

Analisis Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) terhadap perilaku penggunaan layanan pembelajaran online melalui behavioral intention

REMINTA LUMBAN BATU¹; AULIA FASHANAH HADINING²

^{1,2} Universitas Singaperbangsa Karawang
Jln. HS. Ronggo Waluyo Telp. (0267) 641177
E-mail : reminta.lumban@fe.unsika.ac.id

Abstract: Information and communication technology that is developing rapidly, especially in the world of education, makes online learning easier. E-learning development does not only present online lesson materials but must be communicative and interesting. Online learning must be used to its full potential in order to experience its benefits. Insufficient user behavior can be caused by several factors. UTAUT is one of the latest technology acceptance models. There is a significant influence on the independent hedonic motivation variable on the dependent variable use behavior through the intervening behavioral intention variable. The moderating variable shows that age (age), gender (age) and experience (experience) are not variables that moderate the effect of the independent variable on the dependent variable.

Keywords: *UTAUT, Behavioral Intention, Use Behavior*

Persebaran Covid-19 yang massif di berbagai negara telah mengakibatkan banyak sektor harus berubah. Seluruh bidang terkena dampaknya tidak terkecuali sektor pendidikan yang mengalami beberapa perubahan tak terduga (Impey, 2020; Oyedotun, 2020; Panesar et al., 2020). Berbagai kebijakan dilakukan untuk meminimalisir persebaran Covid-19 yaitu penutupan sekolah dan fasilitas pendidikan secara menyeluruh (Alsafi, Abbas, Hassan, & Ali, 2020; Oyedotun, 2020; Pather et al., 2020). Pendidikan yang biasanya dapat dilakukan secara langsung (offline) harus berubah menjadi tidak langsung (online)

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat khususnya pada dunia pendidikan menjadikan pembelajaran secara online lebih mudah dimana sistem harus mengarahkan perilaku individual dalam bertinteraksi dengan sistem informasi tersebut untuk mencapai tujuannya (Ain, Kaur, & Waheed, 2016; Destaningrum & Wardani, 2018; El-Masri & Tarhini, 2017). Platform pembelajaran atau pengajaran yang bergantung pada perangkat elektronik dan teknologi sebagai pengganti kertas dan pengajaran di kelas bisa disebut e-Learning

(Alqudah, Jammal, Saleh, Khader, & Obeidat, 2020; Wheeler, 2012) Istilah lain yang dapat digunakan untuk merujuk pada jenis pembelajaran modern tersebut termasuk pembelajaran virtual, pembelajaran berbasis web dan pembelajaran berbasis komputer (Alqudah et al., 2020; Goyal, 2012). Pengembangan *E-learning* tidak hanya menyajikan materi pelajaran secara online namun harus komunikatif dan menarik (Taqwatika, Agustini, & Suyasa, 2019). Pendidik menyampaikan materi melalui platform pembelajaran online memerlukan pendekatan yang lebih bernuansa (McKeown & Anderson, 2016).

Pembelajaran *online* berbasis internet seperti *Zenius*, *Quipper*, dan *Ruang Guru* menjadi alternatif pilihan model pembelajaran melalui internet. *Platform Edmodo* dan *Google Classroom* semakin banyak digunakan dalam proses pembelajaran di sekolah (Yuliana, 2019) namun masih ada yang belum menggunakan aplikasi pembelajaran online dengan maksimal sehingga kurang merasakan manfaatnya. Perilaku pengguna yang kurang maksimal tersebut dapat

disebabkan oleh beberapa faktor. UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi terkini yang dikembangkan oleh Vankatesh, dkk. Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) dapat digunakan untuk memahami dan menganalisis determinan penggunaan teknologi informasi (Nuari, Nurkhin, & Kardoyo, 2019).

UTAUT menggabungkan fitur-fitur dari delapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori. Kedelapan teori terkemuka yang disatukan didalam UTAUT adalah *theory of reasoned action (TRA)*, *technology acceptance model (TAM)*, *motivational model (MM)*, *theory of planned behaviour (TPB)*, *combined TAM and TPB*, *model of PC utilization (MPTU)*, *innovation diffusion theory (IDT)* dan *social cognitivetheory (SCT)* (Fithriya et al., 2019; Taqwatika et al., 2019). Venkatesh (2012) mengembangkan model original UTAUT menjadi UTAUT2 dengan menambahkan konstruk *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. UTAUT2 bisa lebih mengeksplorasi temuan mengenai faktor yang mempengaruhi penerimaan dan pemanfaatan sistem (Chang, 2012; Nuari et al., 2019). Motivasi gaya hidup dianggap sebagai teori yang paling penting dalam UTAUT2 karena mengintegrasikan komponen afektif yang sangat dibutuhkan ke dalam UTAUT (Tamilmani, Rana, Prakasam, & Dwivedi, 2019). Penelitian ini akan membahas pengaruh UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) terhadap perilaku penggunaan layanan pembelajaran online melalui behavioral intention.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi pembelajaran *online* di Indonesia dengan sampel pengguna aplikasi ruang guru, zenius, quipper, rumah belajar, edulab, edmodo dan aplikasi sekolah/kampus. Pengambilan sampel dilakukan secara online menggunakan simple

random sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian yaitu studi kepustakaan dan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan verifikatif menggunakan bantuan program SmartPLS3 untuk menghubungkan antara variabel laten dengan manifest. Penelitian ini menggunakan teknik multivariat dikarenakan penelitian ini menganalisis hubungan lebih dari dua variabel. Analisis verifikatif dalam penelitian ini dengan menggunakan metode SEM (*structural equation modelling*) dengan *Partial Least Squares (PLS)*.

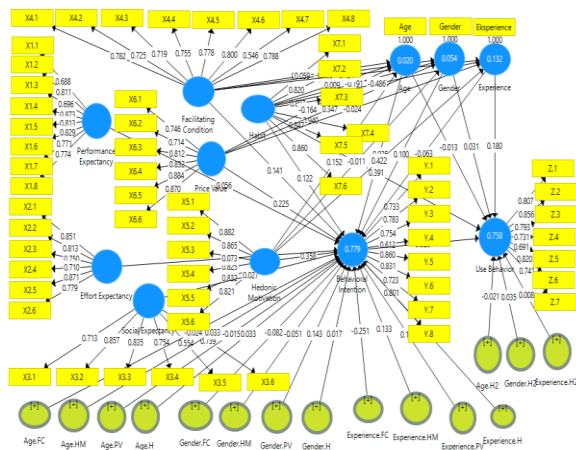
HASIL

Deskriptif Responden

Berdasarkan hasil analisis data responden dalam penelitian ini diketahui bahwa dari 100 orang responden dalam penelitian ini, sebagian besar responden berusia antara 16-20 tahun sebanyak 57 orang (57.00%), selanjutnya memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 69 orang (69.00%), menggunakan aplikasi google untuk pembelajaran Online sebanyak 24 orang (24.00%), sudah berpengalaman menggunakan aplikasi selama <6 bulan sebanyak 62 orang (62.00%), jumlah aplikasi pembelajaran online yang digunakan sebanyak 2-3 aplikasi sebanyak 57 orang (57.00%) dan berpendidikan SMA sebanyak 89 orang (89.00%).

Analisis Data Penelitian

Outer Model (Model Pengukuran)



Gambar. 1 Outer Model (Model Pengukuran) Awal

Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *cross loading* lebih kecil dibandingkan dengan nilai variabel lainnya yaitu X1.1, X1.4, X3.5, X4.7, Y.4, dan Z.5 sehingga perlu dilakukan *discriminant validity* ke tahap selanjutnya.

Berdasarkan evaluasi hasil akhir *discriminant validity* dengan menghapus beberapa indikator yang memiliki nilai yang lebih kecil dari 0.7 dan dilakukan estimasi ulang, maka diperoleh hasil bahwa semua indikator/item memiliki *loading factor* memiliki nilai lebih dari 0,7, sehingga dapat dinyatakan valid.

Validitas Diskriminan (*Diskriminan Validity*)

Berdasarkan hasil kriteria Fornell-Larcker menunjukkan nilai akar AVE tiap-tiap konstruk atau variabel, hasil akar kuadrat AVE dari setiap variabel lebih besar dari korelasi antara dua variabel dalam model. Oleh karena itu, variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan.

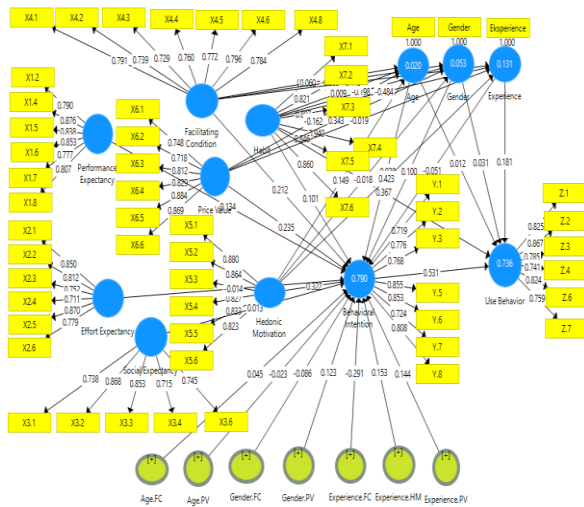
Uji Reliabilitas

Tabel 1: Nilai CR dan AVE

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (CR)</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Age	1.000	1.000	1.000
Age.FC	1.000	1.000	1.000
Age.PV	1.000	1.000	1.000
Behavioral Intention	0.897	0.919	0.621
Effort Expectancy	0.885	0.913	0.636
Experience	1.000	1.000	1.000
Experience.FC	1.000	1.000	1.000
Experience.HM	1.000	1.000	1.000
Experience.PV	1.000	1.000	1.000
Facilitating Condition	0.884	0.909	0.590
Gender	1.000	1.000	1.000
Gender.FC	1.000	1.000	1.000
Gender.PV	1.000	1.000	1.000
Habit	0.928	0.944	0.738
Hedonic Motivation	0.917	0.935	0.706
Performance Expectancy	0.905	0.927	0.680
Price Value	0.895	0.920	0.659
Social Expectancy	0.844	0.889	0.618
Use Behavior	0.888	0.915	0.642

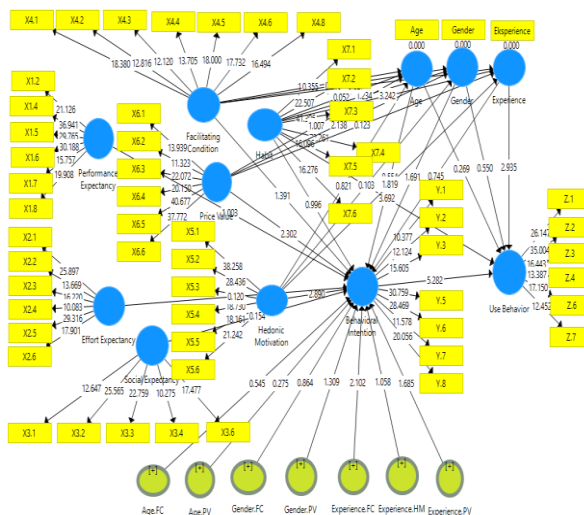
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh hasil bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* >0.700 dan nilai *average variance extracted* >0.5, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi uji realibilitas, dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel reliabel atau memiliki kehandalan. Dari hasil pengujian *outer model*, maka diperoleh hasil akhir *outer model* (model pengukuran), sebagai berikut:



Gambar. 2 Outer Model (Model Pengukuran) Final

Inner Model (Model Struktural)



Gambar. 3 Inner Model (Model Struktural)

R-Square (R²)

Tabel.16 Nilai Rsquare (R²)

	R Square
Behavioral Intention	0.790
Use Behavior	0.736
Age	0.020
Gender	0.053
Experience	0.131

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan tabel 1.6 hasil nilai R² untuk variabel behavioral intention sebagai variabel intervening diperoleh sebesar 0.790 atau 79.0% yang berada pada kategori baik/tinggi, sehingga dapat dinyatakan bahwa

sebesar 79.0%, kontribusi pengaruh dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value* dan *habit* terhadap behavioral intention.

Hasil nilai R² untuk variabel *use behavior* sebagai variabel dependent diperoleh sebesar 0.736 atau 73.6%, yang berada pada kategori baik/tinggi, sehingga dapat dinyatakan bahwa sebesar 73.6% kontribusi pengaruh dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value* *habit* dan *behavioral intention*, terhadap *use behavior*.

Hasil nilai R² untuk variabel moderating *age* (usia), *gender* (jenis kelamin) dan *experience* (pengalaman) pada interval 0,19–0,33 maka masuk dalam kategori lemah, sehingga dapat dinyatakan bahwa kontribusi pengaruh variabel *age*, *gender* dan *experience* yang memoderasi pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value* *habit* dan behavioral intention terhadap *use behavior* masing-masing sebesar 0.020 atau 2.0% untuk *age* (usia), 0.053 atau 5.3% untuk *gender* (jenis kelamin) dan 0.131 atau 13.1% untuk *experience* (pengalaman).

Q-Square

Berikut hasil perhitungan nilai *Q-Square*:

$$\begin{aligned}
 Q\text{-Square} &= 1 - (1 - R^2_1) \times (1 - R^2_2) \times (1 - R^2_3) \times (1 - R^2_4) \times (1 - R^2_5) \\
 &= 1 - (1 - 0.790) \times (1 - 0.736) \\
 &\times (1 - 0.020) \times (1 - 0.053) \times (1 - 0.131) \\
 &= 1 - 0.045 \\
 &= 0.955 \text{ atau } 95.5\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka diperoleh hasil *Q-square* sebesar 0.955 atau 95.5%, sehingga dapat dinyatakan bahwa besarnya keragaman data penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu senilai 95.5%, dan sisanya sebesar 4.5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Effect Size (F^2)

Tabel 2: Effect Size (F^2)

	Age	Behavioral Intention	Exp	Gender	Use Behavior
Age		0.003			0.001
Age.FC		0.004			
Age.PV		0.001			
Behavioral Intention					0.475
Effort Expectancy		0.000			
Experience		0.009			0.117
Experience.FC		0.101			
Experience.HM		0.034			
Experience.PV		0.045			
Facilitating Condition	0.001	0.035	0.007	0.002	
Gender		0.038			0.003
Gender.FC		0.013			
Gender.PV		0.030			
Habit	0.000	0.014	0.104	0.016	0.227
Hedonic Motivation	0.007	0.111	0.060	0.000	
Performance Expectancy		0.013			
Price Value	0.011	0.088	0.000	0.052	
Social Expectancy		0.000			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa terkecil berada pada pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention*, pengaruh habit terhadap *age*, pengaruh *social expectancy* terhadap *behavioral intention*, pengaruh *price value* terhadap *experience*, pengaruh *hedonic motivation* terhadap *gender* masing-masing diperoleh sebesar 0.000 yang berarti memiliki pengaruh kecil dan pengaruh terbesar berada pada pengaruh *behavioral intention* terhadap *use behavior* sebesar 0.475 yang berarti memiliki pengaruh besar.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis (*Path Coefficients*)

Berdasarkan hasil *tstatistik* dan nilai *pvalue* dan membandingkan hasil dengan nilai *ttabel* (>1.984) dan probabilitas 5% (≤ 0.05), maka diperoleh kesimpulan pengujian hipotesis (*path coefficients*), sebagai berikut:

1) Variabel moderating interaksi antara *age* dengan *facilitating condition* tidak

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) $< ttabel$ ($0.535 < 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.586 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- 2) Variabel intervening *behavioral intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent *use behavior*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) $> ttabel$ ($5.282 > 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 3) Variabel independent *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) $< ttabel$ ($0.120 < 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.905 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 4) Variabel moderating interaksi antara *experience* (pengalaman) dengan *facilitating condition* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) $> ttabel$ ($2.102 > 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.036 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 5) Variabel moderating interaksi antara *experience* (pengalaman) dengan *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) $< ttabel$ ($1.058 < 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.290 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 6) Variabel independent *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) $< ttabel$ ($1.391 < 1.984$) dan

- signifikansi (*pvalue*) $0.165 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 7) Variabel moderating interaksi antara *gender* (jenis kelamin) dengan *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) < *ttabel* ($0.864 < 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.388 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - 8) Variabel moderating interaksi antara *gender* (jenis kelamin) dengan *price value* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) < *ttabel* ($1.309 < 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.191 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - 9) Variabel independent *habit* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) < *ttabel* ($0.996 < 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.320 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - 10) Variabel independent *habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel moderating *experience* (pengalaman), hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) > *ttabel* ($3.242 > 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.001 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 11) Variabel independent *habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent *use behavior*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) > *ttabel* ($3.692 > 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.000 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 12) Variabel independent *hedonic motivation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) > *ttabel* ($2.890 > 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.004 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 13) Variabel independent *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) < *ttabel* ($1.003 < 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.316 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - 14) Variabel independent *price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) > *ttabel* ($2.302 > 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.022 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 15) Variabel independent *social expectancy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel intervening *behavioral intention*, hal ini dikarenakan hasil thitung (*tstatistik*) < *ttabel* ($0.154 < 1.984$) dan signifikansi (*pvalue*) $0.878 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

PEMBAHASAN

Penelitian ini sesuai dengan penelitian (Al-Azawei & Alowayr, 2020) yang mengatakan bahwa Hedonic Motivation menjadi prediktor yang kuat terhadap *Behavioral Intention* untuk menggunakan pembelajaran seluler. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Social Influence berpengaruh terhadap Use Behavior melalui Behavioral Intention. sesuai dengan penelitian (Gupta, Dogra, & George, 2018) yang mengatakan bahwa adopsi konsumen terhadap aplikasi smartphone dipengaruhi secara signifikan oleh social influence dan social influence merupakan determinan terkuat.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian (K.R.D. Putri & S., 2020) yang mengatakan bahwa variabel kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai harga berpengaruh terhadap niat penggunaan e-money. Penelitian ini sesuai dengan penelitian (Gupta et al., 2018) yang mengatakan bahwa behavioral intention

signifikan terhadap use behavior.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian (Nuari et al., 2019; Sung, Jeong, Jeong, & Shin, 2015; Venkatesh, Thong, & Xu, 2012) yang mengatakan bahwa performance expectancy dapat mempengaruhi terhadap use behavior melalui behavioral intention. Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan penelitian (Baabdullah, 2018) yang mengatakan bahwa social influence berpengaruh positif terhadap behavioral intention dan penelitian (Khatimah, Susanto, & Abdullah, 2019) yang mengatakan bahwa social influence signifikan terhadap behavioral intention.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung (indirect effect) untuk pengujian variabel intervening dan moderating, maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut:

- 1) *Behavioral intention* merupakan variabel intervening pada pengaruh *hedonic motivation* terhadap *use behavior*, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hasil thitung($t_{statistik}$) $>t_{tabel}$ ($2.453 > 1.984$) dan signifikansi (p_{value}) $0.015 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel independent *hedonic motivation* terhadap variabel dependent *use behavior* melalui variabel intervening *behavioral intention*.
- 2) *Behavioral intention* merupakan variabel intervening pada pengaruh *price value* terhadap *use behavior*, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hasil thitung($t_{statistik}$) $>t_{tabel}$ ($1.984 \geq 1.984$) dan signifikansi (p_{value}) $0.048 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel independent *price value* terhadap variabel dependent *use behavior* melalui variabel intervening *Behavioral intention*.

- 3) Hasil pengujian hipotesis pada variabel moderating menunjukkan bahwa *age* (usia), *gender* (usia) dan *experience* (pengalaman), bukan merupakan variabel yang memoderasi pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, hal ini dikarenakan hasil thitung ($t_{statistik}$) yang diperoleh $<t_{tabel}$ dan signifikansi (p_{value}) > 0.05 .

DAFTAR RUJUKAN

- Ain, N. U., Kaur, K., & Waheed, M. (2016). The influence of learning value on learning management system use: An extension of UTAUT2. *Information Development*, 32(5), 1306–1321. <https://doi.org/10.1177/0266666915597546>
- Al-Azawei, A., & Alowayr, A. (2020). Predicting the intention to use and hedonic motivation for mobile learning: A comparative study in two Middle Eastern countries. *Technology in Society*, 62(July), 101325. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101325>
- Alqudah, N. M., Jammal, H. M., Saleh, O., Khader, Y., & Obeidat, N. (2020). Perception and experience of academic Jordanian ophthalmologists with E-Learning for undergraduate course during the COVID-19 pandemic. *Annals of Medicine and Surgery*, 59(September), 44–47. <https://doi.org/10.1016/j.amsu.2020.09.014>
- Alsafi, Z., Abbas, A., Hassan, A., & Ali, M. A. (2020). The coronavirus (COVID-19) pandemic_ Adaptations in medical education. *International Journal of Surgery*, 78(April), 64–65.

- <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.03.083>
- Baabdullah, A. M. (2018). Consumer adoption of Mobile Social Network Games (M-SNGs) in Saudi Arabia: The role of social influence, hedonic motivation and trust. *Technology in Society*, 53(2018), 91–102. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.01.004>
- Chang, A. (2012). UTAUT AND UTAUT 2 : A REVIEW AND AGENDA FOR FUTURE RESEARCH, 13(9), 106–114.
- Destaningrum, D., & Wardani, N. H. (2018). Analisis Faktor Penerimaan Pengguna E-Learning SMA Negeri di Kota Blitar Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), 2(2).
- El-Masri, M., & Tarhini, A. (2017). Factors affecting the adoption of e-learning systems in Qatar and USA: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). *Educational Technology Research and Development*, 1–21. <https://doi.org/10.1007/s11423-016-9508-8>
- Fithriya, Z., Benny, A. M., Margo, P., Ria, A., Anang, M., Tety, H., ... Budiana, R. (2019). User Behaviour Intention Using UTAUT2 Model: A Systematic Literature Review, 8(August), 265–273. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-08.29>
- Goyal, S. (2012). E-Learning : Future of Education, 6, 239–242. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.11591/edulearn.v6i4.168>
- Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps?: An analysis based on the UTAUT-2 framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 48–62. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0013>
- Impey, C. (2020). Coronavirus: Social distancing is delaying vital scientific research. 18 March 2020. Retrieved from <https://theconversation.com/coronavirus-social-distancing-is-delaying-vital-scientific-research-133689>
- K.R.D. Putri, N., & S., I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-JA e-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540–555. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i02.p20>
- Khatimah, H., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2019). Hedonic motivation and social influence on behavioral intention of e-money: The role of payment habit as a mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1–9.
- McKeown, T., & Anderson, M. (2016). UTAUT: capturing differences in undergraduate versus postgraduate learning? *Education and Training*. <https://doi.org/10.1108/ET-07-2015-0058>
- Nuari, E. S., Nurkhin, A., & Kardoyo. (2019). ANALISIS DETERMINAN PEMANFAATAN EDMODO DENGAN MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF

TECHNOLOGY (UTAUT),
XVII(1).

- Oyedotun, T. D. (2020). Research in Globalization Sudden change of pedagogy in education driven by COVID-19 : Perspectives and evaluation from a developing country. *Research in Globalization*, 2(November), 100029. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100029>
- Panesar, K., Dodson, T., Lynch, J., Brysoncahn, C., Chew, L., & Dillon, J. (2020). Evolution of COVID-19 Guidelines for University of Washington Oral and Maxillofacial Surgery Patient Care. *Journal of Oral Maxillofacial Surgery*, 78(7), 1136–1146. <https://doi.org/10.1016/j.joms.2020.04.034>
- Pather, N., Blyth, P., Chapman, J. A., Dayal, M. R., Flack, N. A. M. S., Fogg, Q. A., ... Lazarus, M. D. (2020). Forced Disruption of Anatomy Education in Australia and New Zealand : An Acute Response to the Covid-19 Pandemic, 297(May), 284–297. <https://doi.org/10.1002/ase.1968>
- Sung, H.-N., Jeong, D.-Y., Jeong, Y.-S., & Shin, J.-I. (2015). The Relationship among Self-Efficacy, Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Behavioral Intention in Mobile Learning Service. *International Journal of U- and e- Service, Science and Technology*, 8(9), 197–206. <https://doi.org/10.14257/ijunesst.2015.8.9.21>
- Tamilmani, K., Rana, N. P., Prakasam, N., & Dwivedi, Y. K. (2019). The battle of Brain vs. Heart: A literature review and meta-analysis of “hedonic motivation” use in UTAUT2. *International Journal of Information Management*, 46(October 2018), 222–235. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.01.008>
- Taqwatika, S., Agustini, K., & Suyasa, P. A. (2019). ANALISIS PENERIMAAN SISTEM PEMBELAJARAN ONLINE EDMODO MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) STUDI KASUS : KELAS IX DI SMP NEGERI 1, 8, 467–475.
- 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: Management Information Systems*. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wheeler, S. (2012). *E-Learning and Digital Learning*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1428-6>
- Yuliana. (2019). INOVASI PEMBELAJARAN MELALUI TEKNOLOGI INFORMASI: PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN MELALUI INTERNET, 4(1), 119–132. <https://doi.org/10.15575/isema.v3i2.5179>