

## DETERMINAN ANALYSIS OF INTENTION TO USE E-MONEY AMONG MILLENNIALS USING UTAUT

**Jovlin Evrodita Glady**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Klabat  
dumaisjovlin@yahoo.com*

**Rinny Rantung**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Klabat  
rinnyrantung@gmail.com*

### ***Abstract***

*The development of science and technology has an impact on all aspects of life, especially in the payment system in Indonesia. This makes the banking industry improved the innovations in payment system, namely the electronic payment system or e-money. The purpose of this study is to analyze what factors influence millennial intention to use e-money using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology approach. The researcher used the Structural Equation Modeling approach using STATA software. Respondents in this study were 422 millennials. Data used in this study were primary data using a questionnaire, with googleform as a tool to collect data. Descriptive data of this study showed that 54% of the total 422 respondents did not use e-money, but 98% had intention to use e-money in the future. On the other hands the results of this study found that millennial intention to use e-money was significantly positively influenced by performance expectations, followed by business expectations, social influence, self-efficacy and security. Facility conditions are the only variable that does not significantly influence millennial intention to use e-money.*

***Keywords: E-money, millennials, unified theory of acceptance and use of technology.***

## **Analisis Determinan Niat Menggunakan E-Money Di Kalangan Millennials Dengan Pendekatan Utaut**

### **Abstrak**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak pada semua aspek kehidupan, khususnya dalam sistem pembayaran yang ada di Indonesia. Hal ini membuat industri perbankan mengembangkan inovasi baru dalam sistem pembayaran, yaitu sistem pembayaran elektronik atau *e-money*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat milenial untuk menggunakan *e-money* dengan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. Peneliti menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* dengan menggunakan perangkat lunak STATA. Responden dalam penelitian ini adalah generasi milenial sebanyak 422 responden dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui fasilitas google form sebagai alat untuk mengumpulkan data. Data deskriptif penelitian ini menunjukkan 54% dari total 422 responden belum menggunakan *e-money*, namun 98% memiliki niat menggunakan *e-*

*money* di waktu mendatang. Di sisi lain hasil penelitian ini mendapati bahwa niat milenial untuk menggunakan *e-money* dipengaruhi secara positif signifikan oleh harapan kinerja, diikuti harapan usaha, pengaruh sosial, efikasi diri dan keamanan. Kondisi fasilitas merupakan satu-satunya variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat milenial untuk menggunakan *e-money*.

**Kata kunci:** *E-money, milenial, unified theory of acceptance and use of technology*

## Pendahuluan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa dampak pada semua aspek kehidupan termasuk perubahan dalam sistem pembayaran yang ada. Dengan semakin berkembangnya teknologi komputer, dan semakin meluasnya akses jaringan internet membuat industri perbankan ikut melakukan inovasi-inovasi dalam sistem pembayaran, khususnya sistem pembayaran non tunai/elektronik. Sistem pembayaran elektronik secara perlahan menggeser uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien (Adiyanti, 2015).

Sumber data dari Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa penggunaan *e-money* terus meningkat pesat dari 76,675 miliar rupiah pada 2008 menjadi 3,319 triliun rupiah pada 2014. Dilihat dari pengguna *e-money* terbanyak berada di ibu kota Jakarta sebesar (91,6%), Surabaya (3,1%), Bandung (2,2%), Semarang (2,8%) dan Medan (0,3%) (Wulandari, Soseco, & Narmaditya, 2016). Data BPS pada tahun 2018 menyatakan bahwa jumlah instrument *e-money* yang beredar adalah sebanyak 167,205,587 dengan volume transaksi sebesar 2,922,698,905 (Anonymous, 2019).

Penelitian oleh Hidayati dkk, (2018) mendapati bahwa dengan meningkatnya penggunaan *e-money* berdampak secara langsung maupun tidak langsung pada jumlah uang yang beredar, dan jumlah uang yang beredar, secara tidak langsung mempengaruhi inflasi, dengan demikian tidak dapat dipungkiri lagi bahwa itu akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara (Soseco, 2016; Priyatama & Apriansah, 2010). Penelitian lainya oleh Suri (2017), mendapati bahwa penggunaan *e-money* berdampak terhadap pemberdayaan masyarakat dan penurunan tingkat kemiskinan. Menyokong pendapat tersebut Hidayati dkk, (2006) mendapati beberapa keuntungan dari penggunaan *e-money* yang dapat dirasakan oleh konsumen diantaranya; transaksi lebih cepat dan nyaman, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi jauh lebih singkat dan *electronic value* dapat diisi ulang melalui berbagai sarana yang disediakan oleh penerbit. Oleh karena itu, di negara-negara berkembang pertumbuhan ekonomi terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya penggunaan *e-money* (Soseco, 2016).

Untuk lebih mendorong penggunaan *e-money* dikalangan masyarakat Indonesia, maka pada 14 Agustus 2014 Gubernur Bank Indonesia Agus D.W. Martowardojo, secara resmi mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) ([bi.go.id](http://bi.go.id)). Berdasarkan pernyataan pemerintah untuk meningkatkan penggunaan *e-money*, maka pemerintah harus terus berupaya agar penggunaan *e-money* menjadi gaya hidup masyarakat. Menurut Priyambodo, Tjiptono, dan Suyoto (2016) peningkatan perdagangan secara elektronik akan mendorong penggunaan *e-money* di Indonesia, karena dengan meningkatnya perdagangan secara elektronik akan serta merta meningkatkan proses pembayaran elektronik menggunakan *e-money*, dengan demikian tren penggunaan *e-money* akan berpengaruh positif terhadap masyarakat Indonesia. Lebih lanjut ditambahkan bahwa, manfaat perdagangan secara elektronik hanya akan dapat dirasakan oleh mereka yang mampu memanfaatkan teknologi dengan sepenuhnya agar mendapat keuntungan dari pemanfaatan teknologi tersebut.

Dalam hal pemanfaatan teknologi dan internet, generasi milenial digambarkan sebagai “*The first high-tech generation*” (Norum, 2003). Pengetahuan mereka akan teknologi berdampak pada perilaku mereka dalam membeli dan menggunakan produk teknologi (Eastman, Griffin, Williams, Liao-Troth, & Iyer, 2014). Menurut Noble, Haytko, dan Phillips (2009) milenial memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya seperti, berpendidikan tinggi, mahir dalam menggunakan teknologi, dan tidak takut dalam mencoba hal baru ataupun produk baru. Generasi ini juga memiliki kekuatan dalam mengubah pasar, karena milenial merupakan pasar besar dengan daya beli yang tinggi pada saat ini, bahkan dimasa mendatang. Milenial juga disebut sebagai pakar pasar, karena milenial berperan sebagai penyebar informasi produk yang ada dipasar, melalui jejaring sosial (Goldsmith, Clark, & Goldsmith, 2016). Hal tersebut dapat terjadi karena milenial dipandang sebagai inovator dan pengadopsi awal teknologi, sehingga generasi sebelum dan sesudah milenial memperoleh informasi dan ikut mengadopsi teknologi yang digunakan dan dipromosikan oleh milenial (Mangold & Smith, 2012).

Milenial merupakan generasi yang sudah tidak bisa lepas dari teknologi dan internet. Akan tetapi dalam hal penggunaan teknologi seperti *e-money*, ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan bagi para kaum milenial khususnya di Indonesia, yaitu; kenyamanan, jaringan yang cepat, biaya, serta ketersediaan informasi yang cukup (Tan, Purba, & Widjaya, 2018). Hal ini didukung dengan beberapa penelitian yang mendapati bahwa kepercayaan masyarakat akan penggunaan *e-money* masih terbilang rendah diantaranya; penelitian oleh Khatimah dan Halim (2016) yang mendapati bahwa penggunaan *e-money* dalam berbelanja masih sangat terbatas karena informasi yang dibutuhkan untuk sosialisai penggunaan *e-money* masih sangat kurang. Penelitian lainya oleh Azali (2016) mendapati bahwa penggunaan *e-money* masih sangat kurang dikarenakan fasilitas koneksi jaringan internet yang mendukung untuk menggunakan *e-money* masih kurang memadai. Lebih lanjut dikatakan bahwa fasilitas jaringan di Indonesia masih dikategorikan dibawah standard sehingga menjadi halangan pertumbuhan dalam hal teknologi, dan di ditambahkan pula bahwa meskipun pengguna internet di Indonesia cukup besar namun, jaringan internet dinilai buruk dengan kecepatan internet terendah di Asia Tenggara. Penelitian oleh Wulandari dkk, (2016) mendapati bahwa para mahasiswa memahami akan pentingnya penggunaan *e-money* yang di galakan pemerintah, akan tetapi belum berniat menggunakan, karena mereka masih mengharapkan perubahan dalam hal kemudahan penggunaan, serta biaya minimum yang masih dirasakan cukup besar bagi para mahasiswa. Oleh sebab itu, perlu di analisis lebih lanjut tentang penerimaan teknologi dan sistem informasi dalam hal *e-money* di kalangan milenial.

Untuk mengukur penerimaan masyarakat terhadap penggunaan teknologi dan sistem informasi, beberapa peneliti menggunakan teori UTAUT, diantaranya penelitian oleh; Salimon, Yusoff, dan Mohd Mokhtar, (2017); Alalwan, Dwivedi, dan Rana (2017); Handayani dan Suidiana (2015); Martins, Oliveira, dan Popovič (2014); Lee, 2009; Gu, Lee, dan Suh, (2009); AbuShanab dan Pearson (2007). Penelitian-penelitian tersebut mendapati bahwa faktor-faktor yang ada dalam UTAUT berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan teknologi dan sistem informasi. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang analisis determinan niat menggunakan *e-money* di kalangan millennials dengan pendekatan UTAUT. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap program GNNT pemerintah dan dapat membantu mensosialisasikan penggunaan *e-money* terkait dengan aspek-aspek dalam peningkatan pengetahuan masyarakat tentang *e-money*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi bagi bank dan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran alat pembayaran non tunai, dan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

## Telaah Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

### *Electronic Money*

*Electronic money (e-money)* menurut Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut, pertama, diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Kedua, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*. Ketiga, nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Martowardojo, 2018). *Bank for International Settlements* (1996) mendefinisikan uang elektronik sebagai produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang.

*E-money* memiliki beberapa manfaat atau kelebihan dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, pertama lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil, disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan *e-money*. Kedua waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan otorisasi *on-line*, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi *off-line*, maka biaya komunikasi dapat dikurangi. Ketiga *Electronic Value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh issuer (Hidayati dkk, 2006).

Produk *e-money* yang telah dikeluarkan oleh penerbit dan disahkan oleh Bank Indonesia dibedakan melalui media penyimpanannya, yang pertama *chip based* yaitu Flazz dari BCA, *e-money* dari Mandiri, Brizzi dari BRI, dan yang kedua *server based*, dompetku dari Indosat, t-cash dari Telkomsel, Rekening Ponsel dari CIMB, Finpay dari Finnet, DOKU dari Nusa Inti Arta, XL Tunai dari XL, dan Delima dari Telkom.

### *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

Teori model UTAUT yang dikembangkan oleh Venkatesh dkk, (2003) menjelaskan penerimaan penggunaan teknologi informasi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. Lebih lanjut Venkatesh, dkk (2003) menjelaskan bahwa ada empat faktor yang mampu menyatakan niat untuk menggunakan teknologi yaitu; harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas. Namun, penelitian oleh Gu dkk, (2009) mendapati bahwa efikasi diri juga dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi. Disisi lain, Salimon dkk, (2017) mendapati bahwa faktor keamanan juga memiliki pengaruh terhadap niat untuk menggunakan teknologi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh AbuShanab dan Pearson (2007) didapati bahwa UTAUT mampu menjelaskan pengaruh terhadap niat penggunaan teknologi internet banking. Penelitian serupa oleh Rahmatsyah (2011) menggunakan UTAUT untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan teknologi informasi *mobile banking*. Penelitian Im, Hong, dan Kang (2010) juga menunjukkan bahwa model UTAUT cocok untuk diadopsi dalam penelitian-penelitian mengenai penerimaan teknologi.

Oleh sebab itu, dalam penelitian ini diaplikasikan beberapa variable UTAUT yaitu harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, efikasi diri, dan keamanan untuk memprediksi penerimaan masyarakat terhadap penggunaan teknologi e-money.

### *Niat Menggunakan*

Penelitian oleh Hill, Fishbein, dan Ajzen (1975) mendefinisikan niat menggunakan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Niat ini telah dibuktikan secara luas dan berulang-ulang memiliki peran yang kuat dalam membentuk perilaku penggunaan teknologi dan sistem informasi actual dan dalam mengadopsi sistem yang baru (Ajzen, 1991; Venkatesh dkk, 2003). Penelitian oleh Shim dan Drake (1990) menyatakan bahwa gagasan bahwa niat dapat memprediksikan perilaku konsumen yang menjadi daya tarik yang besar bagi produsen. Dengan mengetahui niat produsen dapat mengantisipasi keinginan pasar.

Dalam beberapa penelitian didapati bahwa variabel-variabel yang terdapat dalam UTAUT memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat. Variabel pertama adalah harapan kinerja, dalam penelitian Yu (2012) didapati bahwa harapan kinerja secara signifikan mempengaruhi niat seseorang untuk mengadopsi teknologi *mobile banking*. Menurut penelitian Alalwan dkk, (2017) niat secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh harapan usaha. Penelitian lainnya mendapati bahwa, pengaruh sosial dirasakan secara signifikan dapat memprediksikan niat untuk mengadopsi *mobile payment* (Slade, Dwivedi, Piercy, & Williams, 2015). Fasilitas juga merupakan faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile internet* (Zhou, 2011). Di lain pihak penelitian Chen dan Barnes (2007) mendapati faktor keamanan, memiliki dampak positif pada niat pembelian. Variabel lainnya yang terbukti signifikan berpengaruh terhadap niat menggunakan teknologi adalah efikasi diri (Chan & Lu, 2004).

### *Pengaruh Harapan Kinerja Terhadap Niat untuk Menggunakan E-money*

Dalam penelitian Venkatesh dkk, (2003) menunjukkan bahwa harapan kinerja adalah faktor signifikan yang mempengaruhi penerimaan sistem informasi. Harapan kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana pemahaman seseorang bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan membantu untuk mendapatkan keuntungan dalam kinerja pekerjaan (Davis, 1989).

Untuk mengukur penerimaan masyarakat akan teknologi dan sistem informasi, harapan kinerja menjadi salah satu faktor pengukur yang dipakai dalam beberapa penelitian. Menurut Morosan dan DeFranco (2016) harapan kinerja adalah prediktor tertinggi dari niat untuk menggunakan teknologi *mobile payments*. Berdasarkan beberapa teori dan penelitian sebelumnya maka dirumuskan hipotesis berikut:

**H<sub>1</sub>: Harapan Kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan e-money.**

### *Pengaruh Harapan Usaha Terhadap Niat untuk Menggunakan E-money*

Harapan usaha yang didefinisikan sebagai tingkat kemudahan saat seseorang menggunakan sistem tertentu (Davis, 1989). Penelitian lainnya mendapati bahwa Harapan usaha adalah persepsi kemudahan penggunaan yang merupakan faktor penentu niat menggunakan teknologi dalam teori *Technology Acceptance Model* Venkatesh dkk, (2003). Dalam penelitian Jorge, Begoña, dan Maria (2015) harapan usaha berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan teknologi *internet banking*. *E-money*, merupakan teknologi yang ditawarkan untuk digunakan oleh masyarakat luas, sehingga faktor kemudahannya penggunaannya merupakan hal yang paling penting untuk diangkat, karena salah satu tujuan dari diterapkannya *e-money* adalah untuk menciptakan kemudahan atau kepraktisan dalam bertransaksi (Utami & Kusumawati, 2017). Oleh karena itu, berdasarkan teori dan penelitian yang telah dikemukakan diatas, dirumuskan hipotesis berikut:

**H<sub>2</sub>: Harapan Usaha berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*.***Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Niat untuk Menggunakan E-money*

Pengaruh sosial yang didefinisikan oleh (Venkatesh dkk, 2003) dalam UTAUT adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa pengaruh orang lain mendorong dia untuk menggunakan sistem yang baru. Pengaruh sosial yang merupakan penentu langsung dari niat yang digambarkan sebagai norma subjektif dalam *Theory Reason Action*, *Technology Acceptance Model*, dan *Theory Plan Behavior*. Teori-teori tersebut kemudian dikembangkan kedalam konstruksi variable dalam teori UTAUT (Venkatesh dkk, 2003).

Dalam penelitian AbuShanab dan Pearson (2007) menggunakan UTAUT didapati bahwa pengaruh sosial merupakan salah satu faktor yang secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi *internet banking*. Berdasarkan teori dan penelitian yang telah dikemukakan diatas, dirumuskan hipotesis berikut:

**H<sub>3</sub>: Pengaruh Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*.***Pengaruh Kondisi Fasilitas Terhadap Niat untuk Menggunakan E-money*

Kondisi fasilitas yang didefinisikan oleh (Venkatesh dkk, 2003) dalam UTAUT adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa infrastruktur suatu sistem dapat mendukung penggunaan sistem tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Oliveira, Faria, Thomas, dan Popovič (2014) mendapati bahwa kondisi fasilitas secara langsung mempengaruhi penggunaan teknologi *mobile banking*. Kondisi fasilitas juga berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku penggunaan sistem informasi akademik (Handayani & Sudiana, 2015). Berdasarkan teori dan hasil penelitian tersebut, dirumuskan hipotesis berikut:

**H<sub>4</sub>: Kondisi Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*.***Pengaruh Keamanan Terhadap Niat untuk Menggunakan E-money*

Keamanan didefinisikan oleh Pratiwi dan Dewi (2018) sebagai serangkaian prosedur, mekanisme, dan program komputer untuk mengautentikasi sumber informasi dan memastikan integrasi dan privasi untuk menghindari masalah data dan jaringan. Keamanan juga berkaitan dengan perlindungan proses transaksi dan perlindungan hukum atas privasi konsumen (Junadi & Sfenrianto, 2015; Harris, Guru, & Avvari, 2011).

Dalam penelitian Laforet dan Li (2005) ditemukan bahwa sistem keamanan merupakan faktor paling penting yang memotivasi konsumen menggunakan teknologi *mobile banking*. Keamanan juga menjadi salah satu faktor yang secara signifikan mempengaruhi penggunaan teknologi *smartcard* (Brohman & Wong, 2004). Berdasarkan teori dan hasil penelitian diatas, dirumuskan hipotesis berikut:

**H<sub>5</sub>: Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*.***Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Niat untuk Menggunakan E-money*

Efikasi diri didefinisikan oleh Venkatesh dkk, (2003) sebagai konstruksi yang mengukur kemampuan diri sendiri untuk menggunakan teknologi dalam menyelesaikan suatu tugas. Efikasi

diri dalam penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh dkk, (2003) didapati tidak berperan dalam pernah mempengaruhi perilaku actual. Namun, dalam peneliti Dasgupta, Paul, dan Fuloria (2011) didapati bahwa efikasi diri secara signifikan berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi *mobile banking*. Teoh, Chong, Lin, dan Chua (2013) juga menemukan bahwa Efikasi diri secara signifikan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pembayaran elektronik. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut, dirumuskan hipotesis berikut:

**H<sub>6</sub>: Efikasi Diri berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *e-money*.**

## Metodologi Penelitian

### *Desain Penelitian*

Penelitian ini termasuk jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan deskriptif. Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak STATA. Pengujian dengan menggunakan metode ini harus melalui tahapan pengembangan model, pengembangan diagram, dan pengujian model. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat, tetapi karena ukuran populasi yang terlalu luas maka penelitian ini menggunakan *purposeive sampling* dan *accidental sampling*, yang mana responden yang dipilih adalah milenial. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner yang dibuat dalam bentuk google form. Penentuan sampel sudah melalui teknik pengambilan sampel dengan metode estimasi *Maximum Likelihood* (ML) dimana metode ML akan efektif pada jumlah sampel minimum 150 sampai 400 data. Jumlah responden yang mengisi kuesioner secara keseluruhan berjumlah 422 responden.

### *Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas*

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilihat dari hasil uji *construct reliability* dengan nilai *cut off* > 0.70. Untuk mendapatkan nilai tingkat reliabilitas dari setiap indikator pembentuk variabel laten, *factor loading/standard loading* dari semua indikator harus  $\geq 0.6$  untuk menyatakan secara umum sebuah indikator memang bagian dari konstruk (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006). Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua variabel memiliki nilai *construct reliability* > 0.70 sehingga dapat dikatakan semua variabel lulus uji reliabilitas.

Untuk uji validitas dilihat dari nilai *variance extract*, jika nilai uji *variance extract*  $\geq 0.5$  maka mengindikasikan bahwa indikator-indikator dalam konstruk adalah valid dan terbukti mampu menjelaskan konstruk (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006). Berdasarkan hasil uji validitas nilai *variance extracted* semua variabel > 0.5 dan nilai *factor loading* semua indikator > 0.60 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua indikator dinyatakan valid.

### *Hasil Uji Multikolinearitas*

Untuk uji multikolinearitas peneliti melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dari setiap konstruk variabel. Berdasarkan hasil uji *collinearity*, dapat dilihat bahwa nilai VIF variabel harapan kinerja: 2.43, harapan usaha: 2.39, konsidi fasilitas: 2.31, keamanan: 1.91, efikasi diri: 1.53, pengaruh sosial: 1.25 semua nilai ini menunjukkan angka lebih dari 1 dan dibawah 10, hal tersebut membuktikan bahwa hubungan antara konstruk memang dapat dibedakan satu dengan yang lainnya. Dengan demikian konstruk tersebut dapat dikatakan bebas multikolinearitas.

### Uji Goodness of Fit (GOF)

Nilai GOF yang dilihat adalah Absolute fit Indices dan Incremental fit Indices dan pada tabel 3 pengujian Absolute Fit Indices yang menunjukkan nilai RMR  $0.000 < 1$ , CFI sebesar 1,000 dan TLI sebesar 1.000, yang mana semua nilai tersebut sama dengan 1. Hal tersebut membuktikan bahwa indikator pada model tidak berkorelasi satu dengan lainnya, sehingga model dapat dikatakan sudah fit.

### Analisis Interpretasi Data

Setelah proses *confirmatory factor analysis* (CFA) dilaksanakan melalui uji reliabilitas, validitas, uji multikolinearitas, dan uji GOF, dan proses ini menyatakan model dikategorikan fit, maka akan dilanjutkan dengan analisis *structural equation modeling*. Analisis ini adalah untuk melihat apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Apabila ternyata ada hubungan yang signifikan antar variabel independen dan dependen, maka selanjutnya perlu untuk dilihat seberapa erat hubungan tersebut. Tahapan ini dilakukan untuk pengujian hipotesis H1, H2, H3, H4, H5, H6, dan H7 dengan melihat nilai P (*probability*) dari data output software STATA pada tabel 1, dan untuk analisis seberapa erat hubungan tersebut dilihat berdasarkan angka *estimates* pada tabel 1.

**Tabel 1**  
**Ringkasan Hasil Uji SEM Antar Variabel**

			Estimate	P	Yes/No
NIAT	<---	HK	.277	***	Yes
NIAT	<---	HU	.181	.002	Yes
NIAT	<---	PS	.119	.003	Yes
NIAT	<---	KF	.064	.261	No
NIAT	<---	KMN	.122	.011	Yes
NIAT	<---	ED	.148	.005	Yes

\*\*\* 000

Dari hasil uji SEM antar variabel pada table 1, dapat disimpulkan bahwa untuk hubungan antar variabel yang memiliki nilai  $p > 0,05$  mengindikasikan bahwa variabel bebas dan variabel terikat tidak memiliki hubungan yang signifikan, sedangkan yang menunjukkan nilai  $p \leq 0,05$  menyatakan bahwa variabel bebas memiliki hubungan signifikan dengan variabel terikat.

### Pengujian Hipotesis

#### *Pengaruh Harapan Kinerja Terhadap Niat Menggunakan E-money*

Hasil pengujian menggunakan analisa SEM pada table 5 menunjukkan bahwa nilai p pada regresi linear yaitu 0.000. Dimana nilai tersebut  $< 0.05$  dengan demikian dapat simpulkan bahwa H1 diterima, terdapat pengaruh yang positif signifikan antara harapan kinerja dengan niat milenial untuk menggunakan *e-money*. Hal yang sama terlihat dari nilai koefisien variabel harapan kinerja (HK) yang menunjukkan nilai 0.277 dimana HK memiliki pengaruh sebesar 27,7% terhadap niat menggunakan *e-money*. Hal ini didukung dengan hasil deskriptif pada table 4 yang menunjukkan

bahwa variabel harapan kinerja memiliki presentase nilai rata-rata tertinggi jawaban responden untuk kategori setuju dan sangat setuju.

Hasil pengujian menggunakan analisa SEM ini sejalan dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya oleh Morosan dan DeFranco (2016); AbuShanab dan Pearson (2007); Alalwan dkk (2017) yang mendapati bahwa harapan kinerja secara positif signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan *e-money*, karena dalam mengukur penerimaan masyarakat akan *e-money*, harapan kinerja menjadi salah satu faktor pengukuran yang cukup signifikan pengaruhnya terhadap niat menggunakan *e-money*. Harapan kinerja merupakan persepsi individu akan teknologi dan sistem informasi seperti *e-money* dalam memfasilitasi penyelesaian tugas secara efisien, cepat, dan akurat, sehingga membuat individu berpikir bahwa *e-money* berbeda dengan pembayaran tunai (Yang, 2009) dan akhirnya harapan kinerja ini dapat mempengaruhi niat individu untuk menggunakan *e-money*. Oleh sebab itu harapan kinerja ini sangat penting dalam mempengaruhi niat milenial untuk menggunakan *e-money*, dan hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harapan kinerja secara positif signifikan mempengaruhi niat milenial untuk menggunakan *e-money*.

#### *Pengaruh Harapan Usaha Terhadap Niat Menggunakan E-money*

Hasil pengujian menggunakan analisa SEM pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai p pada regresi linear yaitu 0.002. Dimana nilai tersebut  $< 0.05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, terdapat pengaruh yang positif signifikan antara harapan usaha dengan niat milenial menggunakan *e-money*. Hal tersebut terlihat dari nilai koefisien variabel harapan usaha (HU) yang menunjukkan nilai 0.181 dimana harapan usaha memiliki pengaruh sebesar 18.1% terhadap niat menggunakan *e-money*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya oleh Alalwan, dkk (2017); Jorge, Begoña, dan Maria (2015); AbuShanab dan Pearson (2007) yang mendapati bahwa harapan usaha menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-money*, karena harapan usaha merupakan penilaian individu terhadap upaya yang diperlukan untuk menjalankan teknologi dan sistem informasi seperti *e-money* yang dapat memberikan kemudahan, kejelasan, dan kepraktisan dalam bertransaksi. Kemudahan penggunaan suatu teknologi dan sistem informasi akan mempengaruhi niat individu untuk menggunakannya, oleh sebab itu salah satu tujuan dari diterapkannya *e-money* adalah untuk kemudahan atau kepraktisan dalam melakukan transaksi pembayaran (Utami & Kusumawati, 2017). Demikian juga dengan hasil penelitian ini yang mendapati bahwa harapan usaha berpengaruh positif signifikan dengan niat milenial menggunakan *e-money*.

#### *Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Niat Menggunakan E-money*

Hasil pengujian menggunakan analisa SEM pada table 5 menunjukkan bahwa nilai p pada regresi linear yaitu 0.003. Dimana nilai tersebut  $< 0.05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh sosial dengan niat milenial menggunakan *e-money*. Hal yang sama terlihat dari nilai koefisien variabel pengaruh sosial (PS) yang menunjukkan nilai 0.119 dimana pengaruh sosial memiliki pengaruh sebesar 12% terhadap niat menggunakan *e-money*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya oleh Handayani dan Suidiana (2015); AbuShanab dan Pearson (2007) yang mendapati bahwa pengaruh sosial secara signifikan mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi *e-money*, hal ini karena salah satu faktor yang menjadi pengaruh seseorang berniat untuk mengadopsi suatu teknologi dan sistem informasi yang baru adalah sosial (V. Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). Menurut AbuShanab dan

Pearson (2007) pengaruh sosial yang tinggi akan berdampak pada niat yang tinggi untuk menggunakan teknologi dan sistem informasi yang baru, ini dikarenakan seseorang yang tidak memiliki pengalaman atau tidak memiliki informasi yang cukup dalam hal penggunaan teknologi dan sistem informasi akan cenderung mencari informasi dari lingkungan sosial seperti keluarga, teman, dan sosial media, sehingga secara langsung akan terpengaruh dengan informasi yang didapat. Gender juga merupakan moderator dari pengaruh sosial dengan niat menggunakan teknologi dan sistem informasi. Sehingga hal ini mendukung hasil dari penelitian ini, dimana pengaruh sosial secara positif signifikan mempengaruhi niat milenial untuk menggunakan *e-money* dan dilihat dari hasil presentase responden yang menjawab setuju dan sangat setuju pada pertanyaan pengaruh sosial, wanita memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 61% dan pria 39%.

#### *Pengaruh Kondisi Fasilitas Terhadap Niat Menggunakan E-money*

Hasil pengujian menggunakan analisa SEM pada table 5 menunjukkan bahwa nilai p pada regresi linear yaitu 0.261. Dimana nilai tersebut  $> 0.05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kondisi fasilitas dengan niat milenial menggunakan *e-money*. Hal tersebut terlihat dari nilai koefisien variabel kondisi fasilitas yang menunjukkan nilai 0.064 dimana kondisi fasilitas hanya memiliki pengaruh sebesar 6,4% terhadap niat menggunakan *e-money*.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan apa yang ditemukan oleh Handayani dan Suidiana (2015) yang mendapati kondisi fasilitas secara langsung mempengaruhi niat menggunakan *e-money*. Kondisi fasilitas merupakan kondisi yang mendukung dan memfasilitasi teknologi dan sistem informasi (Taylor & Todd, 1995), penggunaan teknologi tidak akan terjadi tanpa adanya infrastruktur yang memfasilitasi atau mendukung (V. Venkatesh dkk, 2012). Kondisi fasilitas dalam hal penggunaan *e-money* berupa jaringan yang memadai, dapat diakses kapan saja dan dimana saja, aplikasi yang selalu diperbaharui, dan layanan pendaftaran yang mudah. Namun, hasil penelitian ini mendapati bahwa kondisi fasilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap niat milenial untuk menggunakan *e-money*. Sejalan dengan hasil penelitian oleh Martins dkk, (2014) yang mendapati bahwa kondisi fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *e-money* di portugal.

#### *Pengaruh Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-money*

Hasil pengujian menggunakan analisa SEM pada tabel 5 menunjukkan nilai p  $0.011 < 0.05$  dan nilai pada kolom estimates sebesar 0.122. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H5 diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan antara keamanan dengan niat milenial menggunakan *e-money*. Dimana besaran pengaruh tersebut sebesar 12,2%.

Hasil penelitian ini didukung dengan beberapa penelitian sebelumnya oleh Salimon dkk, (2017); Laforet dan Li, (2005), yang mendapati bahwa keamanan memiliki pengaruh yang signifikan dan paling kuat terhadap niat menggunakan *e-money*. Keamanan yang dirasakan oleh konsumen mencerminkan bahwa *e-money* aman untuk digunakan dalam melakukan transaksi pembayaran (Shin, 2010). Dalam penelitian Boonsiritomachai dan Pitchayadejanant (2017) keamanan dalam hal penggunaan *e-money* berupa; konfirmasi *e-mail* yang didapatkan pada saat melakukan transaksi pembayaran, bukti transaksi, dan juga penggunaan kata sandi pada saat ingin melakukan transaksi. Hasil penelitian ini menunjukkan hal yang sama bahwa keamanan memiliki hasil yang positif signifikan terhadap niat milenial untuk menggunakan *e-money*.

### *Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Niat Menggunakan E-money*

Hasil pengujian menggunakan analisa SEM pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai p yaitu 0.005. Dimana nilai tersebut  $< 0.05$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H6 diterima, efikasi diri berpengaruh secara positif signifikan terhadap niat milenial menggunakan *e-money*. Hal yang sama terlihat dari nilai koefisien variabel efikasi diri yang menunjukkan nilai 0.148 dimana efikasi diri memiliki pengaruh sebesar 14,8% terhadap niat menggunakan *e-money*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian lainnya seperti penelitian oleh Teoh dkk, (2013); Dasgupta dkk, (2011); Gu dkk, (2009) yang mendapati bahwa, efikasi diri merupakan variabel terkuat dalam mempengaruhi niat menggunakan *e-money*. Efikasi diri merupakan keyakinan akan kemampuan diri untuk menggunakan teknologi dan sistem informasi. Seseorang akan mampu menggunakan teknologi dan sistem informasi baru jika mereka menyadari bahwa mereka memiliki efikasi diri yang tinggi (Lu, Yu, Liu, & Yao, 2003). Efikasi diri dalam hal penggunaan *e-money* merupakan kemampuan diri untuk dapat menggunakan *e-money* dengan atau tanpa bantuan dari orang lain, dengan melihat panduan atau dapat menggunakan *e-money* ketika sudah pernah menggunakan teknologi dan sistem informasi serupa (Boonsiritomachai & Pitchayadejanant, 2017). Hal ini mencerminkan bahwa niat milenial untuk menggunakan *e-money* sangat dipengaruhi oleh efikasi diri mereka, dan hasil penelitian ini menunjukkan hal yang sama, dimana efikasi diri secara positif signifikan mempengaruhi niat milenial untuk menggunakan *e-money*.

### **Kesimpulan**

Niat milenial untuk menggunakan *e-money* dipengaruhi oleh harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, keamanan dan efikasi diri. Kondisi fasilitas satu-satunya variabel yang tidak mempengaruhi niat milenial menggunakan *e-money*. Harapan kinerja merupakan manfaat, kenyamanan dan kecepatan dalam bertransaksi. Diikuti oleh harapan usaha yang merupakan kemudahan, kejelasan, dan kepraktisan dalam bertransaksi. Berikutnya pengaruh sosial, dikarenakan generasi milenial yang sangat cepat mengetahui dan menyebarkan informasi lewat sosial media mereka, sehingga mereka memiliki pengaruh sosial yang tinggi, khususnya kaum wanita. Kemudian keamanan, karena mengingat *e-money* memiliki fungsi yang sama dengan uang tunai yang menyangkut transaksi pembayaran, dimana ketika *e-money* hilang, nilai uang yang ada dalam *e-money* juga ikut hilang, sehingga keamanan merupakan faktor yang mempengaruhi milenial untuk menggunakan *e-money*, dan variabel terakhir yang mempengaruhi niat milenial menggunakan *e-money* adalah efikasi diri, dimana ketika seseorang memiliki efikasi diri yang tinggi berupa informasi, pengetahuan dan pengalaman akan *e-money*, mereka akan memiliki niat untuk menggunakan *e-money*.

### **Daftar Pustaka**

- AbuShanab, E., & Pearson, J. M. (2007). Internet banking in Jordan The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) perspective. *Journal of Systems and Information Technology*, 9.
- Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah*.

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(1991), 179–211.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110.
- Anonymous. (2019). Statistik Sistem Pembayaran.
- Azali, K. (2016). Cashless in Indonesia Gelling Mobile E-frictions ? *Journal of Southeast Asian Economies*, 33(3), 364–386.
- Bank for International Settlements. (1996). *Implications for central banks of the development of electronic money. Bis.*
- Bank Indonesia. (2014). Sistem pembayaran. Retrieved from [https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp\\_165814.aspx](https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/Pages/sp_165814.aspx)
- Boonsiritomachai, W., & Pitchayadejanant, K. (2017). Determinants affecting mobile banking adoption by generation Y based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model modified by the Technology Acceptance Model concept. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 1–10.
- Brohman, M. K., & Wong, W.-K. (2004). The Sustainability of a Smartcard for Micro e-Payments. *Association for Information Systems*.
- Chan, S., & Lu, M. (2004). Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior: A Hong Kong Perspective. *Journal of Global Information Management*, 12(3), 21–43.
- Chen, Y., & Barnes, S. (2007). Initial trust and online buyer behaviour. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), 21–36.
- Dasgupta, S., Paul, R., & Fuloria, S. (2011). Factors Affecting Behavioral Intentions towards Mobile Banking Usage: Empirical Evidence from India. *Romanian Journal Of Marketing*, (1), 6–28.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Eastman, J. K., Griffin, M., Williams, D. F., Liao-Troth, S., & Iyer, R. (2014). The Role of Involvement on Millennials' Mobile Technology Behaviors: The Moderating Impact of Status Consumption, Innovation, and Opinion Leadership. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 22(4), 455–470.
- Goldsmith, R. E., Clark, R. A., & Goldsmith, E. B. (2016). Can an organization's philanthropic donations encourage consumers to give? *Journal of Consumer Behaviour*, 7(2), 253–266.
- Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile

- banking. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Handayani, T., & Sudiana. (2015). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165–180.
- Harris, H., Guru, B. K., & Avvari, M. V. (2011). E vidence of Firms' Perception s T oward Electronic Payment Systems (EPS) in Malaysia. *International Journal of Business and Information*, 6(2), 226–245.
- Hidayati, N., Lintang Sari, N. N., Purnamasari, Y., Carolina, H., & Ramadhan, W. F. (2018). Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 47.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawan, I. Y. (2006). *Operasional E-Money*.
- Hill, R. J., Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Contemporary Sociology*, 6(2), 244. <https://doi.org/10.2307/2065853>.
- Im, I., Hong, S., & Kang, M. S. (2010). An international comparison of technology adoption. *Information & Management*, 48(1), 1–8.
- Jorge, A.-G., Begoña, P.-P., & Maria, A. R.-J. (2015). Elderly and internet banking: An application of UTAUT2. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1), 1–23.
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(Iccsci), 214–220.
- Khatimah, H., & Halim, F. (2016). The effect of attitude and its decomposed, perceived behavioral control and its decomposed and awareness on intention to use e-money mobile in Indonesia. *Journal of Scientific Research and Development*, 3(1), 39–50.
- Laforet, S., & Li, X. (2005). Consumers' attitudes towards online and mobile banking in China. *International Journal of Bank Marketing*, 23(5), 362–380.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141.
- Lu, J., Yu, C. S., Liu, C., & Yao, J. E. (2003). Technology acceptance model for wireless Internet. *Internet Research*, 13(3), 206–222.

- Mangold, W. G., & Smith, K. T. (2012). Selling to Millennials with online reviews. *Business Horizons*, 55(2), 141–153.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13.
- Martowardojo, A. D. W. Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik (2018). Bank Indonesia.
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17–29.
- Noble, S. M., Haytko, D. L., & Phillips, J. (2009). What drives college-age Generation Y consumers? *Journal of Business Research*, 62(6), 617–628.
- Norum, P. S. (2003). Examination of generational differences in household apparel expenditures. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(1), 52–75.
- Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popovič, A. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34(5), 689–703.
- Pratiwi, D. F., & Dewi, C. K. (2018). Factors (Benefits, Trust, Self-Efficacy, Ease of Use, Security) Affecting Consumer's Perception on E-Money in Indonesia (Study on The Use of E-Money Mandiri, BCA, BNI, BRI). *Jurnal Sekretari & Administrasi Bisnis*, II(2), 24–37.
- Priyambodo, L., Tjiptono, F., & Suyoto. (2016). M-Commerce in Indonesia : Problems and Prospects. *International Journal of Computer Applications & Information Technology*, I(September 2012).
- Priyatama, A., & Apriansah. (2010). Correlation Between Electronic Money and the. *Global Management Conference*, (11), 1–6.
- Rahmatsyah, D. (2011). *Analisa Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru ( Studi Kasus : Uang Elektronik Kartu Flazz Bca )*.
- Salimon, M. G., Yusoff, R. Z. Bin, & Mohd Mokhtar, S. S. (2017). The mediating role of hedonic motivation on the relationship between adoption of e-banking and its determinants. *International Journal of Bank Marketing*, 35(4), 558–582.
- Shim, S., & Drake, M. F. (1990). Consumer Intention to Utilize Electronic Shopping. *Journal of Direct Marketing*, 4(3), 22–33.
- Shin, D. H. (2010). The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption. *Interacting with Computers*, 22(5), 428–438. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2010.05.001>

- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom : Extending UTAUT with Innovativeness , Risk , and Trust. *Psychology & Marketing*, 32(8), 860–873.
- Soseco, T. (2016). Effect of e-Money to Economic Performance ( A Comparative Study of Selected Countries ) EFFECT OF E-MONEY TO ECONOMIC PERFORMANCE ( A COMPARATIVE STUDY OF SELECTED COUNTRIES ). *The 2016 International Conference of Management Sciences*.
- Suri, T. (2017). Mobile Money. *Annual Review of Economics*, 9(1), 497–520.
- Tan, J. D., Purba, J. T., & Widjaya, A. E. (2018). Financial Technology as an Innovation Strategy for Digital Payment Services in the Millennial Generation. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 292(Agc), 364–373.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Institute for Operations Research and the Management Sciences*.
- Teoh, W. M.-Y., Chong, S. C., Lin, B., & Chua, J. W. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: An empirical analysis. *Internet Research*, 23(4), 465–485.
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta ). *Jurnal Balance*, XIV(2).
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425.
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Wulandari, D. ., Soseco, T., & Narmaditya, B. S. (2016). Analysis of the Use of Electronic Money in Efforts to Support the Less Cash Society. *International Finance and Banking*, 3(1), 1.
- Yang, A. S. (2009). Exploring adoption in Mobile Banking Services. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 26(April), 136–149.
- Yu, C.-S. (2012). Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence from the UTAUT Model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(2), 104–121.
- Zhou, T. (2011). Understanding mobile Internet continuance usage from the perspectives of UTAUT and flow. *Information Development*, 27(3), 207–218.