena mereka melihat teknologi sebagai peluang untuk bereksperimen, belajar, dan menemukan cara-cara baru untuk meningkatkan efisiensi atau kualitas hidup mereka. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh Generasi Z yang lahir dalam kondisi yang serba digital, sehingga memungkinkan keberterimaan mereka terhadap teknologi menjadi lebih tinggi.

Kedua, hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *habit*, dan *personal innovativeness* mempengaruhi niat melakukan *islamic online donation*, sehingga H_{2a} , H_{2b} , dan H_{2c} diterima. Pengaruh variabel tersebut konsisten dengan teori UTAUT-3 (Venkatesh et al., 2012). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Milicevic et al. (2024), Vuong (2023), dan Moriuchi (2021) untuk pengaruh *performance expectancy* (H_{2a}) terhadap niat penggunaan. Hasil

penelitian niat melakukan *islamic online donation* dipengaruhi oleh *habit* (H_{2b}) konsisten dengan [Liébana-Cabanillas et al. \(2024\)](#), [Widiarti et al. \(2024\)](#) dan [Strzelecki et al. \(2024\)](#). Selanjutnya, hasil penelitian [Mahmud et al., \(2024\)](#) mengindikasikan bahwa *personal innovativeness* mempengaruhi niat berperilaku. *Performance expectancy* mencerminkan keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi mereka, seperti kemudahan akses, peningkatan efisiensi, dan penghematan waktu. Semakin tinggi ekspektasi individu bahwa penggunaan teknologi mampu memenuhi kebutuhan mereka, maka semakin besar niat untuk menggunakan teknologi tersebut. Jika seseorang memutuskan untuk menggunakan pembayaran digital, maka mereka akan mempertimbangkan manfaat, produktivitas, dan efektivitas kerjanya, serta dampak yang ditimbulkan oleh penggunaan aplikasi tersebut ([Patil et al., 2020](#)). *Habit* individu dalam menggunakan teknologi dan karakter orang yang inovatif juga akan mendorong keinginan seseorang untuk selalu mencoba teknologi yang bisa meningkatkan efisiensinya dalam melakukan pembayaran ZIS.

Kontribusi yang ketiga menunjukkan semakin tinggi *attitude* maka semakin tinggi niat menggunakan pembayaran *online*, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima. Hasil ini konsisten dengan penelitian [Mahmud et al. \(2024\)](#), [Saqr et al. \(2023\)](#), [Sari & Cristiana \(2022\)](#). Sesuai dengan *theory of planned behavior* ([Ajzen, 1991](#)), yang menjelaskan *attitude* merupakan salah satu predictor penting dalam menentukan niat dalam penggunaan teknologi. *Attitude* yang positif akan meningkatkan niat seseorang dalam menggunakan teknologi. *Attitude* positif ini bisa terbentuk dari keyakinan bahwa teknologi tersebut akan memberikan manfaat, seperti efisiensi, kemudahan, atau kenyamanan. Menurut [Sayaf et al. \(2022\)](#) kecenderungan mengadopsi *e-commerce* meningkat seiring dengan kecenderungan individu untuk menganalisis suatu platform. Sehingga, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan luas dan kuat antara *attitude* dan niat. Semakin tinggi *attitude*, maka semakin tinggi niat mengadopsi system pembayaran digital ([Najib & Fahma, 2020](#)).

Akhirnya, penelitian ini mengungkap peran *attitude* sebagai mediasi hubungan antara *performance expectancy* dan *personal innovativeness* terhadap niat melakukan *islamic online donation*. Hal tersebut menunjukkan H_{4a} dan H_{4c} terdukung. Hasil penelitian ini sejalan dengan [Lee et al., \(2024\)](#), [Nguyen \(2023\)](#), dan [Roh et al. \(2023\)](#). Ketika individu memiliki ekspektasi kinerja dan *personal innovativeness* yang tinggi terhadap adanya suatu teknologi, maka akan membentuk *attitude* positif individu. *Attitude* merupakan jembatan antara *performance expectancy* dan *personal innovativeness* yang akan membentuk motivasi individu untuk menggunakan teknologi, seperti pembayaran ZIS secara *online*. Berbagai layanan yang disediakan dalam suatu teknologi yang dimiliki perusahaan dan penyederhanaan proses dilakukan untuk memfasilitasi pencapaian tujuan dan niat pelanggan secara cepat ([Nguyen, 2023](#)). Pembayaran ZIS secara *online* muncul sebagai solusi yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi secara lebih cepat, efisien, dan nyaman kapanpun dan dimanapun. ([Nguyen, 2023](#)) juga menjelaskan bahwa Generasi Z di Vietnam menunjukkan kecenderungan kuat untuk menerima inovasi dan secara aktif terlibat dengan produk dan layanan baru, seperti QR Pay.

SIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh *performance expectancy*, *habit*, dan *personal innovativeness* terhadap niat melakukan *islamic online donation* yang dimediasi oleh *attitude*. Hasil menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *personal innovativeness* berpengaruh terhadap niat melakukan *islamic online donation* melalui *attitude*. Hal ini sejalan dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT-3)* yang menjelaskan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi niat berperilaku, yaitu *performance expectancy* dan *personal innovativeness*. UTAUT juga menjelaskan

bagaimana kedua variabel tersebut mempengaruhi *attitude* yang nantinya akan berdampak pada niat menggunakan teknologi. Berbeda dengan *habit* yang tidak mampu mempengaruhi niat melakukan *islamic online donation*. Hal ini dikarenakan responden dari penelitian ini seluruhnya merupakan Generasi Z yang identik dengan generasi *digital native* karena lahir dalam dunia yang serba digital. Penggunaan teknologi oleh Generasi Z sudah menjadi kebiasaan yang terbentuk dari pengalaman masa lalu, sehingga penggunaan teknologi merupakan sesuatu yang ‘otomatis’. Implikasi penelitian ini adalah generasi Z sebagai generasi yang mendominasi di Indonesia menjadi bagian dari potensi pengumpulan ZIS di masa depan. Lembaga pengumpulan dan pengelolaan ZIS perlu lebih banyak memberikan informasi mengenai kemudahan melakukan donasi atau ZIS dan manfaat dari donasi tersebut. Keterbatasan pada penelitian ini yaitu jumlah sampel yang tidak terlalu banyak dan didominasi oleh mahasiswa. Saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu mencari sampel generasi Z yang telah bekerja dan memperbanyak jumlah sampel. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel literasi ZIS dan religiusitas dalam niat melakukan *Islamic online donation*.

Persembahan

Terima kasih penulis ucapkan pada Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan Pimpinan Pusat Muhammadiyah Tahun 2023 melalui Skema Penelitian Fundamental 1 - Hibah Riset Nasional Muhammadiyah Batch VII Tahun 2024 dengan No. SK. 0258.056/I.3/D/2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R., & Prasad, J. (1998). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information systems research*, 9(2), 204-215.
- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 1-20.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*.
- Anjelina, E. D., Salsabila, R., & Fitriyanti, D. A. (2020). Peranan Zakat, Infak dan Sedekah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Jibbiz: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4(2), 136-147.
- Baznas. (2023). *Outlook Zakat Indonesia 2023*. Puskas Baznas.
- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2019). Artificial Intelligence in FinTech: understanding robo-advisors adoption among customers. *Industrial Management & Data Systems*, 119(7), 1411-1430.
- Bhattacharjee, A., & Premkumar, G. (2004). Understanding changes in belief and attitude toward information technology usage: A theoretical model and longitudinal test. *MIS quarterly*, 229-254.
- Bhuiyan, K. H., Ahmed, S., & Jahan, I. (2024). Consumer attitude toward using artificial intelligence (AI) devices in hospitality services. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*(ahead-of-print).
- Cao, J., Shang, Y., Mok, Q., & Lai, I. K.-W. (2019). The impact of personal innovativeness on the intention to use cloud classroom: an empirical study in China. *Technology in Education: Pedagogical Innovations: 4th International Conference, ICTE 2019, Guangzhou, China, March 15-17, 2019, Revised Selected Papers 4*,

- Childers, C., & Boatwright, B. (2021). Do digital natives recognize digital influence? Generational differences and understanding of social media influencers. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 42(4), 425-442.
- Criollo-C, S., Guerrero-Arias, A., Jaramillo-Alcázar, Á., & Luján-Mora, S. (2021). Mobile learning technologies for education: Benefits and pending issues. *Applied Sciences*, 11(9), 4111-4111.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Dawami, Q. (2020). Factors influencing the preference of customers towards Islamic banking: Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Economic Laws*, 3(1), 48-67.
- Djimesah, I. E., Zhao, H., Okine, A. N. D., Li, Y., Duah, E., & Mireku, K. K. (2022). Analyzing the technology of acceptance model of Ghanaian crowdfunding stakeholders. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121323-121323.
- 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, 719-734.
- Efrata, T. C. (2023). PERSONAL INNOVATIVENESS, PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, AND TRUST ASDETERMINANTS OF MOBILE PAYMENT UTILIZATION. *Review of Management and Entrepreneurship*, 7(2).
- El Alfy, S., & Kehal, M. (2024). Investigating the factors affecting educators' adoption of learning analytics using the UTAUT model. *The International Journal of Information and Learning Technology*.
- Escobar-Rodríguez, T., & Carvajal-Trujillo, E. (2014). Online purchasing tickets for low cost carriers: An application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model. *Tourism management*, 43, 70-88.
- Farooq, M. S., Salam, M., Jaafar, N., Fayolle, A., Ayupp, K., Radovic-Markovic, M., & Sajid, A. (2017). Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: Extending UTAUT2. *Interactive Technology and Smart Education*, 14(4), 329-348.
- Ghalandari, K. (2012). The effect of performance expectancy, effort expectancy, social influence and facilitating conditions on acceptance of e-banking services in Iran: The moderating role of age and gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(6), 801-807.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate data analysis (8. Baskı). *Eight Edition, Cengage: Learning EMEA*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long range planning*, 46(1-2), 1-12.
- Hapsari, M. I., & Abidin, Z. (2016). Zakat distribution in maqasid al-shariah framework. *Journal of Islamic Financial Studies*, 2(02).
- Hossain, A., Quaresma, R., & Rahman, H. (2019). Investigating factors influencing the physicians' adoption of electronic health record (EHR) in healthcare system of Bangladesh: An empirical study. *International Journal of Information Management*, 44, 76-87.
- Hossain, M. A., Amin, R., Masud, A. A., Hossain, M. I., Hossen, M. A., & Hossain, M. K. (2023). What drives people's behavioral intention toward telemedicine? an emerging economy perspective. *SAGE Open*, 13(3), 21582440231181394-21582440231181394.
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. *Strategic management journal*, 20(2), 195-204.
- Indonesia, C. N. N. (2023). Indonesia Jadi Negara Paling Dermawan di Dunia untuk Keenam Kalinya Baca artikel CNN Indonesia "Indonesia Jadi Negara Paling Dermawan di Dunia untuk Keenam Kalinya" selengkapnya di sini: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20231122094358-277-1027392/indonesia-jadi-negara-paling-dermawan-di-dunia-untuk-keenam-kalinya>. In.

- Janssen, D., & Carradini, S. (2021). Generation Z workplace communication habits and expectations. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 64(2), 137-153.
- Jiang, Y., Ahmad, H., Butt, A. H., Shafique, M. N., & Muhammad, S. (2021). QR digital payment system adoption by retailers: the moderating role of COVID-19 knowledge. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 34(3), 41-63.
- Jocevski, M., Ghezzi, A., & Arvidsson, N. (2020). Exploring the growth challenge of mobile payment platforms: A business model perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 40, 100908-100908.
- Kabir, M. R., Sobhani, F. A., & Kausar, A. (2017). Management of Sadaqah through social enterprises: A study on Anjuman Mufidul Islam Bangladesh.
- Kasilingam, D. L. (2020). Understanding the attitude and intention to use smartphone chatbots for shopping. *Technology in Society*, 62, 101280-101280.
- Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). Determinants of the intention to pay zakat online: The case of Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(2), 275-294.
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362-379.
- Kelly, S., Kaye, S.-A., & Oviedo-Trespalacios, O. (2023). What factors contribute to the acceptance of artificial intelligence? A systematic review. *Telematics and Informatics*, 77, 101925-101925.
- Khan, S., Khan, S. U., Khan, I. U., Khan, S. Z., & Khan, R. U. (2023). Understanding consumer adoption of mobile payment in Pakistan. *Journal of Science and Technology Policy Management*(ahead-of-print).
- Kim, D.-Y., Moon, M., & Kim, J.-S. (2022). A Study on the Acceptance Intention of Robotic Process Automation Using Integrated Technology Acceptance Model. *Journal of the Korean Society of Supply Chain Management*. <https://doi.org/10.25052/kscm.2022.5.22.1.19>
- Kim, M. J., & Hall, C. M. (2020). What drives visitor economy crowdfunding? The effect of digital storytelling on unified theory of acceptance and use of technology. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100638-100638.
- Lattu, A., & Maulana, A. (2023). Determinant Factors of Personal Innovativeness in Information Technology of Ride-Hailing New Brand: The Role of Gender. *International Journal of Health Engineering and Technology (IJHET)*, 2(2).
- Lee, S., Jones-Jang, S. M., Chung, M., Kim, N., & Choi, J. (2024). Who is using ChatGPT and why? Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model. *Information Research an international electronic journal*, 29(1), 54-72.
- Liébana-Cabanillas, F., Kalinic, Z., Muñoz-Leiva, F., & Higuera-Castillo, E. (2024). Biometric m-payment systems: A multi-analytical approach to determining use intention. *Information & Management*, 61(2), 103907-103907.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance. *MIS quarterly*, 705-737.
- Lin, R.-R., Zheng, Y., & Lee, J.-C. (2023). Artificial intelligence-based pre-implementation interventions in users' continuance intention to use mobile banking. *International Journal of Mobile Communications*, 21(4), 518-540.
- Madugba, J., Ben-caleb, E., Uzoka, N., Onuoha, C., Godwin, M., Agbiogwu, A., & James, D. (2024). Self-Assessment Regime, Tax Compliance, And Tax Administration: Evidence From Emerging Economy. *Journal of Multiperspectives on Accounting Literature*, 2(1), 43-56.
- Mahmud, A., Sarower, A. H., Sohel, A., Assaduzzaman, M., & Bhuiyan, T. (2024). Adoption of ChatGPT by university students for academic purposes: Partial least square, artificial neural network, deep neural network and classification algorithms approach. *Array*, 21, 100339-100339.
- Milicevic, N., Kalas, B., Djokic, N., Malcic, B., & Djokic, I. (2024). Students' Intention toward Artificial Intelligence in the Context of Digital Transformation. *Sustainability*, 16(9), 3554-3554.

- Mishra, A., Shukla, A., Rana, N. P., Currie, W. L., & Dwivedi, Y. K. (2023). Re-examining post-acceptance model of information systems continuance: A revised theoretical model using MASEM approach. *International Journal of Information Management*, 68, 102571-102571.
- Moriuchi, E. (2021). An empirical study of consumers' intention to use biometric facial recognition as a payment method. *Psychology & Marketing*, 38(10), 1741-1765.
- Muqtadiroh, F. A., Herdiyanti, A., & Puspitasari, N. (2020). The e-learning quality model to examine students' behavioral intention to use online learning platform in a higher education institution. *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 6(2).
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702-1708.
- Nazmi, N., Azizah, S. N., & Santoso, S. B. (2024). Model Utaut Pada Perilaku Penggunaan Aplikasi Praktik Akuntansi. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 7(1), 20-36.
- Neal, D. T., Wood, W., & Drolet, A. (2013). How do people adhere to goals when willpower is low? The profits (and pitfalls) of strong habits. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(6), 959-959.
- Nguyen, D. M., Chiu, Y.-T. H., & Le, H. D. (2021). Determinants of continuance intention towards banks' chatbot services in Vietnam: A necessity for sustainable development. *Sustainability*, 13(14), 7625-7625.
- Nguyen, M. S. (2023). Factors affecting Gen Z's intention to use QR Pay in Vietnam after Covid-19. *Innovative Marketing*, 19(3), 100-100.
- Nimansa, A. T., & Kuruwitaarachchi, N. (2020). A Study on Finding the Factors, Hindering the use of digital wallets among youth in Developing Countries. *Scholedge International Journal of Management & Development*, 7(6).
- Octavius, G. S., & Antonio, F. (2021). Antecedents of intention to adopt mobile health (mHealth) application and its impact on intention to recommend: An evidence from Indonesian customers. *International journal of telemedicine and applications*, 2021(1), 6698627-6698627.
- Oktavendi, T. W., & Mu'ammal, I. (2022). Acceptance model for predicting adoption of Zakat, Infaq, and Sadaqoh (ZIS) digital payments in Generation Z. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 684-700.
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological bulletin*, 124(1), 54-54.
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54, 102144-102144.
- Puspitasari, I., Wiambodo, A. N. R., & Soeparman, P. (2021). The impact of expectation confirmation, technology compatibility, and customer's acceptance on e-wallet continuance intention. AIP conference proceedings,
- Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., Lal, B., Williams, M. D., & Clement, M. (2017). Citizens' adoption of an electronic government system: towards a unified view. *Information Systems Frontiers*, 19, 549-568.
- Rasiah, D., & Yen, Y. Y. (2020). User acceptance of ATM biometric authentication. *Global Journal of Computer Sciences: Theory and Research*, 10(1), 11-17.
- Roh, T., Park, B. I., & Xiao, S. S. (2023). Adoption of AI-enabled Robo-advisors in Fintech: Simultaneous Employment of UTAUT and the Theory of Reasoned Action. *Journal of Electronic Commerce Research*, 24(1), 29-47.

- Rosli, M. S., Saleh, N. S., Md. Ali, A., & Abu Bakar, S. (2023). Factors determining the acceptance of E-wallet among gen Z from the lens of the extended technology acceptance model. *Sustainability*, 15(7), 5752-5752.
- Saktyadi, A., & Tricahyono, D. (2024). Examining Customer Behavior Influences on MyPertamina App Adoption: A UTAUT2 Model Study in South Banten Gas Stations. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 12(2), 113-131.
- Salem, M. Z., & Rassouli, A. (2024). Analyzing the impact of trust in financial institutions on Palestinian consumer attitudes towards AI-powered online banking: understanding key influencing factors. *Competitiveness Review: An International Business Journal*(ahead-of-print).
- Samila, A. R., Shabrina, N. P., & Rokanta, S. A. (2022). Factors Affecting Behavioral Intention and Use Behavior of E-Commerce Users from Gen-Z Using UTAUT2 Model. 2022 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech),
- Saqr, R. R., Al-Somali, S. A., & Sarhan, M. Y. (2023). Exploring the acceptance and user satisfaction of AI-driven e-learning platforms (Blackboard, Moodle, Edmodo, Coursera and edX): an integrated technology model. *Sustainability*, 16(1), 204-204.
- Sari, S. P., & Cristiana, S. (2022). Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends. Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi,
- Saxena, C., Kumar, P., Sarvaiya, R., & Khatri, B. (2023). Attitude, behavioral intention and adoption of AI driven chatbots in the banking sector. 2023 IEEE IAS Global Conference on Emerging Technologies (GlobConET),
- Sayaf, A. M., Alamri, M. M., Alqahtani, M. A., & Alrahmi, W. M. (2022). Factors influencing university students' adoption of digital learning technology in teaching and learning. *Sustainability*, 14(1), 493-493.
- Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205.
- Strzelecki, A., Cicha, K., Rizun, M., & Rutecka, P. (2024). Acceptance and use of ChatGPT in the academic community. *Education and Information Technologies*, 1-26.
- Sukmana, R., Trianto, B., & Zaimsyah, A. M. (2023). Determinant factor of crowdfunders' behavior in using crowdfunding waqf model in Indonesia: two competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1793-1816.
- Tu, M., Wu, L., Wan, H., Ding, Z., Guo, Z., & Chen, J. (2022). The adoption of QR code mobile payment technology during COVID-19: A social learning perspective. *Frontiers in Psychology*, 12, 798199-798199.
- Utami, S. B., Bawono, A. D. B., & Sasongko, N. (2023). Pengaruh Privasi, Keamanan, Keandalan, dan Transparansi Terhadap Minat Penggunaan Payment Fintech UMKM di Watukelir. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2), 228-239.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences*, 39(2), 273-315.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178.
- Vuong, B. N. (2023). A model of factors influencing customers' intention to use e-wallets during COVID-19 in Vietnam. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 14(4), 434-452.
- Wei, M.-F., Luh, Y.-H., Huang, Y.-H., & Chang, Y.-C. (2021). Young generation's mobile payment adoption behavior: Analysis based on an extended UTAUT model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), 618-637.

- Widiarti, N. N. a., Nurkholis, N., & Purwanti, L. (2024). Peran Unsur Meta-Utaut, Penerimaan Paylater Dan Persepsi Penggunaan Terhadap Antropomorfisme Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 14(1).
- Wood, W., Quinn, J. M., & Kashy, D. A. (2002). Habits in everyday life: thought, emotion, and action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1281-1281.
- Yu, C.-W., Chao, C.-M., Chang, C.-F., Chen, R.-J., Chen, P.-C., & Liu, Y.-X. (2021). Exploring behavioral intention to use a mobile health education website: an extension of the UTAUT 2 model. *SAGE Open*, 11(4), 21582440211055721-21582440211055721.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in human behavior*, 26(4), 760-767.