

---

## **Studi Fundamental Intensi Cashless Society Pada Millennials Dan Post Millennials Indonesia**

**Syarief Dienan Yahya<sup>1</sup>, Yogi Hady Afrizal<sup>2</sup>, Muhammad Fachrul Salam<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Kalla

<sup>2,3</sup> Program Studi Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Kalla

---

### **Abstrak**

Perkembangan transaksi ekonomi keuangan digital telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat kemudian mengantarkan alat transaksi keuangan konvensional pada ujung masanya. Beberapa pakar bersepakat bahwa Indonesia saat ini tengah berada pada ambang gerbang “kiamat uang kertas” dan peralihan pola perilaku masyarakat Indonesia untuk mengarah pada *cashless society*. Penelitian ini akan mengembangkan model UTAUT yang dimodifikasi dalam menilai perilaku intensi penggunaan transaksi elektronik pada generasi Millennials dan Post Millennials Indonesia. Penelitian ini melibatkan 218 responden yang merupakan orang yang lahir pada rentang tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 dan aktif bertransaksi menggunakan pembayaran elektronik e-money minimal 5 kali dalam kurun waktu sebulan terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* berpengaruh signifikan dan variabel *Facilitating Conditions* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention*. Variabel Gender tidak dapat memoderasi pengaruh semua variabel independen terhadap *Continuance Intention*, kecuali *Social Influence*. Variabel *Trust* tidak dapat memoderasi pengaruh semua variabel independen terhadap *Continuance Intention*, kecuali *Performance Expectancy* dan *Social Influence*.

**Kata Kunci:** Cashless Society; e-money; Electronic Payment; Millennials; Post Millennials

---

### **Abstact:**

*The development of digital financial economic transactions has experienced very rapid growth and then ushered in conventional financial transaction tools at the end of their time. Several experts agree that Indonesia is currently on the verge of a "paper money apocalypse" and a shift in the behavior patterns of Indonesian society towards a cashless society. This research will develop a modified UTAUT model in assessing the intention behavior of using electronic transactions in the Indonesian Millennials and Post Millennials generation. This research involved 218 respondents who were people born between 1980 and 2000 and actively made transactions using e-money electronic payments at least 5 times in the last month. The research results show that the variables Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Social Influence have a significant effect and the Facilitating Conditions variable does not have a significant effect on Continuance Intention. The Gender variable cannot moderate the influence of all independent variables on Continuance Intention, except Social Influence. The Trust variable cannot moderate the influence of all independent variables on Continuance Intention, except Performance Expectancy and Social Influence.*

**Keywords:** Cashless Society; e-money; Electronic Payment; Millennials; Post Millennials.

✉ Corresponding author:

Email Address: dienanyahya@gmail.com

## PENDAHULUAN

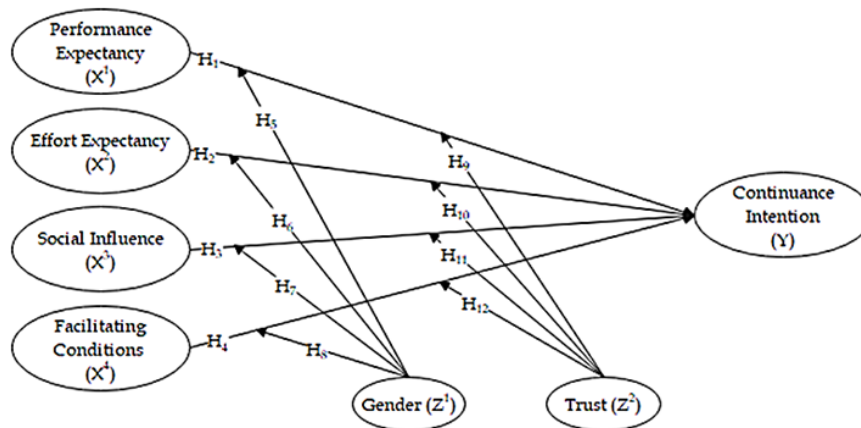
Perkembangan transaksi ekonomi keuangan digital telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sepanjang tahun 2022. Dalam rilisnya Bank Indonesia mengungkapkan bahwa nilai dari transaksi uang elektronik pada akhir tahun 2022 mencapai angka Rp 399,6 triliun atau bertumbuh sebesar 30,84% dibandingkan tahun 2021 dan diprediksi akan meningkat signifikan di tahun berikutnya (Bank Indonesia, 2023). Sementara itu, nilai dari transaksi *digital banking* pada tahun 2022 menembus angka Rp 52.545,8 triliun atau mengalami pertumbuhan 28,72%, angka ini diprediksi akan terus bertumbuh hingga mencapai Rp 64.175,1 triliun ditahun 2023 (Bank Indonesia, 2023). Fenomena ini kemudian telah mengantarkan alat transaksi keuangan konvensional pada ujung masanya. Beberapa pakar baik dari akademisi dan kalangan profesional bersepakat bahwa Indonesia saat ini tengah berada pada ambang gerbang “kiamat uang kertas” dan peralihan pola perilaku masyarakat Indonesia untuk mengarah pada *cashless society* semakin nyata. Sampai saat ini perkembangan teknologi telah membawa kita menghadapi era baru dalam cara bertransaksi dengan memungkinkan melakukannya secara online (Acheampong et al., 2017). *cashless society* atau masyarakat tanpa uang tunai adalah konsep di mana transaksi keuangan dilakukan secara digital tanpa melibatkan uang tunai. Di Indonesia, wacana *cashless society* mulai diperbincangkan sejak beberapa tahun terakhir ini. Salah satu faktor yang mendorong munculnya wacana *cashless society* di Indonesia adalah semakin berkembangnya teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas di masyarakat. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi secara digital dengan mudah dan cepat. Selain itu, pemerintah Indonesia juga mendukung upaya untuk mendorong *cashless society* melalui program Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) yang diluncurkan pada tahun 2014. Program ini bertujuan untuk meningkatkan penggunaan pembayaran non-tunai di Indonesia melalui berbagai insentif dan promosi. Adopsi *cashless society* juga diharapkan dapat mengurangi biaya dan risiko yang terkait dengan penggunaan uang tunai, seperti biaya cetak uang dan risiko keamanan saat membawa uang tunai. Namun, terdapat juga beberapa kendala yang perlu diatasi dalam membangun *cashless society* di Indonesia, seperti minimnya infrastruktur digital di beberapa daerah, rendahnya literasi finansial masyarakat, dan masih perlunya dukungan dan regulasi dari pemerintah dan sektor perbankan.

## TINJAUAN TEORETIS

Topik penelitian mengenai *cashless society* sebagai dampak dari kemajuan teknologi dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari telah mengemuka dalam beberapa tahun belakangan yang memicu perhatian dari berbagai kalangan peneliti ilmu-ilmu sosial (de Sena Abrahão et al., 2016). Lebih lanjut, topik mengenai keberlanjutan penggunaan teknologi *electronic payment* semakin populer dan menarik perhatian peneliti – peneliti secara signifikan sejak tahun 2017 (Cao & Niu, 2019; Garcia et al., 2019; Huang, 2020; Ofori et al., 2017; Yahya & Yulianto, 2019). Dimana riset

**Studi Fundamental Intensi Cashless Society Pada Millennials....**

terkait telah menguji mengenai variabel *continuance intention* dalam berbagai kajian terkait internet dan layanannya (Asnakew, 2020; Choi et al., 2019; Khwaldeh, 2020; Mensah et al., 2020), yang mana variabel *continuance intention* dalam penelitian ini akan difokuskan untuk pengujian terhadap *electronic payment* generasi Millennials dan Post Millennials di Indonesia. Beberapa penelitian yang telah dilakukan untuk mencoba menjelaskan perilaku pengadopsian transaksi elektronik di masyarakat. Model pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) telah dikembangkan oleh beberapa peneliti sebagai pendekatan paling mutakhir dalam menjelaskan fenomena penerimaan pengguna terhadap sebuah teknologi sebagai bagian dari salah satu percabangan dari teori *technology acceptance* yang dapat digunakan. Penelitian terkini menunjukkan bahwa model UTAUT menjadi semakin populer dan menjadi pengembangan dari integrasi empat model teori penerimaan dan penggunaan teknologi sebelumnya yang terdiri dari Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB), Innovation Diffusion Theory (IDT), dan Social Cognitive Theory (SCT) (Venkatesh et al., 2003), dimana dalam penelitian ini model UTAUT akan digunakan dalam menganalisis intensi penggunaan transaksi elektronik pada generasi Millennials dan Post Millennials Indonesia sebagai manifestasi *cashless society* di masa depan. Model UTAUT ini menggunakan empat konstruk untuk mengukur intensi berperilaku dan penggunaan aktual dari teknologi antara lain 1) *effort expectancy* (atau *complexity and perceived ease of use*), 2) *facilitating conditions* (atau *perceived behavioral control*), 3) *performance expectancy* (atau *perceived usefulness and relative advantage*), dan 4) *social influence* (atau *the subjective norm*) (de Sena Abrahão et al., 2016; Foster, Saputra & Grabowska, 2020; Thakur & Srivastava, 2014). Dalam perkembangannya ketiga konstruk model UTAUT tersebut akan mempengaruhi *behavioral intention*, dan sisanya *facilitating conditions* dan *behavioral intention* akan mengevaluasi penggunaan teknologi (Junadi, 2015). Penggunaan model UTAUT ini berfokus menerangkan bagaimana penggunaan teknologi akan diiringi dengan harapan dari penggunanya dalam meningkatkan efektivitasnya, kemudahannya untuk dipelajari dan peran dari lingkungan pengguna yang akan membuat suatu teknologi dapat diterima, dan pada akhirnya akan dilakukan langkah-langkah perbaikan untuk meningkatkan utilitas penggunaannya (Maillet, Mathieu & Sicotte, 2015). Berdasarkan uraian dan hasil temuan dari penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka gambaran kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini populasi yang ditarget adalah seluruh generasi Millennials dan Post Millennials Indonesia. Generasi Millennials yang dimaksud merupakan orang lahir pada rentang tahun 1980 sampai dengan 1990 dan Post Millennials yang dimaksud merupakan orang yang lahir pada rentang tahun 1991 sampai dengan 2000 (18). Lebih lanjut metode penarikan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan teknik purposive sampling dimana target responden dalam penelitian ini merupakan generasi Millennials dan Post Millennials Indonesia yang aktif bertransaksi menggunakan pembayaran elektronik minimal 5 kali kurun waktu sebulan terakhir, hal ini dimaksudkan agar responden penelitian dapat memberikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang relevan dengan kondisi terkini yang dialaminya. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel Independen, variabel dependen dan variabel moderator. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah UTAUT yang terdiri atas Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating conditions sebagaimana yang telah dikembangkan (Venkatesh et al., 2003). Performance expectancy didefinisikan sebagai utilitas yang dirasakan pengguna terkait dengan penggunaan pembayaran elektronik (Zhou, 2011). Effort expectancy adalah kemudahan penggunaan yang berkaitan dengan fitur teknis dari suatu sistem, dimana pengguna potensial akan lebih bersedia mengadopsi dan menerapkan sistem yang mudah digunakan dengan fitur teknis yang mudah dipahami (Chong, Chan & Ooi, 2012; Keong, Ramayah, Kurnia & Chiun, 2012; Lin & Nguyen, 2011; Phan, Tran, Hoang & Dang, 2020). Social influence merupakan kesan yang dirasakan seseorang dari orang lain yang telah menggunakan sebuah teknologi sehingga hal tersebut akan mempengaruhinya untuk mengikuti menggunakan teknologi tersebut (Kijisanayotin, Pannarunothai & Speedie, 2009). Facilitating conditions merupakan kondisi dimana pengguna mempercayai infrastruktur dan teknis yang tersedia mendukungnya dalam menggunakan sebuah teknologi (Escobar-Rodríguez & Carvajal-Trujillo, 2014; Keong, Ramayah, Kurnia & Chiun, 2012). Variabel Dependen dalam penelitian ini merupakan *Continuance Intention* yang didefinisikan sebagai keinginan untuk tetap

**Studi Fundamental Intensi Cashless Society Pada Millennials....**

menggunakan teknologi pembayaran elektronik secara berkelanjutan. Variabel moderasi dalam penelitian ini terdiri atas Gender dan Trust yang dikonstruksikan dengan tingkat besaran nominal transaksi yang dilakukan pengguna melalui pembayaran elektronik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisa Deskriptif**

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner data responden dikumpulkan dan dikelompokkan berdasarkan karakteristik dari masing-masing. Sebanyak 218 responden telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini, dari total responden terdapat 82 orang responden berjenis kelamin Pria atau sebanyak 38% dari total responden, sisanya sebanyak 136 orang responden berjenis kelamin wanita atau sebanyak 62% dari total responden penelitian ini. Berdasarkan sebaran usia responden terdapat 55 orang responden yang berusia 23-28 tahun atau sekitar 25% dari total responden, 50% responden atau sebanyak 109 berada pada usia 29-34 tahun, untuk rentang usia 35-40 tahun terdapat sebanyak 26 orang atau 12% dari total keseluruhan responden, serta sisanya sebanyak 28 orang atau 13% dari total keseluruhan responden berada pada rentang usia 41-43 tahun. Selanjutnya untuk tingkatan pendidikan mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan sarjana yaitu sebanyak 92 orang atau 42% dari total keseluruhan responden, kemudian disusul dengan responden yang berlatarbelakang pendidikan SMA sebanyak 63 orang atau 29%, kemudian dilanjutkan dengan responden yang memiliki gelar magister setara sebanyak 49 orang atau 22%, sebanyak 11 orang berpendidikan Diploma tiga atau 5%, dan sisanya sebanyak 2% atau 3 orang responden memiliki latar belakang pendidikan doktor. Dari karakteristik pekerjaan mayoritas responden berasal dari profesi yang bergerak disektor swasta yaitu sebanyak 81 orang atau sebanyak 37% dari total responden, disusul dengan responden yang berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 34% atau 74 orang, dilanjutkan dengan responden yang berprofesi melalui wirausaha sebanyak 19% atau 41 orang, dan terakhir responden yang berprofesi sebagai Aparatur Sipil Negara sebanyak 10% atau 22 orang. Berdasarkan lama menggunakan pembayaran elektronik semua responden penelitian menjawab bahwa mereka menggunakan metode pembayaran elektronik lebih dari 1 tahun terakhir. Responden mayoritas menjawab bahwa mereka telah menggunakan pembayaran elektronik lebih dari 5 tahun atau sebanyak 74 orang (34% dari total responden), disusul oleh responden yang menggunakan selama 3 tahun sebanyak 50 orang (23% dari total responden), kemudian responden yang menggunakan pembayaran elektronik selama 5 tahun sebanyak 31 orang atau 14% dari keseluruhan responden, responden yang menggunakan pembayaran elektronik selama 2 tahun sebanyak 28 orang atau 13% dari keseluruhan responden, responden yang menggunakan pembayaran elektronik selama 1 tahun sebanyak 24 orang atau 11% dari

keseluruhan responden, dan sisanya sebanyak 5% atau 11 orang dari responden menjawab telah menggunakan pembayaran elektronik selama 4 tahun terakhir. Untuk nominal transaksi dalam sebulan terakhir mayoritas responden menjawab bahwa mereka telah melakukan transaksi senilai 1–5 juta rupiah sebanyak 70 orang atau 32% dari keseluruhan responden, selanjutnya responden yang telah bertransaksi di bawah 1 juta rupiah sebanyak 61 orang atau 28% dari total responden, selanjutnya responden yang telah bertransaksi senilai 5-10 juta rupiah sebanyak 55 orang atau 25% dari total responden, dilanjutkan dengan responden yang telah bertransaksi senilai 10-50 juta rupiah sebanyak 28 orang atau 13% dari total responden, dan terakhir sisanya sebanyak 4 orang atau sebanyak 2% dari responden telah bertransaksi dengan nominal di atas 50 juta rupiah.

**Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)**

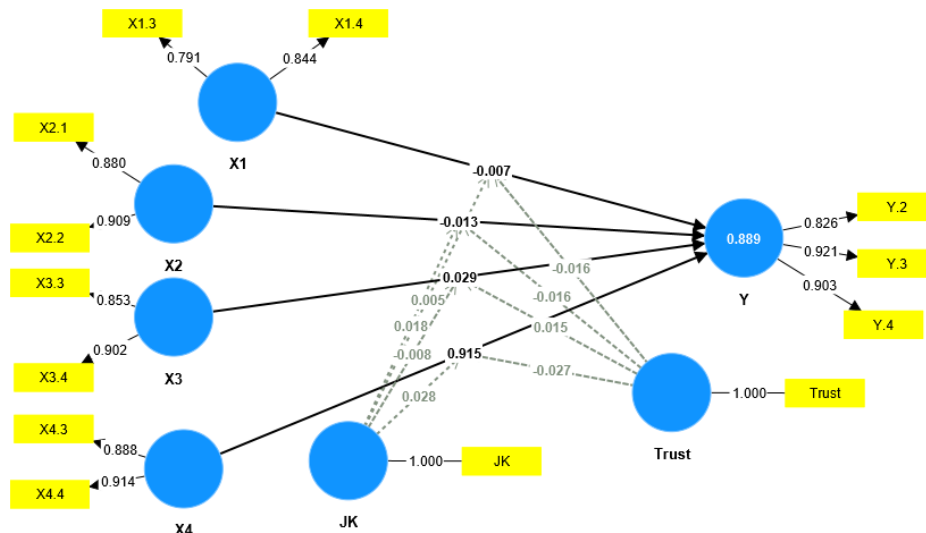
Pengujian pertama dilakukan dengan evaluasi model pengukuran (*outer model*), pengujian ini terdiri atas uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian validitas dengan melihat kriteria pengujian *Validitas Convergent* dengan melihat nilai *loading factor* dari setiap indikator, dimana indikator dikatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor*  $\geq 0,70$ . Berdasarkan hasil olahan data diketahui bahwa terdapat beberapa item indikator yang memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,7 seperti yang tampak pada Tabel 1. berikut ini.

Tabel 1. Hasil Olah Data Nilai Loading Factor Indikator Variabel Penelitian

Indikator	Nilai <i>Outer loadings</i>	Kesimpulan
JK <- JK	1,000	Valid
X1.1 <- X1	0,618	Tidak Valid
X1.2 <- X1	0,162	Tidak Valid
X1.3 <- X1	0,778	Valid
X1.4 <- X1	0,813	Valid
X2.1 <- X2	0,881	Valid
X2.2 <- X2	0,908	Valid
X2.3 <- X2	0,171	Tidak Valid
X2.4 <- X2	0,361	Tidak Valid
X3.1 <- X3	0,327	Tidak Valid
X3.2 <- X3	0,511	Tidak Valid
X3.3 <- X3	0,812	Valid
X3.4 <- X3	0,85	Valid
X4.1 <- X4	0,613	Tidak Valid
X4.2 <- X4	0,048	Tidak Valid
X4.3 <- X4	0,846	Valid
X4.4 <- X4	0,911	Valid
Y.1 <- Y	0,062	Tidak Valid
Y.2 <- Y	0,82	Valid
Y.3 <- Y	0,923	Valid

Sumber: Hasil Olah Data

dari tabel tersebut terdapat beberapa item indikator yang tidak dapat dimasukkan dalam model dan dilakukan estimasi kembali sehingga diperoleh model akhir seperti yang tampak pada Gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Model Akhir Penelitian dalam SmartPLS

Setelah dilakukan pengujian validitas, tahapan selanjutnya akan dilanjutkan dengan pengujian reliabilitas. Hasil olahan data menggunakan SmartPLS menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel yang terdapat didalam model lebih besar dari 0,7 dan juga nilai *Average Variance Extracted (AVE)* seluruh variabel lebih besar dari pada 0.5 sebagaimana yang tampak pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Olah Data Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Kesimpulan
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	0.830	0.659	Reliabel
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	0.822	0.611	Reliabel
<i>Social Influence (X3)</i>	0.746	0.594	Reliabel
<i>Facilitating Conditions (X4)</i>	0.791	0.511	Reliabel
<i>Continuance Intention (Y)</i>	0.821	0.627	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa nilai *cross loading* dari semua variabel memiliki nilai koefisien korelasi yang lebih besar dengan konstruk masing-masing dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi indikator pada konstruk lainnya. Proses pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai akar *Average Variance Extracted (AVE)* dan nilai koefisien korelasi antara variabel, dimana nilai akar *Average Variance Extracted (AVE)* lebih besar nilai koefisien korelasi antara variabel berarti bahwa syarat *discriminant validity* telah dipenuhi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model memiliki nilai akar *Average Variance*

Extracted (AVE) lebih besar nilai koefisien korelasi antara variabelnya, secara rinci dapat dilihat pada tabel 3. berikut ini:

Tabel 3. Hasil Olah Data Evaluasi Validitas Diskriminan

Variabel	nilai akar AVE	Nilai Koefisien korelasi variabel	Kesimpulan
Performance Expectancy (X1)	0.772	0.462	discriminant validity terpenuhi
Effort Expectancy (X2)	0.813	0.455	discriminant validity terpenuhi
Social Influence (X3)	0.787	0.510	discriminant validity terpenuhi
Facilitating Conditions (X4)	0.805	0.571	discriminant validity terpenuhi
Continuance Intention (Y)	0.782	0.663	discriminant validity terpenuhi

Sumber: Hasil Olah Data

**Evaluasi Model Struktural (Inner Model)**

Pengujian selanjutnya dilanjutkan dengan evaluasi model struktural (Inner Model) berkaitan dengan pengujian hipotesis yang telah dibangun sebelumnya yaitu untuk menguji pengaruh hubungan antara setiap variabel penelitian. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan melihat hasil perhitungan koefisien jalur dan perhitungan nilai R Square. Hubungan antara variabel dapat dilihat signifikansinya dari nilai *t-statistic* atau *p-value* yang diperoleh dari perhitungan output proses *bootstrapping* pada *software* SmartPLS. Besaran pengaruh antara variabel dan interaksinya dengan variabel moderasi akan diukur dengan nilai koefisien jalur, dimana koefisien jalur yang memiliki nilai *t-statistic* lebih besar dari 1.96 atau memiliki nilai *p-value* kurang dari atau sama dengan 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan di antara variabel. Hasil output dari SmartPLS dapat ditunjukkan melalui tabel berikut ini.

Tabel 4. Hasil Olah Data nilai *t-statistic* dan *p-value*

Hipotesis	Arah Hubungan	Nilai <i>t-statistic</i>	Nilai <i>P-value</i>	Kesimpulan
H1	X1 -> Y	1.374	0.005	Signifikan
H2	X2 -> Y	2.385	0.000	Signifikan
H3	X3 -> Y	3.434	0.000	Signifikan
H4	X4 -> Y	1.090	0.823	Tidak Signifikan
H5	X1*Z1 -> Y	1.879	0.142	Tidak Signifikan
H6	X2*Z1 -> Y	1.231	0.276	Tidak Signifikan
H7	X3*Z1 -> Y	3.515	0.000	Signifikan
H8	X4*Z1 -> Y	0.127	0.116	Tidak Signifikan
H9	X1*Z2 -> Y	2.472	0.000	Signifikan
H10	X2*Z2 -> Y	0.629	0.271	Tidak Signifikan
H11	X3*Z2 -> Y	2.231	0.000	Signifikan
H12	X4*Z2 -> Y	0.852	0.128	Tidak Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data

Selanjutnya dilakukan analisa terhadap R<sup>2</sup> dalam menggambarkan seberapa besar peranan sebuah variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Berdasarkan hasil output Smar tPLS diperoleh nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.672, hal ini menunjukkan bahwa variabel



Dependen dalam penelitian ini yaitu *Continuance Intention* (Y) dapat dijelaskan sebesar 67.2% oleh variabel independen yang terlibat dalam model, dan sedangkan sisanya sebesar 32.8% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan di dalam penelitian ini. Nilai interpretasi R Square secara umum dapat dikategorikan antara lain 0.25 (Model Lemah), 0.50 (Model Sedang), 0.75 (Model Kuat). Berdasarkan hasil pengolahan diperoleh hasil bahwa pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen sebesar 67.2% memiliki pengaruh sedang. Berdasarkan hasil pengujian lebih lanjut ditemukan bahwa nilai indeks *Goodness of Fit* yang ditunjukkan melalui nilai *Standardized Root Mean Square* (SRMR) pada penelitian ini sebesar 0,073 yang berarti model dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria model fit.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>1</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Performance Expectancy* (X1) terhadap *Continuance Intention* (Y) memiliki nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 yaitu sebesar 1,374 dan nilai *p-value* kurang dari 0.05 atau sebesar 0.005. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Performance Expectancy* (X1) memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y), sehingga H<sub>1</sub> dinyatakan diterima. Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa *Performance Expectancy* didefinisikan sebagai utilitas yang dirasakan pengguna terkait dengan penggunaan pembayaran elektronik, hasil penelitian ini serupa yang dikemukakan oleh Qasim and Abu-Shanab (2016) yang menemukan bahwa *Performance Expectancy* merupakan prediktor signifikan terhadap adopsi penggunaan pembayaran elektronik, dimana dalam penelitian ini terlihat bahwa generasi *Millennials* dan *Post Millennials* jelas telah merasakan manfaat dari penggunaan sistem pembayaran elektronik sehingga mereka ingin terus menggunakan sistem pembayaran jenis ini dimasa mendatang (*Continuance Intention*).

### **Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>2</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Effort Expectancy* (X2) terhadap *Continuance Intention* (Y) memiliki nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 yaitu sebesar 2.385 dan nilai *p-value* kurang dari 0.05 atau sebesar 0.000. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Effort Expectancy* (X2) memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y), sehingga H<sub>2</sub> dinyatakan diterima. Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa *Effort Expectancy* merupakan kemudahan penggunaan yang berkaitan dengan fitur teknis dari suatu sistem, dimana pengguna potensial akan lebih bersedia mengadopsi dan menerapkan sistem yang mudah digunakan dengan fitur teknis yang mudah dipahami, hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya (Goyal, Maity, Thakur & Srivastava, 2013; Maillet, Mathieu & Sicotte, 2015; Riskinanto, Kelana & Hilmawan, 2017) yang menemukan **Studi Fundamental Intensi Cashless Society Pada Millennials....**

bahwa *Effort Expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan pembayaran elektronik. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa generasi *Millennials* dan *Post Millennials* menganggap bahwa kemudahan fitur dari sistem pembayaran elektronik telah mengantarkan mereka untuk terus menggunakan pembayaran elektronik dimasa mendatang.

### **Pengaruh *Social Influence* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>3</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Social Influence* (X3) terhadap *Continuance Intention* (Y) memiliki nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 yaitu sebesar 3.434 dan nilai *p-value* kurang dari 0.05 atau sebesar 0.000. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Social Influence* (X3) memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y), sehingga H<sub>3</sub> dinyatakan diterima. Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa *Social Influence* merupakan kesan yang dirasakan seseorang dari orang lain yang telah menggunakan sebuah teknologi sehingga hal tersebut akan mempengaruhinya untuk mengikuti menggunakan teknologi tersebut, hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya (Junadi, 2015; Keong, Ramayah, Kurnia & Chiun, 2012). yang menemukan bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan pembayaran elektronik. Penelitian ini lebih lanjut menemukan bahwa pengaruh dari lingkungan sosial seperti keluarga atau kolega telah mempengaruhi generasi *Millennials* dan *Post Millennials* untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik dan akan terus membawa generasi *Millennials* dan *Post Millennials* untuk semakin dekat membawa kita dengan era *Cashless Society*.

### **Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>4</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Facilitating Conditions* (X4) terhadap *Continuance Intention* (Y) memiliki nilai *t-statistics* lebih kecil dari 1.96 yaitu sebesar 1.090 dan nilai *p-value* lebih besar dari 0.05 atau sebesar 0.823. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Facilitating Conditions* (X4) tidak memiliki pengaruh secara langsung dan tidak signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y), sehingga H<sub>4</sub> dinyatakan ditolak. Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa *Facilitating Conditions* merupakan kondisi dimana pengguna mempercayai infrastruktur dan teknis yang tersedia mendukungnya dalam menggunakan sebuah teknologi, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya (Oh and Yoon, 2014) yang menemukan bahwa *Facilitating Conditions* sebagai variabel yang berpengaruh langsung dan signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik. Secara langsung penelitian ini menunjukkan bahwa generasi *Millennials* dan *Post Millennials* di Indonesia menganggap infrastruktur yang sudah ada belum menunjangnya untuk menggunakan pembayaran elektronik, selain itu berdasarkan hasil penelitian ini *Facilitating Conditions*

merupakan satu-satunya variabel independen yang tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan pembayaran elektronik.

#### **Gender memoderasi Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>5</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Performance Expectancy* (X1) terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi Gender memiliki nilai *t-statistics* lebih kecil dari 1.96 yaitu sebesar 1,879 dan nilai *p-value* lebih besar dari 0.05 atau sebesar 0.823. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Performance Expectancy* (X1) tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi gender, sehingga H<sub>5</sub> dinyatakan ditolak. Melalui hasil pengolahan data dalam penelitian ini terlihat bahwa variabel gender pada generasi *Millennials* dan *Post Millennials* tidak mampu memoderasi pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Continuance Intention*. Dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa peran gender dalam melihat utilitas ataupun nilai kegunaan yang dirasakan pengguna terkait dengan penggunaan pembayaran elektronik baik oleh kelompok pria maupun wanita dari generasi *Millennials* dan *Post Millennials* memiliki persepsi yang sama terhadap keinginannya untuk terus menggunakan pembayaran elektronik dimasa mendatang (*Continuance Intention*).

#### **Gender memoderasi Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>6</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Effort Expectancy* (X2) terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi Gender memiliki nilai *t-statistics* lebih kecil dari 1.96 yaitu sebesar 1,231 dan nilai *p-value* lebih besar dari 0.05 atau sebesar 0.276. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Effort Expectancy* (X2) tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi gender, sehingga H<sub>6</sub> dinyatakan ditolak. Melalui hasil pengolahan data dalam penelitian ini terlihat bahwa variabel gender pada generasi *Millennials* dan *Post Millennials* tidak mampu memoderasi pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Continuance Intention*. Dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa peran gender dalam melihat kemudahan penggunaan sistem pembayaran elektronik dengan segala fiturnya yang mudah dipahami baik oleh kelompok pria maupun wanita dari generasi *Millennials* dan *Post Millennials* memiliki persepsi yang sama terhadap keinginannya untuk terus menggunakan pembayaran elektronik dimasa mendatang (*Continuance Intention*).

#### **Gender memoderasi Pengaruh *Social Influence* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>7</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Social Influence* (X3) terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi Gender memiliki nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 yaitu sebesar 3,515 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05 atau sebesar 0.000. Dari hasil

ini berarti bahwa variabel *Social Influence* (X3) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi gender, sehingga H<sub>6</sub> dinyatakan diterima. Melalui hasil pengolahan data dalam penelitian ini terlihat bahwa variabel gender pada generasi *Millennials* dan *Post Millennials* mampu memoderasi pengaruh *Social Influence* terhadap *Continuance Intention*. Dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa peran gender dalam melihat kesan yang dirasakan dari orang lain yang telah menggunakan sebuah teknologi sehingga hal tersebut akan mempengaruhinya untuk mengikuti menggunakan sistem pembayaran elektronik baik dari keluarga atau teman di lingkungan sekitarnya, hasil penelitian menunjukkan kelompok pria dan wanita dari generasi *Millennials* dan *Post Millennials* memiliki pengaruh lingkungan sosial yang berbeda dalam membuat mereka memutuskan untuk terus menggunakan pembayaran elektronik dimasa mendatang (*Continuance Intention*).

#### **Gender memoderasi Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>8</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Facilitating Conditions* (X4) terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi Gender memiliki nilai *t-statistics* lebih kecil dari 1.96 yaitu sebesar 1,127 dan nilai *p-value* lebih besar dari 0.05 atau sebesar 0.116. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Facilitating Conditions* (X4) tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi gender, sehingga H<sub>7</sub> dinyatakan ditolak. Melalui hasil pengolahan data dalam penelitian ini terlihat bahwa variabel gender pada generasi *Millennials* dan *Post Millennials* tidak mampu memoderasi pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Continuance Intention*. Dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa peran gender dalam mempercayai infrastruktur dan teknis yang tersedia dalam mendukung penggunaan pembayaran elektronik, baik oleh kelompok pria maupun wanita dari generasi *Millennials* dan *Post Millennials* memiliki persepsi yang sama untuk terus menggunakan pembayaran elektronik dimasa mendatang (*Continuance Intention*).

#### **Trust memoderasi Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>9</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Performance Expectancy* (X1) terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi *Trust* memiliki nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 yaitu sebesar 2.472 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05 atau sebesar 0.000. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Performance Expectancy* (X1) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi *Trust*, sehingga H<sub>9</sub> dinyatakan diterima. Melalui hasil pengolahan data dalam penelitian ini terlihat bahwa variabel *Trust* pada generasi *Millennials* dan *Post Millennials* mampu memoderasi pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Continuance Intention*. Dari hasil penelitian ini dapat dinyatakan bahwa tingkat kepercayaan generasi *Millennials* dan *Post Millennials* terbangun dari utilitas ataupun nilai kegunaan yang

dirasakan pengguna terkait dengan penggunaan pembayaran elektronik, hal ini jugalah satu faktor membuat generasi *Millennials* dan *Post Millennials* ingin untuk terus menggunakan pembayaran elektronik dimasa mendatang (*Continuance Intention*).

#### **Trust memoderasi Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>10</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Effort Expectancy* (X2) terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi *Trust* memiliki nilai *t-statistics* lebih kecil dari 1.96 yaitu sebesar 0.2629 dan nilai *p-value* lebih besar dari 0.05 atau sebesar 0.271. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Effort Expectancy* (X2) tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi *Trust*, sehingga H<sub>10</sub> dinyatakan ditolak. Melalui hasil pengolahan data dalam penelitian ini terlihat bahwa variabel *Trust* pada generasi *Millennials* dan *Post Millennials* tidak mampu memoderasi pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Continuance Intention*. Dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa tingkat kepercayaan generasi *Millennials* dan *Post Millennials* terhadap fitur-fitur teknis dari sistem pembayaran elektronik yang mudah dipahami tidak berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk tetap menggunakan pembayaran elektronik dimasa mendatang (*Continuance Intention*).

#### **Trust memoderasi Pengaruh *Social Influence* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>11</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Social Influence* (X3) terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi *Trust* memiliki nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 yaitu sebesar 2.231 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05 atau sebesar 0.000. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Social Influence* (X3) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi *Trust*, sehingga H<sub>10</sub> dinyatakan diterima. Melalui hasil pengolahan data dalam penelitian ini terlihat bahwa variabel *Trust* pada generasi *Millennials* dan *Post Millennials* mampu memoderasi pengaruh *Social Influence* terhadap *Continuance Intention*. Dari hasil penelitian ini dapat dinyatakan bahwa tingkat kepercayaan generasi *Millennials* dan *Post Millennials* yang terbangun dari kesan yang dirasakan dari orang lain yang telah menggunakan sebuah teknologi sehingga hal tersebut akan mempengaruhinya untuk mengikuti menggunakan sistem pembayaran elektronik baik dari keluarga atau teman di lingkungan sekitarnya, dan hal ini juga salah satu faktor membuat generasi *Millennials* dan *Post Millennials* ingin untuk terus menggunakan pembayaran elektronik dimasa mendatang (*Continuance Intention*).

#### **Trust memoderasi Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Continuance Intention* (H<sub>12</sub>)**

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Facilitating Conditions* (X4) terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi *Trust* memiliki nilai *t-statistics* lebih kecil dari 1.96 yaitu sebesar 0.852 dan nilai *p-value* lebih besar dari 0.05 atau sebesar 0.128. Dari hasil ini berarti bahwa variabel *Facilitating Conditions* (X4) tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap *Continuance Intention* (Y) melalui moderasi *Trust*, sehingga  $H_{12}$  dinyatakan ditolak. Melalui hasil pengolahan data dalam penelitian ini terlihat bahwa variabel *Trust* pada generasi *Millennials* dan *Post Millennials* tidak mampu memoderasi pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Continuance Intention*. Dari hasil penelitian ini dapat dinyatakan bahwa fasilitas dan infrastruktur teknis yang tersedia tidak menunjang tingkat kepercayaan generasi *Millennials* dan *Post Millennials* terhadap penggunaan pembayaran elektronik, dan hal ini bukan merupakan faktor yang membuat mereka memutuskan untuk terus menggunakan pembayaran elektronik dimasa mendatang (*Continuance Intention*).

#### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait Intensi *Cashless Society* pada *Millennials* dan *Post Millennials* Indonesia yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dari penelitian ini dapat disusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  yang didapatkan dari model penelitian sebesar  $R^2$  sebesar 0.672 atau setara dengan 67.2% yang berarti bahwa variabel Dependen dalam penelitian ini yaitu *Continuance Intention* (Y) dapat dijelaskan sebesar oleh variabel independen yang terlibat dalam model, dan sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan di dalam penelitian ini. Lebih lanjut lagi, model yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria *Goodness of Fit*.
2. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independent yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yang terdiri atas *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence*. Selanjutnya terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *Facilitating Conditions*.
3. Variabel *gender* sebagai moderating variabel yang dimasukkan dalam penelitian ini hanya mampu memoderasi satu variabel dependen yaitu *Social Influence*, dan tidak mampu memoderasi pengaruh ketiga variabel independen sisanya yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Conditions*.
4. Variabel *Trust* sebagai moderating variabel yang dimasukkan dalam penelitian ini hanya mampu memoderasi dua variabel independen yaitu *Performance Expectancy* dan *Social Influence*, dan sisanya tidak mampu memoderasi dua variabel independen lainnya yaitu *Effort Expectancy* dan *Facilitating Conditions*.

#### **TERIMA KASIH**

**Studi Fundamental Intensi Cashless Society Pada Millennials....**

Terima kasih kepada segenap pihak yang telah mendukung dan memberikan *kepercayaan* kepada tim peneliti untuk merampungkan penelitian ini, khususnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM) Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan bantuan pendanaan penelitian ini melalui Program Penelitian Pembinaan, Penelitian Dosen Pemula (PDP) tahun anggaran 2023.

## DAFTAR PUSTAKA

- Acheampong, P., Zhiwen, L., Antwi, H. A., Otoo, A. A. A., Mensah, W. G., & Sarpong, P. B. (2017). Hybridizing an Extended Technology Readiness Index with Technology Acceptance Model (TAM) to Predict E-Payment Adoption in Ghana. *American Journal of Multidisciplinary Research*, 5(2), 172–184. <https://doi.org/ISSN: 2356-6191>
- Asnakew, Z. S. (2020). Customers' Continuance Intention to Use Mobile Banking: Development and Testing of an Integrated Model. *The Review of Socionetwork Strategies*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s12626-020-00060-7>
- Bank Indoensia.(2023). Siaran Pers BI No. 22/30/Dkom. Diakses pada tanggal 3 april 2023 melalui tautan [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_251323.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_251323.aspx)
- Cao, Q., & Niu, X. (2019). Integrating context-awareness and UTAUT to explain Alipay user adoption. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 69(October 2017), 9–13. <https://doi.org/10.1016/j.ergon.2018.09.004>
- Choi, K., Wang, Y., & Sparks, B. (2019). Travel app users continued use intentions: it's a matter of value and trust. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(1), 131–143. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1505580>
- Chong, A. Y. L., Chan, F. T., & Ooi, K. B. (2012). Predicting consumer decisions to adopt mobile commerce: Cross country empirical examination between China and Malaysia. *Decision Support Systems*, 53(1), 34–43.
- de Sena Abrahão, R., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>
- 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
- Foster, B., Saputra, J., & Grabowska, M. (2020). Communication strategy planning in influencing the intention to visit: An implication to marketing management. *Polish Journal of Management Studies*, 22(1), 117–133.
- Garcia, P. R. J. M., Restubog, S. L. D., Ocampo, A. C., Wang, L., & Tang, R. L. (2019). Role modeling as a socialization mechanism in the transmission of career adaptability across generations. *Journal of Vocational Behavior*, 111(July 2017), 39–48. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.12.002>
- Goyal, A., Maity, M., Thakur, R., & Srivastava, M. (2013). Customer usage intention of mobile commerce in India: An empirical study. *Journal of Indian Business Research*, 5(1), 52–72. <https://doi.org/10.1108/17554191311303385>
- Haryono, S, 2016, Buku 3 in 1 Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS Lisrel dan PLS, Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama
- Herrando, C., Jimenez-Martinez, J., & Martin-De Hoyos, M. J. (2019). Tell me your age and I tell you what you trust: the moderating effect of generations. *Internet Research*, 29(4), 799–817. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2017-0135>

**Studi Fundamental Intensi Cashless Society Pada Millennials....**

- Huang, Y. M. (2020). Students' Continuance Intention Toward Programming Games: Hedonic and Utilitarian Aspects. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 393–402. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1647665>
- Junadi, S. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 214–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Junadi, S. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59, 214–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>
- Keong, M. L., Ramayah, T., Kurnia, S., & Chiun, L. M. (2012). Explaining intention to use an enterprise resource planning (ERP) system: an extension of the UTAUT model. *Business Strategy Series*, 13(4), 173–180.
- Keong, M. L., Ramayah, T., Kurnia, S., & Chiun, L. M. (2012). Explaining intention to use an enterprise resource planning (ERP) system: an extension of the UTAUT model. *Business Strategy Series*, 13(4), 173–180
- Khwaldeh, S. (2020). The impact of mobile hotel reservation system on continuous intention to use in Jordan. *Tourism and Hospitality Research*, 1–14. <https://doi.org/10.1177/1467358420907176>
- Kijsanayotin, B., Pannarunothai, S., & Speedie, S. M. (2009). Factors influencing health information technology adoption in Thailand's community health centers: Applying the UTAUT model. *International Journal of Medical Informatics*, 78(6), 404–416. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2008.12.005>
- Lin, C., & Nguyen, C. (2011). Exploring e-payment adoption in Vietnam and Taiwan. *Journal of Computer Information Systems*, 51(4), 41–52. <https://doi.org/10.1080/08874417.2011.11645500>
- Maillet, É., Mathieu, L., & Sicotte, C. (2015). Modeling factors explaining the acceptance, actual use and satisfaction of nurses using an Electronic Patient Record in acute care settings: An extension of the UTAUT. *International Journal of Medical Informatics*, 84(1), 36–47. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2014.09.004>
- Maillet, É., Mathieu, L., & Sicotte, C. (2015). Modeling factors explaining the acceptance, actual use and satisfaction of nurses using an Electronic Patient Record in acute care settings: An extension of the UTAUT. *International Journal of Medical Informatics*, 84(1), 36–47. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2014.09.004>
- Mensah, I. K., Chuanyong, L., & Zeng, G. (2020). Factors determining the continued intention to use mobile money transfer services (MMTS) among university students in Ghana. *International Journal of Mobile Human Computer Interaction*, 12(1), 1–21. <https://doi.org/10.4018/IJMHCI.2020010101>
- Ofori, K. S., Boateng, H., Okoe, A. F., & Gvozdanovic, I. (2017). Examining customers' continuance intentions towards internet banking usage. *Marketing Intelligence and Planning*, 35(6), 756–773. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2016-0214>
- Oh, J. C., & Yoon, S. J. (2014). Predicting the use of online information services based on a modified UTAUT model. *Behaviour and Information Technology*, 33(7), 716–729. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2013.872187>
- Phan, H., Tran, M., Hoang, V., & Dang, T. (2020). Determinants influencing customers' decision to use mobile payment services: The case of Vietnam. *Management Science Letters*, 10(11), 2635–2646. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.029>
- Qasim, H., & Abu-Shanab, E. (2016). Drivers of mobile payment acceptance: The impact of network externalities. *Information Systems Frontiers*, 18(5), 1021–1034.
- Riskianto, A., Kelana, B., & Hilmawan, D. R. (2017). The Moderation Effect of Age on Adopting E-Payment Technology. *Procedia Computer Science*, 124, 536–543. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.187>



- Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369–392.
- V. Venkatesh, M. M.G, D. G.B and D. F.D, "User acceptance of - information technology: toward a unified view," *MIS Quarterly*, vol. 27, pp. 425 - 478, 2003
- Yahya, S. D., & Yulianto, H. (2019). Pengujian Technology Acceptance Model Pada Mobile Banking Sebagai Determinan Performa UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(3).
- Zhou, T. (2011). Understanding mobile internet continuance usage from the perspectives of UTAUT and flow. *Information Development*, 27(3), 207–218. <https://doi.org/10.1177/0266666911414596>.