JURNAL RISET MANAJEMEN
Vol. 11, No. 1, Januari 2024, 26 – 42
https://doi.org/10.32477/jrm.v11i1.747

Online ISSN : 2624-492X
Print ISSN : 2355-9381

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL SECARA BERKELANJUTAN OLEH GENERASI Z

Renza Fahlevi dan Fitriana Aidnilla Sinambela
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Batam
renza.fahlevi@uib.ac.id

Abstract

This research aims to analyze variables that have an influence on continuous intention and intention to recommend e-wallet applications. The dependent variables are perceived ease of use, perceived usefulness, trust and social influence. The research sample size was 239 respondents. Data is processed using the PLS application. The research results explain that the trust and social influence variables have a significant influence on continuous intention and intention to recommend, while the perceived ease of use variable does not have a significant influence on continuous intention. The perceived usefulness variable has an influence on continuous intention, but the perceived usefulness variable has no influence on the intention to recommend. The research results will contribute to e-wallet companies in understanding the behavior of Gen Z e-wallet users and creating company business strategies.
Keywords: *e-wallet, Z generations, continuous intention and intention to recommend.*

PENDAHULUAN

Kehadiran *smartphone* dan internet saat ini menjadi inti dari kehidupan manusia sehari-hari. Teknologi *smartphone* saat ini tidak lagi terbatas pada tujuan komunikasi, tetapi digunakan untuk meningkatkan layanan pertukaran informasi, aktivitas pembayaran dan kebutuhan lainnya (Liébana-Cabanillas et al., 2021). Pertumbuhan teknologi mampu mempermudah aktivitas individu terutama dalam melakukan transaksi keuangan sehingga dapat melakukan transaksi keuangan dimanapun berada (Suyunchaliyeva et al., 2021).

Salah satu manfaat kemudahan dari hadirnya teknologi adalah aplikasi *electronic wallet (e-wallet)* atau dompet digital. Aplikasi dompet digital merupakan terobosan metode pembayaran dengan mengganti penggunaan uang tunai menjadi uang elektronik untuk transaksi pembayaran yang dilakukan oleh pengguna. Dompet digital sendiri merupakan salah satu jenis uang elektronik dimana uang disimpan di server sehingga tidak membutuhkan kartu dalam penggunaannya (Aji et al., 2020). Konsumen hanya membutuhkan *smartphone* yang sudah terhubung dengan fasilitas internet dan aplikasi dompet digital.

Perkembangan dompet digital di Indonesia tergolong pesat. Kehadiran dompet digital di Indonesia dimulai dari perusahaan seluler Telkomsel pada tahun 2007 dengan aplikasi dompet digitalnya T-cash (Damayanti et al., 2021) dan selanjutnya mengalami peningkatan pengguna sejak pertengahan tahun 2016 yaitu pada saat kemunculan Gopay dari perusahaan Gojek dan Ovo dari kerjasama antara Grab dan Lippo grup (Diva et al., 2020).

Kompetisi bisnis antar perusahaan penyedia dompet digital juga cukup sengit di Indonesia. Sampai september 2018 setidaknya terdapat 32 perusahaan penyedia uang digital yang terdaftar pada Bank Indonesia (Amihsa et al., 2020). Mulai dari perusahaan BUMN hingga perusahaan

swasta turut serta dalam kompetisi pada bisnis ini. Pada tahun 2019 dompet digital Gopay, Ovo, Dana dan Link Aja menduduki empat besar dompet digital populer pilihan masyarakat Indonesia (Immanuel & Dewi, 2020). Selain itu bisnis aplikasi dompet digital merupakan bisnis yang besar. Setidaknya diprediksi pada tahun 2025 transaksi dompet digital akan bernilai USD9,4 miliar (Ariffin, Muhammad, et al., 2021).

Penelitian tentang penggunaan pembayaran digital dan dompet digital menjadi topik yang populer di setiap negara. Di Indonesia pembahasan mengenai dompet digital terus muncul dari tahun ke tahun (Haesniati et al 2023.; Amihsa et al., 2020; Damayanti et al., 2021; Narendrar et al., 2023; Setiyani et al., 2023; Ubaidillah et al., 2023; Wijayanthi, 2019). Beberapa peneliti diberbagai negara turut serta membahas topik tentang penggunaan pembayaran digital dan dompet digital, seperti di Malaysia (Aji et al., 2020; Alam, M.M. et al., 2021; Leong et al., 2021), India (Sinha et al., 2019; Undale et al., 2021), China (Zhao & Bacao, 2021), Afrika selatan (Humbani & Wiese, 2019), Hungaria (Daragmeh et al., 2021) dan Spanyol (Liébana-Cabanillas et al., 2021). Meskipun penelitian tentang pembayaran digital dan dompet digital telah ada setiap tahunnya, namun topik ini tetap layak untuk dibahas karena ketersediaan data tentang perilaku pengguna dompet digital akan dapat membantu perusahaan penyedia aplikasi dompet digital untuk mengambil keputusan bisnis sehingga perusahaan dapat memenangkan kompetisi bisnisnya.

Penelitian ini dapat menjadi pelengkap bagi penelitian-penelitian sebelumnya. Namun demikian pada penelitian ini akan membahas perilaku paska penggunaan dompet digital, bukan pada perilaku pra penggunaan seperti penelitian-penelitian sebelumnya. Perilaku paska penggunaan ditandai dengan bentuk niat penggunaan secara berkelanjutan (*continuous intention*) dan niat untuk merekomendasikan (*intention to recommend*). Selain itu pada penelitian ini subjek penelitian lebih berfokus kepada pengguna dompet digital dari generasi Z. Pemilihan generasi Z pada penelitian ini dikarenakan generasi Z merupakan generasi dengan kontribusi besar dalam populasi yaitu sebesar 32% dari jumlah populasi dunia (Chillakuri, 2020). Generasi Z sendiri merupakan generasi yang lahir dari tahun 1995 hingga tahun 2010 (Diva et al., 2020).

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi sumber data untuk membantu perusahaan penyedia dompet digital dalam memahami perilaku konsumen generasi Z secara berkelanjutan, sehingga perusahaan penyedia aplikasi dompet digital dapat menyusun strategi pemasaran ataupun konten pemasaran yang tepat dalam menyasar pengguna dompet digital dari generasi Z.

LANDASAN TEORI

Penggunaan teknologi pada generasi Z.

Penelitian tentang pembayaran digital menjadi topik yang populer untuk dibahas pada dunia pemasaran. Kemajuan teknologi *smartphone* dan internet menjadi faktor pendukung cepatnya pertukaran metode transaksi tanpa uang tunai dengan menggunakan dompet digital. Selain itu, masih berlanjutnya penyebaran virus covid 19 menjadi daya pendorong bagi masyarakat untuk beralih dari metode pembayaran melalui uang tunai menjadi pembayaran tanpa uang tunai (Sunarjo et al., 2021).

Penelitian tentang generasi Z menjadi perhatian bagi dunia bisnis, pendidikan, sumber daya manusia. Memahami perbedaan pada setiap generasi maka dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan (Chillakuri, 2020). Indonesia pada tahun 2020 hingga 2030 akan mendapatkan bonus demografi yaitu besarnya jumlah penduduk produktif, salah satunya adalah jumlah generasi Z yang besar. (Hinduan et al., 2020) dalam artikelnya menyebutkan bahwa generasi Z di Indonesia merupakan salah satu generasi terbesar dalam penggunaan aplikasi

dompet digital. Tentunya ini kesempatan besar bagi perusahaan aplikasi dompet digital untuk dapat memperoleh pendapatan yang besar dalam bisnis penyediaan dompet digital di Indonesia.

Meskipun peluang bisnis dari penyediaan dompet digital di Indonesia besar dan potensial, namun untuk mendapatkan atensi dari generasi Z tidaklah mudah. Generasi Z adalah generasi yang independen sebab sebagian besar generasi Z di Indonesia menentukan sendiri produk/brand yang mereka pilih (Hinduan et al., 2020). Dengan memahami perilaku penggunaan pada konsumen generasi Z maka akan memudahkan bagi perusahaan penyedia aplikasi dompet digital untuk strategi pemasaran yang tepat dalam menarik minat konsumen untuk terus menggunakan aplikasi dompet digital.

Teori Expectation-Confirmation Model (ECM)

Teori Expectation-Confirmation Model (ECM) mulai populer saat dikenalkan oleh (Bhattacherjee, 2001). Penggunaan teori Expectation-Confirmation Model (ECM) jamak digunakan oleh peneliti sebelumnya untuk menganalisa niat penggunaan suatu teknologi dompet digital oleh konsumen secara berkelanjutan (Sholihah et al., 2023; Ubaidillah et al., 2023). Variabel yang paling sering digunakan dalam teori ECM pada penelitian sebelumnya adalah adalah *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Namun dalam penelitian ini, varibel lain seperti *social influence* dan variabel variabel *trust* dimasukan kedalam variabel dependen untuk menambah kekayaan dalam model penelitian.

Pengaruh *perceived ease of use* terhadap niat untuk menggunakan secara berkelanjutan dan niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital

Variabel *perceived ease of use* dapat diartikan sebagai kemudahan penggunaan aplikasi dompet digital oleh individu (Sinha et al., 2019). Konsumen generasi Z merupakan konsumen yang familiar terhadap penggunaan teknologi, namun demikian konsumen dapat merasa kesulitan dalam mengoperasionalkan aplikasi dompet digital karena pada aplikasi dompet digital terdapat banyak fitur yang sebenarnya bisa dimanfaatkan. Masing-masing fitur mempunyai letak dan cara operasional yang berbeda sehingga akan membutuhkan kecakapan dari pengguna dalam operasionalnya.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukan bahwa jika konsumen mudah dalam menggunakan suatu aplikasi maka akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk terus menggunakan aplikasi tersebut (Amihsa et al., 2020; Humbani & Wiese, 2019; Leong et al., 2021). Namun hasil penelitian lainnya menyatakan sebaliknya bahwa variabel *perceived ease of use* tidak mempengaruhi keinginan konsumen untuk terus menggunakan dompet digital (Narendrar et al., 2023). Dari penjelasan ini maka dapat dibuat formulasi hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan postif antara variabel terhadap *perceived ease of use* terhadap niat untuk menggunakan aplikasi dompet digital secara berkelanjutan oleh generasi Z.

Pengaruh *perceived usefulness* terhadap niat untuk menggunakan secara berkelanjutan dan niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital

Konsumen akan selalu mencari kemudahan dan cara yang sederhana untuk melakukan pembayaran. Pelanggan akan membandingkan setiap metode pembayaran yang telah digunakan dan memilih metode yang paling nyaman dan mudah bagi dirinya (Leong et al., 2021).

Variabel *perceived usefulness* merupakan variabel yang sering digunakan untuk memprediksi perilaku penggunaan konsumen terhadap sebuah teknologi (Fahlevi, 2021).

Variabel *perceived usefulness* dapat didefinisikan sebagai sebuah keyakinan konsumen tentang seberapa besarnya manfaat yang dapat dirasakan dari penggunaan sebuah aplikasi teknologi dalam kegiatan harian (Daragmeh et al., 2021). Para peneliti terdahulu mengungkapkan variabel *perceived usefulness* menjadi variabel yang menentukan terhadap niat penggunaan aplikasi teknologi secara berkelanjutan (Narendrar et al., 2023; Sasongko et al., 2022; Sholihah et al., 2023; Zhao & Bacao, 2021). Kemudahan dalam menggunakan aplikasi digital juga menjadi alasan bagi konsumen untuk merekomendasikan pembayaran digital kepada orang lain (Suyunchaliyeva et al., 2021). Dari penjelasan ini maka dapat dibuat formulasi hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2a: Terdapat pengaruh yang signifikan postif antara variabel *perceived usefulness* terhadap niat untuk menggunakan aplikasi dompet digital secara berkelanjutan oleh generasi Z.

H2b: Terdapat pengaruh yang signifikan postif antara variabel *perceived usefulness* terhadap niat untuk merekomendasikan aplikasi dompet digital oleh generasi Z.

Pengaruh s*ocial influence* terhadap niat untuk menggunakan secara berkelanjutan dan niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital.

Variabel *social influence* dapat diartikan sebagai dorongan dari keluarga atau kerabat terdekat kepada individu untuk menggunakan suatu sistem/aplikasi teknologi tertentu (Fahlevi, 2021). Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa selama masa pandemi covid 19, dorongan dari keluarga atau kerabat dapat mempengaruhi seorang individu untuk menggunakan suatu aplikasi pembayaran digital (Zhao & Bacao, 2021). Penggunaan aplikasi pembayaran digital dianggap aman karena individu tidak perlu kontak langsung ketika melakukan transaksi.

Namun demikian Suyunchaliyeva et al., (2021) menemukan hasil yang berbeda tentang pengaruh variabel *social influence* terhadap penggunaan pembayaran digital pada masa paska pandemi covid 19. Hasil penelitian Suyunchaliyeva et al., (2021) menjelaskan bahwa variabel *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap niat individu untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital secara berkelanjutan dan juga variabel *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap niat individu untuk merekomendasikan penggunaan pembayaran digital kepada orang lain. Dari penjelasan ini maka dapat dibuat formulasi hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3a: Terdapat pengaruh yang signifikan postif antara variabel *social influence* terhadap niat untuk menggunakan aplikasi dompet digital secara berkelanjutan oleh generasi Z.

H3b: Terdapat pengaruh yang signifikan postif antara variabel *social influence* terhadap niat untuk merekomendasikan aplikasi dompet digital oleh generasi Z.

Pengaruh *trust* terhadap niat untuk menggunakan secara berkelanjutan dan niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukan bahwa kepercayaan individu terhadap aplikasi digital akan meningkatkan niat menggunakan aplikasi secara berkelanjutan (Sasongko et al., 2022; Ubaidillah et al., 2023; Zhao & Bacao, 2021b). Lebih lanjut dari Handarkho, (2021) menjelaskan bahwa membangun kepercayaan pada aplikasi teknologi pembayaran diyakini akan dapat meminimalkan keraguan konsumen dalam menggukan aplikasi teknologi secara berkelanjutan. Hasil penelitian lainnya menunjukan bahwa konsumen akan dengan senang hati

untuk merekomendasikan teknologi yang digunakannya jika aplikasi tersebut dapat dipercaya (Suyunchaliyeva et al., 2021).

Zhao & Bacao, (2021) menjelaskan bahwa kepercayaan dapat diartikan sebagai sebuah harapan konsumen untuk mendapatkan hasil positif dari penggunaan teknologi dan pengguna mempunyai keyakinan bahwa perusahaan penyedia teknologi mampu menjalankan kewajibannya. Peneliti lain menyebutkan bahwa kepercayaan pada penggunaan dompet digital adalah persepsi dari pengguna terhadap pengelolaan layanan pada aplikasi (Amihsa et al., 2020). Hasil penelitian Suyunchaliyeva et al., (2021) menyatakan bahwa ketika konsumen tidak percaya terhadap suatu perusahaan maka konsumen akan menghentikan penggunaan aplikasi tersebut. Hal ini menunjukan bahwa variabel *trust* merupakan variabel yang penting dalam penggunaan sebuah teknologi. Dari penjelasan ini maka dapat dibuat formulasi hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4a: Terdapat pengaruh yang signifikan postif antara variabel *trust* terhadap niat untuk menggunakan aplikasi dompet digital secara berkelanjutan oleh generasi Z.

H4b: Terdapat pengaruh yang signifikan postif antara variabel *trust* terhadap niat untuk merekomendasikan aplikasi dompet digital oleh generasi Z.

Pengaruh niat untuk menggunakan secara berkelanjutan terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital

Niat untuk merekomendasikan aplikasi teknologi digital serupa dengan kegiatan promosi melalui mulut ke mulut (*word of mouth*). Individu akan tertarik untuk melakukan rekomendasi terhadap sebuah teknologi dilandasi dari dua faktor yaitu faktor komersial dan non-komersial (Suyunchaliyeva et al., 2021). Konsumen akan senang hati untuk membagikan sebuah penggunaan produk/jasa untuk mendapatkan pengakuan sosial dari lingkungan (Gupta et al., 2021).

Hasil penelitian sebelumnya menunjukan bahwa ketika individu menggunakan sebuah aplikasi teknologi secara terus menerus maka akan besar kemungkinan individu untuk merekomendasikannya kepada orang lain (Handarkho, 2021; Sasongko et al., 2022; Zhao & Bacao, 2021). Dari penjelasan ini maka dapat dibuat formulasi hipotesis penelitian sebagai berikut:

H5: Terdapat pengaruh antara niat untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital oleh generasi Z.

Gambar 1. Kerangka pemikiran penelitian.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian.

Penduduk generasi Z yang ada di kota Batam merupakan populasi dalam penelitian ini. Namun yang menjadi sampel penelitian adalah penduduk generasi Z yang telah menggunakan aplikasi dompet digital. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pada metode ini sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Terdapat dua kriteria yang harus dipenuhi dalam pemilihan sampel yaitu umur responden diantara 14 tahun hingga 25 tahun dan responden telah memiliki dan menggunakan aplikasi dompet digital.

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 239 responden. Penentuan jumlah sampel mengikuti pendapat dari Hair et al., (2017) yang menyatakan bahwa minimal sampel dalam penelitian adalah 5 hingga 10 kali dari jumlah pertanyaan. Penggunaan pendapat Hair et al (2017) dikarenakan belum ada data pasti yang menunjukan jumlah populasi pengguna dompet digital oleh generasi Z di kota Batam. Pengolahan data penelitian menggunakan aplikasi Partial Least Squares (PLS).

Instrumen Penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner struktur. Setiap pertanyaan pada variabel dikembangkan melalui penelitian terdahulu namun daftar pertanyaan setiap variabel disesuaikan dengan topik penelitian agar mendapatkan pendapat responden sesuai dengan topik penelitian (Talukder et al., 2019). Pertanyaan pada kuesioner dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama akan menjelaskan tentang demografi responden yang meliputi jenis kelamin, umur, pekerjaan, jenis dompet digital yang digunakan, lama berlangganan dompet digital dan frekuensi penggunaan dompet digital dalam satu bulan.

Bagian kedua berisi pertanyaan tentang enam variabel yang diteliti dan diukur dengan skala likert 1 sampai dengan 5, dimana skala 1 untuk menjelaskan sangat tidak setuju hingga skala 5 untuk menjelaskan sangat setuju. Penyusunan kuesioner diadopsi melalui pertanyaan dalam penelitian terdahulu. Adapun daftar pertanyaan dalam kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar pertanyaan dalam kuesioner.

No	Variabel	Pertanyaan	Sumber
1	Perceived ease of use	Kemudahan dalam menggunakan dompet digital	Daragmeh et al., (2021)
		Kenyamanan dalam menggunakan dompet digital	
		Kemudahan dalam menggunakan dompet digital secara terus menerus	
2	Perceived Usefullnes	Manfaat yang diberikan oleh dompet digital untuk meningkatkan kinerja pembayaran	Daragmeh et al., (2021)
		Manfaat yang diberikan oleh dompet digital untuk menghemat waktu dalam melakukan transaksi pembayaran,	
		Manfaat dompet digital dalam mengelola setiap transaksi pembayaran	
3	Social influence	Saran dari orang terdekat untuk menggunakan dompet digital	Daragmeh et al., (2021)
		Dorongan orang terdekat dalam merekomendasikan dompet digital	
		Saran dari orang terdekat untuk menggunakan dompet digital demi keuntungan	
4	Trust	Kehadanlan aplikasi dompet digital untuk menyelesaikan transaksi keuangan	Suyunchaliyeva et al., (2021)

		Kepercayaan terhadap kualitas fitur dompet digital	
		Kepercayaan terhadap komitmen layanan dompet digital	
5	Niat menggunakan secara berkelanjutan	Niat menggunakan dompet digital secara terus menerus	Daragmeh et al., (2021) ; Suyunchaliyeva et al., (2022)
		Niat menggunakan dompet digital dibandingkan aplikasi lainnya	
		Niat untuk menggunakan dompet digital sebanyak-banyaknya.	
6	Niat untuk merekomendasikan	Keinginan untuk merekomendasikan orang lain untuk mencoba dompet digital.	Suyunchaliyeva et al., (2021)
		Niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital kepada keluarga karena mempunyai pengalaman yang baik.	
		Niat untuk merekomendasikan dompet digital kepada keluarga dan teman terdekat.	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum responden.

Hasil pengolahan data dibawah ini menampilkan gambaran umum data responden. Adapun data yang dijelaskan meliputi jenis kelamin, umur, pekerjaan, jenis dompet digital yang digunakan, lama berlangganan dompet digital dan frekuensi penggunaan dompet digital dalam satu bulan.

Melalui hasil pengolahan data yang ditunjukan pada tabel 1 dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden yang menggunakan dompet digital adalah wanita yaitu sebanyak 153 responden. Rata-rata umur generasi Z yang menggunakan dompet digital adalah umur 20-22 tahun yaitu sebanyak 170 responden. Responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/mahasiswa merupakan responden mayoritas pada penelitian ini. Jenis dompet digital yang paling sering digunakan adalah dompet digital dari aplikasi Gojek yaitu dompet digital Gopay. Responden mayoritas pada penelitian sudah menggunakan dompet digital selama diatas 2 tahun dengan penggunaan terbanyak yaitu 2-5 kali dalam sebulan.

Tabel 2. Gambaran umum responden

Jenis Kelamin	Pria	86
	Wanita	153
	Total	239
Umur (dalam tahun)	14 -16 tahun	2
	17 -19 tahun	57
	20 -22 tahun	170
	23 -25 tahun	10

	Total	239
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	144
	Pegawai	71
	Wirausaha	16
	Lainnya	8
	Total	239
Jenis Dompet Digital	Gopay	140
	Ovo	45
	Link Aja	1
	Dana	31
	Lainnya	22
	Total	239
Lama Menggunakan Dompet Digital	Kurang dari 1 tahun	31
	1 tahun -2 tahun	87
	Lebih dari 2 tahun	121
	Total	239
Frekuensi Penggunaan Dompet Digital (dalam sebulan)	1 kali dalam sebulan	24
	2-5 kali dalam sebulan	126
	6-10 kali dalam sebulan	40
	> 10 kali dalam sebulan	49
	Total	239

Sumber : Data diolah (2023).

Pengujian Outer Model.

Evaluasi ini merupakan langkah untuk memastikan bahwa indikator maupun konstruk penelitian telah memenuhi kriteria Validitas dan Reliabilitas.

Validitas Convergent

Adapun tujuan uji validitas konvergen dilakukan adalah untuk mengukur keakuratan indikator dalam merefleksikan variabel yang hendak diukur. Prinsip dari validitas konvergen adalah indikator-indikator (variabel manifest) dari suatu konstruk seharusnya mempunyai korelasi yang tinggi. Uji Validitas konvergen dapat dinilai melalui nilai pada Outer Loadings dan Average Variance Extracted (AVE).

Outer Loadings

Pengujian validitas convergent dapat dilakukan dengan melihat nilai dari outer loadings. Pada penelitian dengan bentuk *exploratory* nilai yang ditunjukan harus lebih dari 0,6. Tetapi untuk

penelitian tahap awal nilai outer loadings 0,5-0,6 masih dapat diterima (Chin, 1998). Hasil pengolahan data dibawah ini dapat menunjukan bahwa nilai outer loadings setiap variabel berada diatas nilai 0,5. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen.

Tabel 3. Hasil pengujian outer loadings

	Continuous Intention	Intention to recommend	Perceived Ease of Use	Trust	Perceived Usefulness	Social Influence
ConI 1	0,893					
ConI 2	0,927					
ConI 3	0,881					
PUs1			0,873			
PUs2			0,916			
PUs3			0,779			
PUs1					0,867	
PUs2					0,885	
PUs3					0,911	
RI1		0,925				
RI2		0,915				
RI3		0,907				
SI1						0,877
SI2						0,925
SI3						0,805
T1				0,824		
T2				0,883		
T3				0,883		

Sumber : data diolah (2023).

Average Variance Extracted (AVE)

Pendapat dari Ghozali, (2021) menyebutkan bahwa nilai AVE untuk validitas konvergen adalah diatas 0,5. Dari hasil pengujian yang ditunjukan pada tabel 4 maka dapat disimpilkan bahwa setiap indikator telah memenuhi validitas konvergen karena nilai AVE pada tiap-tiap indikator berada diatas nilai 0,5.

Tabel 4. Hasil pengujian Avarege Variance Extracted (AVE).

	Average Variance Extracted (AVE)
Continuous Intention (ConI)	0,811
Intention to recommend (ITR)	0,838
Perceived Ease of Use (PeoU)	0,736
Trust	0,746
Perceived Usefullness (PU)	0,788
Social Influence (SI)	0,758

Sumber : data diolah (2023)

Validitas Discriminant

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa indikator-indikator (variabel manifest) konstruk yang berbeda seharusnya tidak memiliki korelasi tinggi. Cara untuk melihat validitas diskriminan dapat dilakukan melalui tiga kriteria, dimana jika salah satu kriteria telah terpenuhi maka artinya data telah memenuhi validitas discriminant.

Cross Loadings

Persyaratan dari validitas discriminant adalah nilai cross loadings minimal 0,7 (Ghozali, 2017). Hasil ini menunjukan bahwa indikator memiliki korelasi lebih dari yang disyaratkan. Pada hasil pengolahan data yang ditunjukan tabel 5, dapat disimpulkan bahwa setiap indikator dapat dikatakan memenuhi validitas diskrimanan karena setiap indikator bernilai diatas 0,7.

Tabel 5. Hasil uji cross loadings.

	Continuous Intention	Intention to recommend	Perceived Ease of Use	Trust	Perceived Usefullness	Social Influence
ConI 1	0,893	0,687	0,544	0,687	0,595	0,509
ConI 2	0,927	0,711	0,543	0,670	0,595	0,569
ConI 3	0,881	0,747	0,511	0,702	0,541	0,638
PEU 1	0,524	0,496	0,873	0,494	0,585	0,443
PEU 2	0,561	0,539	0,916	0,538	0,616	0,548
PEU 3	0,427	0,424	0,779	0,423	0,487	0,419
PU1	0,559	0,503	0,608	0,538	0,867	0,466
PU2	0,567	0,442	0,565	0,521	0,885	0,426
PU3	0,580	0,484	0,581	0,504	0,911	0,487
RI1	0,745	0,925	0,521	0,681	0,500	0,644
RI2	0,726	0,915	0,508	0,702	0,504	0,563
RI3	0,712	0,907	0,537	0,597	0,471	0,597
SI1	0,556	0,541	0,539	0,536	0,520	0,877
SI2	0,595	0,610	0,546	0,552	0,493	0,925
SI3	0,508	0,564	0,345	0,453	0,337	0,805
T1	0,622	0,563	0,536	0,824	0,550	0,467

T2	0,683	0,641	0,455	0,883	0,499	0,523
T3	0,670	0,661	0,487	0,883	0,479	0,540

Sumber : Data diolah (2023).

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT Ratio)

Artikel Henseler, et al. (2015) menyarankan bahwa HTMT yang mempunyai nilai kurang dari 0.9 sangat baik dan artinya discriminant validity telah tercapai. Dari hasil pengujian pada tabel 6 dibawah ini menunjukkan bahwa keseluruhan nilai korelasi antar konstruk kurang dari 0.9, sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah memenuhi discriminant validity.

Tabel 6. Hasil uji HTMT Ratio

	Continuous Intention	Intention to recommend	Perceived Ease of Use	Trust	Perceived Usefullness	Social Influence
Continuous Intention						
Intention to recommend	0.889					
Perceived Ease of Use	0.692	0.660				
Trust	0.890	0.831	0.689			
Perceived Usefullness	0.733	0.607	0.779	0.696		
Social Influence	0.738	0.755	0.659	0.708	0.607	

Sumber : Data diolah (2023)

Reliabilitas

Pada penelitian ini untuk mengukur reliabilitas instrumen maka dilakukan dengan dua pendekatan yaitu dengan memperhatikan yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (Dillon – Goldstein's). Instrumen yang reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha dan juga nilai composite reliability lebih dari 0,7. Pada hasil pengolahan data pada tabel 7 menunjukan bahwa nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability pada tiap indikator bernilai diatas 0,7 sehingga dapat disimpulkan setiap indikator reliabel.

Tabel 7. Hasil uji Reliabilitas.

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)
Continuous Intention	0,883	0,928
Intention to recommend	0,904	0,940
Perceived Ease of Use	0,819	0,893
Trust	0,829	0,898
Perceived Usefullness	0,865	0,918
Social Influence	0,838	0,903

Sumber : Data diolah (2023).

UJI HIPOTESIS

Untuk mengukur hipotesis dalam penelitian ini maka perlu membandingkan nilai T statistic dan P value. Jika hasil pengujian mempunyai T statistic lebih besar dari 1,96 dan P value lebih kecil dari 0,05 maka terdapat hubungan yang signifikan antar variabel yang diuji.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesa Penelitian		Sample Mean (M)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values	Kesimpulan
H1	Perceived ease of use -> Continuous Intention	0,076	1,138	0,256	Tidak signifikan
H2a	Perceived Usefullness -> Continuous Intention	0,213	2,719	0,007	Positif Signifikan
H2b	Perceived Usefullness -> Intention to recommend	-0,064	1,105	0,270	Tidak signifikan
H3a	Trust -> Continuous Intention	0,466	6,060	0,000	Positif Signifikan
H3b	Trust -> Intention to recommend	0,214	3,029	0,003	Positif Signifikan
H4a	Social Influence -> Continuous Intention	0,21	2,903	0,004	Positif Signifikan
H4b	Social Influence -> Intention to recommend	0,203	3,351	0,001	Positif Signifikan
H5	Continuous Intention -> Intention to recommend	0,484	5,539	0,000	Positif Signifikan

Sumber : Data diolah (2023).

H1 : Pengaruh *perceived ease of use* terhadap niat untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan.

Hasil uji menunjukan bahwa nilai t statistics lebih kecil 1,96 yaitu sebesar 1,138 dan nilai p values tabel lebih besar 0.05 yaitu sebesar 0,256. Dari hasil akhir pengolahan data dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived ease of use* tidak signifikan berpengaruh terhadap. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa keinginan pengguna generasi Z untuk terus menggunakan dompet digital tidak dipengaruhi oleh mudahnya menggunakan aplikasi dompet digital.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian dari (Narendrar et al., 2023; Zhao & Bacao, 2021) namun berbeda dengan hasil penelitian dari (Leong et al., 2021; Amihsa et al., 2020). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa mayoritas pengguna gen Z sudah familiar dengan penggunaan teknologi sehingga tidak mengalami masalalah untuk mengoperasionalkan dompet digital, oleh karena itu variabel *perceived ease of use* tidak dipandangan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi niat penggunaan aplikasi dompet digital secara terus-menerus.

H2a : *Perceived usefulness* terhadap niat untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan.

Hasil pengolahan data menunjukan bahwa nilai t statistics lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 2,719 dan nilai p values lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0,007. Dari hasil akhir pengolahan data dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *continuous intention*. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pengguna generasi Z akan terus menggunakan aplikasi dompet digital apabila aplikasi dompet digital dinilai

mampu memberikan manfaat dalam aktivitas keseharian gen Z. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya (Daragmeh et al., 2021; Sasongko et al., 2022; Zhao & Bacao, 2021)

H2b : *Perceived usefulness* terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital.

Hasil uji menunjukan bahwa nilai t statistics lebih kecil dari 1,96 yaitu sebesar 1,105 dan niali p values lebih besar dari 0.05 yaitu sebesar 0,270. Dari hasil akhir pengolahan data dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived usefulness* tidak signifikan berpengaruh terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan aplikasi dompet digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya (Suyunchaliyeva et al., 2021). Pada penelitian ini ditemukan fakta bahwa meskipun penggunaan dompet digital dirasa bermanfaat bagi pengguna generasi Z, namun tidak membuat pengguna generasi Z langsung merekomendasikan penggunaan dompet digital kepada teman ataupun kerabat ataupun orang lain.

H3a : *Trust* terhadap niat untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan.

Hasil uji menunjukan bahwa nilai t statistics lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 6,060 dan p values lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Dari hasil akhir pengolahan data dapat disimpulkan bahwa variabel *trust* mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh pengguna generasi Z pada aplikasi dompet digital maka akan semakin besar pula keinginan pengguna genarasi Z untuk terus menggunakan aplikasi dompet digital. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya (Handarkho, 2021; Sasongko et al., 2022; Zhao & Bacao, 2021).

H3b *: Trust* terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital.

Hasil uji menunjukan bahwa nilai t statistics lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 3,029 dan nilai p values lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,003. Dari hasil akhir pengolahan data dapat disimpulkan bahwa variabel *trust* berpengaruh signifikan terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh pengguna generasi Z terhadap aplikasi dompet digital maka akan semakin besar pula keinginan generasi Z untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital kepada pihak lainnya. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya (Suyunchaliyeva et al., 2021)

H4a : *Social influnece* terhadap niat untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan.

Hasil uji menunjukan bahwa nilai t statistics lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 2,903 dan nilai p values lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,004. Dari hasil akhir pengolahan data dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa dorongan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan generasi Z untuk menggunakan aplikasi dompet digital secera terus-menerus. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya (Amihsa et al., 2020; Zhao & Bacao, 2021). Fakta penelitian ini menunjukan bahwa kerabat dan teman terdekat menjadi pihak yang paling mempengaruhi pengguna gen Z untuk terus menggunakan aplikasi dompet digital.

H4b : *Social influnece* terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital.

Hasil uji menunjukan bahwa nilai dari t statistics lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 3,351 dan nilai dari p values lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,001. Melalui hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel *social influnece* berpengaruh signifikan terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan aplikasi dompet digital. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya, dimana hasil penelitian (Suyunchaliyeva et

al., (2021) menyatakan bahwa variabel *social influence* tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel niat untuk merekomendasikan penggunaan aplikasi dompet digital.

H5 : Pengaruh variabel niat untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital

Hasil uji menunjukan bahwa nilai t statistics lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 5,539 dan p values lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Melalui hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel niat untuk menggunakan dompet digital berpengaruh signifikan terhadap niat untuk merekomendasikan penggunaan dompet digital. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pengguna generasi Z yang telah memakai aplikasi dompet digital secara terus menerus mempunyai keinginan untuk merekomendasikan aplikasi dompet digital kepada pihak lainnya. Hasil penelitian ini seleras dengan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya (Suyunchaliyeva et al., 2021; Talukder et al., 2019)

R Squares

Uji R squared merupakan uji yang dilakukan untuk melihat besaran pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 10. Hasil uji R squares

	Sample Mean (M)
Continuous Intention	0.680
Intention to recommend	0.700

Hasil uji R square dapat disimpulkan bahwa *Continuous Intention* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel seperti *perceived ease of use, perceived usefulness, trust* dan *social influnece* yaitu sebesar 68%. Sedangkan *Intention to Recommend* dijelaskan oleh variabel *perceived ease of use, perceived usefulness, trust, social influnece* dan *continuous intention* sebesar 70%.

SIMPULAN

Penelitian ini telah menguji niat penggunaan aplikasi dompet digital secara berkelanjutan dan niat untuk merekomendasikan penggunaan aplikasi dompet digital dengan menggunakan teori Expectation Confirmation Model (ECM). Berdasarkan pengujian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dua variabel utama dalam teori Expectation Confirmation Model (ECM) yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* mempunyai hasil yang berbeda terhadap niat menggunakan dompet digital secara berkelanjutan.

Variabel *perceived usefulness, trust, dan social influence* merupakan variabel yang signifikan berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan pada penggunaan dompet digital oleh generasi Z. Fakta penelitian mengungkapkan bahwa mayoritas responden generasi Z menggunakan aplikasi dompet digital untuk membantu aktivitas keseharian pengguna generasi Z, dan mayoritas pengguna dompet digital mengatakan bahwa aplikasi dompet digital dapat membantu dalam pembayaran pemesanan makanan dan pembayaran biaya transportasi online.

Dalam perspektif generasi Z, kegagalan dalam pembayaran merupakan bentuk pengalaman buruk yang dapat menurunkan kepercayaan dalam penggunaan aplikasi dompet digital secara berkelanjutan. Sedangkan kemudahan dalam klaim promo ataupun voucher diskon merupakan bentuk pengalaman positif yang dapat meningkatkan kepercayaan dalam penggunaan aplikasi dompet digital secara berkelanjutan. Mayoritas responden penelitian berpendapat bahwa pengalaman baik dalam penggunaan dompet digital akan mendorong

responden generasi Z untuk berniat merekomendasikan penggunaan dompet digital kepada pihak lainnya. Fakta unik yang diperoleh dalam penelitian ini adalah ternyata teman atau kerabat sejawat merupakan pihak yang paling mendorong responden gen Z untuk menggunakan provider dompet digital tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, H. M., Berakon, I., & Husin, M. (2020). Cogent Business & Management COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and. Cogent Business & Management, 7(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181

Alam, M.M., Awawdeh, A., &, & Muhamad, A. I. (2021). Using E-Wallet for Business Process Development: Challenges and Prospects in Malaysia. Business Process Management Journal, 27(2021), 1142–1162. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/BPMJ-11-2020-0528

Amihsa, A. R., Saferian, E., & Syahrir, S. (2020a). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan. 02(03), 10–25.

Ariffin, S. K., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer' s intention to use the e-wallet services n del Comprendiendo la intenci o consumidor de utilizar los nico servicios de monedero electr o 了 解 消 费 者 使 用电 子 钱 包 服 务 的 意 向. 446–461. https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138

Bhattacherjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model Author(s): Anol Bhattacherjee Source. In MIS Quarterly (Vol. 25, Issue 3).

Chillakuri, B. (2020). Understanding Generation Z expectations for effective onboarding. Journal of Organizational Change Management, 33(7), 1277–1296. https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2020-0058

Damayanti, S. L., Yani, Y., & Afrianty, N. (2021). Minat Menggunakan E-Wallet pada Generasi Milenial dengan Pendekatan UTAUT (Unified Theory of Acceptance Use of Technology. Jurnal Baabu Al-Ilmi, 6(1), 63–74.

Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous intention to use e-wallet in the context of the covid-19 pandemic: Integrating the health belief model (hbm) and technology continuous theory (tct). Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 7(2). https://doi.org/10.3390/joitmc7020132

Diva, N., Rembulan, R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompet Digital. Valid Jurnal Ilmiah, 17(2), 111.

Fahlevi. (2021). Analisa Niat Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Oleh Nasabah Perbankan Pada Masa Pandemi Covid 19. XII (2), 167–177. https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2.166

Fitriana, Nita, and Qurrata A'yunina. 2023. "Membangun Kemandirian Ekonomi Organisasi Melalui Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD)." JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia) 8 (2). https://doi.org/10.33366/japi.v8i2.4902.

Fitriana, Nita, and Lubna Laila. 2022. "Analisis Pengaruh Distribusi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Selama Pandemi COVID-19." Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia 2 (3). https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i3.567.

Gupta, A., Dhiman, N., Yousaf, A., & Arora, N. (2021). Social comparison and continuance intention of smart fitness wearables: an extended expectation confirmation theory perspective. Behaviour and Information Technology, 40(13), 1341–1354. https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1748715

Hesniati, Ellen, Jasmine, F., Kelvin, Vernando, L., Aprilla, N. 2023. Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan E-Wallet Pada Gen Z. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan.

Handarkho, Y. D. (2021). Understanding mobile payment continuance usage in physical store through social impact theory and trust transfer. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 33(4), 1071–1087. https://doi.org/10.1108/APJML-01-2020-0018

Hinduan, Z. R., Anggraeni, A., & Agia, M. I. (2020). Generation Z in Indonesia: The Self-Driven Digital. The New Generation Z in Asia: Dynamics, Differences, Digitalisation, 121–134. https://doi.org/10.1108/978-1-80043-220-820201012

Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. International Journal of Bank Marketing, 37(2), 646–664. https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072

Immanuel, D. M., & Dewi, Y. K. (2020). Mobile Payment Adoption Intention During Pandemic Covid-19 in Indonesia. Journal of Information System and Technology Management, 5(19), 60–76. https://doi.org/10.35631/jistm.519006

Leong, C. M., Tan, K. L., Puah, C. H., & Chong, S. M. (2021). Predicting mobile network operator's users m-payment intention. European Business Review, 33(1). https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0263

Liébana-Cabanillas, F., Singh, N., Kalinic, Z., & Carvajal-Trujillo, E. (2021). Examining the determinants of continuance intention to use and the moderating effect of the gender and age of users of NFC mobile payments: a multi-analytical approach. Information Technology and Management, 22(2), 133–161. https://doi.org/10.1007/s10799-021-00328-6

Narendrar, N. A., Suseno, J. E., & Nugraheni, D. M. K. (2023). Factors Influencing Interest in Continuing Use of e-Wallet Using the Technology Acceptance Model and Task-Technology FIT. Mimbar Ilmu, 28(2), 221–230. https://doi.org/10.23887/mi.v28i2.61228

Sasongko, D. T., Handayani, P. W., & Satria, R. (2022). Analysis of factors affecting continuance use intention of the electronic money application in Indonesia. 197, 42–50. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.116

Setiyani, L., Vina Maulidina, & Femmy. (2023). Perbandingan Penerimaan Pembayaran E-wallet DANA dan OVO Menggunakan TAM Pada Generasi Z. TEMATIK, 10(1), 41–46. https://doi.org/10.38204/tematik.v10i1.1271

Sholihah, E., Ariyani, D., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern, S. (2023). INTENSI KONTINUITAS PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT: PERAN MAHASISWA SEBAGAI WARGA KEUANGAN DIGITAL. In Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta (Vol. 4, Issue 2).

Sinha, M., Majra, H., Hutchins, J., & Saxena, R. (2019). Mobile payments in India: the privacy factor. International Journal of Bank Marketing, 37(1), 192–209. https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0099

Sunarjo, W. A., Nurhayati, S., & Muhardono, A. (2021). Consumer Behavior Toward Adoption of Mobile Payment: A Case Study in Indonesia During the COVID-19 Pandemic *. 8(4), 581–590. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0581

Suyunchaliyeva, M. M., Nautiyal, R., Shaikh, A. A., & Sharma, R. (2021). The use of mobile payment systems in post-COVID-19 economic recovery: Primary research on an emerging market for experience goods. Sustainability (Switzerland), 13(24). https://doi.org/10.3390/su132413511

Talukder, M. S., Chiong, R., Bao, Y., & Hayat Malik, B. (2019). Acceptance and use predictors of fitness wearable technology and intention to recommend: An empirical study. Industrial Management and Data Systems, 119(1), 170–188. https://doi.org/10.1108/IMDS-01-2018-0009

Ubaidillah, M. Y., Pramana, E., & Chandra, F. H. (2023). Continuance Intention Pada Aplikasi Mobile Payment Dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model. JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia, 5(2), 149–161. https://doi.org/10.35746/jtim.v5i2.359

Undale, S., Kulkarni, A., & Patil, H. (2021). Perceived eWallet security: impact of COVID-19 pandemic. Vilakshan - XIMB Journal of Management, 18(1), 89–104. https://doi.org/10.1108/xjm-07-2020-0022

Wijayanthi, I. M. (2019). Behavioral Intention of Young Consumers Towards E-Wallet Adoption: An Empirical Study Among Indonesian Users. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences, 85(1), 79–93. https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.09

Zhao, Y., & Bacao, F. (2021). How does the pandemic facilitate mobile payment? An investigation on users' perspective under the COVID-19 pandemic. International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(3), 1–22. https://doi.org/10.3390/ijerph18031016