

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPTION E-PAYMENT TERHADAP GENERASI Z PENGGUNA GOPAY DI JAKARTA BARAT

AUDREY DEANA SHAFIRA
MUWAFICK HIDAYAT

Trisakti School of Management, Jl. Kyai Tapa No. 20, Jakarta, Indonesia
audreydeana11@gmail.com, muwafick@gmail.com

Received: December 18, 2025; Revised: December 19, 2025; Accepted: December 22, 2025

Abstract: *The purpose of this study is to identify and analyze the influence of Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FI), Government Support (GS), and Quality of Internet (QI) on the Adoption of e-payment (IA) among GoPay users, specifically Generation Z, in West Jakarta. This research employs a descriptive and causal research design, using a likert scale with five measurement points. The sampling method used is Purposive Sampling, with a total of 210 respondents. The data analysis methods employed include Structural Equation Modeling (SEM) using SmartPLS 4.0 as the analytical tool. The results of this study indicate that the Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating, Government Support have a positive influence on the Adoption of e-payment. However, the variable Quality of Internet has no influence on the variable Adoption of e-payment.*

Keywords: *Adoption of e-payment, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, Government Support, Performance Expectancy, Quality of Internet, Social Influence.*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Condition (FI), Government Support (GS), dan Quality of Internet (QI)* terhadap *Adoption of e-payment (IA)* pada pengguna GoPay khususnya generasi Z di Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian deskriptif dan kausalitas, menggunakan skala likert dengan lima poin pengukuran. Metode pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling, dengan mengambil 210 data responden. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan alat bantu SmartPLS 4.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Government Support* memiliki pengaruh positif terhadap variabel *Adoption of e-payment*. Sedangkan variabel *Quality of Internet* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *Adoption of e-payment*.

Kata Kunci: *Adoption of e-payment, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, Government Support, Performance Expectancy, Quality of Internet, Social Influence.*

PENDAHULUAN

Berdasarkan situs online Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia, menyebutkan bahwa Financial Technology adalah inovasi dalam jasa keuangan yang melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menunjang berbagai transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Fintech sudah ada sejak lama yang mengalami perjalanan panjang hingga saat ini, hal tersebut dimulai dari adanya sistem telegraf pada abad ke-19 yang terus mengalami perkembangan. Di Indonesia, adopsi fintech dimulai dengan kehadiran ATM pada akhir tahun 1980 dan pada tahun 2015 sistem pembayaran online berbasis digital mulai bisa digunakan. Badan Pusat Statistik menyebutkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2023 sebanyak 278,6 juta jiwa yang terus meningkat dari tahun ke tahun ([BPS 2024](#)). Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan penduduk di masing-masing provinsi di Indonesia, salah satunya Jakarta. Jakarta memiliki 10.672.100 juta penduduk pada tahun 2023 ([BPS 2024](#)). Pertumbuhan tersebut dikarenakan Jakarta dikenal sebagai kota metropolitan serta pusat ekonomi dan bisnis di Indonesia. Jumlah penduduk Jakarta sendiri pada tahun 2023 di dominasi oleh gen z dan milenial yang hampir mencapai 50 persen (JaKita 2025).

Penelitian ini akan difokuskan pada gen Z, hal ini dikarenakan gen Z terus menciptakan budaya baru dalam kegiatan ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan modernisasi dan digital ([DPRD 2024](#)). Menurut Timotius dan Prasastyo ([2020](#)), generasi ini berpusat pada produk dan terbuka terhadap teknologi baru. Sehingga gen Z diharapkan menjadi motor penggerak ekonomi melalui ide-ide kreatif, penciptaan peluang ekonomi kreatif baru, dan memiliki peran besar dalam mengakselerasikan Jakarta sebagai kota global ([JaKita 2025](#)). Selain itu, penelitian ini akan dilakukan di wilayah Jakarta Barat. Pada tahun 2020, Jakarta Barat memiliki jumlah generasi Z sebanyak 614.036 jiwa, yang menempatkannya

di posisi kedua terbanyak dari seluruh wilayah Jakarta ([BPS 2024](#)). Data dari IDN Times (2024) menunjukkan bahwa pada tahun 2024, jumlah pengguna QRIS di Jakarta Barat mencapai 23,72 persen dari jumlah total pengguna, menjadikannya sebagai wilayah dengan adopsi QRIS tertinggi kedua setelah Jakarta Selatan. QRIS ini digunakan sebagai acuan untuk melihat tingginya adopsi metode pembayaran digital di kalangan masyarakat Jakarta Barat. Dengan kombinasi kedua hal tersebut, maka Jakarta Barat dapat menjadi lokasi yang tepat untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan fintech, serta dapat dijadikan target pasar potensial untuk layanan *fintech e-payment* yang lebih berkembang.

Jumlah penduduk di DKI Jakarta yang terkoneksi internet mengalami peningkatan pada tahun 2023. Jumlah penduduk yang terkoneksi internet semakin banyak menunjukkan bahwa masyarakat semakin bergantung pada internet untuk berbagai kebutuhan. Menurut Michael et al. ([2022](#)), integrasi teknologi internet dan jaringan seluler dapat mendukung pembangunan berkelanjutan yang berarti dapat menciptakan suatu peluang yang baru. Oleh karena itu maka terciptanya layanan fintech, maka dengan kombinasi kedua hal tersebut antara *fintech* dengan internet, mengakibatkan volume transaksi uang elektronik terus meningkat. Berdasarkan data dari ASPI ([2023](#)), diketahui volume transaksi uang elektronik pada tahun 2023 mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya, maka hal ini menunjukkan bahwa uang elektronik memiliki peluang yang besar untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

Sudah terdapat pemberlakuan dan penerapan uang elektronik secara sah, setelah Bank Indonesia (BI) mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 mengenai Uang Elektronik ([Kompas 2019](#)). Uang elektronik sendiri terbagi menjadi dua jenis, uang elektronik berbasis chip yang berbentuk kartu seperti *e-money*. Serta untuk

jenis kedua berupa uang elektronik berbasis server yang berbentuk aplikasi dapat disebut juga sebagai *e-wallet*, seperti GoPay, Ovo, Dana ([Kompas 2019](#)).

Menurut Kementerian Keuangan (2022) penggunaan uang elektronik berbasis server (*e-wallet*) dinilai lebih banyak memberikan kemudahan kepada penggunanya. Melalui website Bank Indonesia (2023), Ipsos melakukan survei di Asia Tenggara dan terdapat lima aplikasi *e-wallet* yang paling populer di Indonesia diantaranya berupa ShopeePay, OVO, GoPay, DANA, dan LinkAja. GoPay dijadikan sebagai objek penelitian dikarenakan eksistensinya sebagai salah satu pemain utama dalam industri *e-wallet* di Indonesia. Hal ini terbukti dimana GoPay dinilai sebagai platform dompet digital yang konsisten paling banyak digunakan konsumen (CNBC Indonesia 2022). Selain itu, GoPay telah mendapatkan penghargaan dari Goggle Play sebagai Goggle Play Best of 2023 App dan Aplikasi Harian Terbaik pada tahun 2023 ([Gopay 2023](#)).

Terdapat gambaran mengenai perubahan jumlah pengguna bertransaksi tahunan (ATU) pada semua layanan GoTo seperti Gojek, Tokopedia, dan layanan lainnya termasuk GoPay. Pada tahun 2023, terjadi penurunan menjadi 50,8 juta pengguna. Menurut Laporan Tahunan GOTO ([2023](#)), hal ini dikarenakan adanya tren mengoptimalkan biaya untuk mempercepat pencapaian profitabilitas. Seluruh bisnis *e-commerce*, pengiriman makanan, dan transportasi di Indonesia telah mengurangi biaya promosi dan insentif. Hasilnya berupa penurunan jumlah konsumen yang sensitif terhadap harga dan mengakibatkan perlambatan pertumbuhan GMV dan pendapatan. Di sisi lain, strategi ini mendorong jumlah pengguna yang dikategorikan sebagai kelompok bernilai tinggi, ini ditunjukkan berdasarkan jumlah pengeluaran vertikal rata-rata per pengguna di platform online yang diperkirakan mencapai 6,8 kali lipat dibandingkan pengguna yang sensitif

terhadap harga ([Laporan Tahunan GOTO 2023](#)).

Sehingga berpengaruh terhadap pendapatan bruto pada tahun 2023 dimana jumlah pendapatan bruto dari layanan GoTo terus mengalami pertumbuhan. Dikarenakan salah satunya faktor optimalisasi biaya. Maka menunjukkan kinerja perusahaan telah meningkatkan efisiensi operasionalnya, sehingga mampu menghasilkan lebih banyak pendapatan yang masuk walaupun jumlah pengguna bertransaksinya menurun ([Laporan Tahunan GOTO 2023](#)). Dalam konteks layanan GoPay yang berarti salah satu layanan dibawah Perusahaan GoTo, dengan data ini menggarisbawahi bahwa GoPay tetap perlu memberi perhatian lebih untuk dapat meningkatkan retensi pengguna, meningkatkan frekuensi transaksi, terus melakukan evaluasi, serta berinovasi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan serta menjaga agar pengguna tetap aktif dan terlibat dengan GoPay.

Maka berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Trianto et al. ([2023](#)) terdapat faktor yang mempengaruhi adopsi *e-payment*. Faktor pendorongnya yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Government Support*, dan *Quality of Internet* terhadap *Adoption of e-payment*. Oleh karena itu, maka penelitian ini akan mengangkat penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adoption E- Payment Terhadap Generasi Z Pengguna Gopay di Jakarta Barat.”

Grand Theory

Diffusion of Innovative Theory adalah teori yang dikembangkan oleh Rogers Everett pada tahun 1962. Teori ini berkaitan dengan kecepatan sebuah sistem sosial menerima ide-ide baru yang ditawarkan sebuah inovasi. Terdapat tiga konsep utama yang dibahas Rogers dalam *Diffusion of Innovation*, yakni inovasi, difusi, dan adopsi ([Mailin et al. 2022](#)). *Technology Acceptance Model* yang

dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 ([Davis 1989](#)). TAM didasarkan dari teori TRA yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein. TRA merupakan model umum dari psikologi sosial yang didesain untuk menjelaskan mengapa individu terlibat dalam perilaku yang dimaksudkan secara sadar ([Briliana dan Ruswidiono 2021](#)). TAM berfokus pada dua faktor utama yang mempengaruhi adopsi pada teknologi, yaitu Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use.

Expectation Confirmation Model (ECM), merupakan suatu model yang dikembangkan oleh Anol Battacherjee pada tahun 2001 yang memiliki fokus pada penggunaan berkelanjutan terhadap sistem teknologi tertentu ([Hossain dan Quaddus 2012](#)). Penelitian yang dilakukan oleh Bölen ([2020](#)) menyebutkan bahwa model ini merupakan gabungan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Expected Confirmation Theory*.

Digital marketing telah menjadi elemen krusial dalam mendorong adopsi *e-payment* di era modern. Melalui media digital, pemasaran dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan informasi secara cepat dan efisien. Digital marketing bertujuan untuk menciptakan kesadaran (*awareness*), membangun minat (*interest*), dan mendorong tindakan konsumen (*action*) untuk mengadopsi layanan *e-payment* ([Chaffey dan Chadwick 2020](#)).

Performance Expectancy

Performance Expectancy adalah sejauh mana persepsi pengguna dalam menggunakan teknologi dan inovasi akan membantu mereka memperoleh manfaat dari pekerjaan mereka dan kinerja tugas mereka menjadi lebih efektif ([Venkatesh et al. 2003](#)). Rahman et al. ([2020](#)), berpendapat hal ini berdasarkan keyakinan individu bahwa teknologi baru yang mereka gunakan akan memberikan manfaat nyata dalam membantu tugas atau pekerjaan mereka. Penney et al.

([2021](#)) menjelaskan bahwa *Performance Expectancy*, dimana pelanggan percaya bahwa layanan keuangan dapat membantu mereka melakukan transaksi dengan lebih baik dalam hal efisiensi, akurasi, ketepatan waktu, dan respons yang lebih cepat. Yap dan Lee ([2023](#)) berpendapat jika konsumen percaya bahwa sistem baru akan menghemat waktu atau tenaga, maka konsumen kemungkinan besar akan merespons dan berniat untuk menggunakannya. Sehingga untuk meningkatkan minat seseorang dalam mengadopsi teknologi, penyedia layanan elektronik harus meningkatkan kinerja platform teknologi finansial yang mereka sediakan. Semakin baik kinerja platform maka semakin puas penggunaannya ([Trianto et al. 2023](#)).

H1: Terdapat pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat.

Effort Expectancy

Effort Expectancy didefinisikan sebagai tingkat kenyamanan seseorang dalam menggunakan teknologi tertentu, serta seberapa banyak usaha yang diperlukan untuk belajar dan menggunakan teknologi tersebut ([Farzin et al. 2021](#)). Jaiswal et al. ([2022](#)), menyatakan *Effort Expectancy* sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan teknologi tertentu, yang mencakup kenyamanan dan sedikit usaha yang diperlukan untuk mengoperasikan sistem tersebut. Alalwan et al. ([2017](#)), menyatakan untuk menjalankan prosedur teknis, diperlukan tingkat keterampilan, pengetahuan, dan keahlian tertentu sehingga pelanggan akan lebih cenderung mengadopsi teknologi jika dianggap mudah untuk digunakan. Maziriri et al. ([2020](#)) berpendapat, hal ini merupakan apa yang dirasakan pengguna saat mengunduh dan menggunakan aplikasi dengan sedikit usaha, selain itu dapat menjadi faktor utama dalam meningkatkan penetrasi aplikasi seluler di kalangan pelanggan.

H2: Terdapat pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat.

Social Influence

Acharya et al. (2019), menjelaskan *Social Influence* sebagai tingkat dimana seseorang merasakan bahwa orang lain yang penting dalam hidupnya menganggap bahwa dia harus menggunakan teknologi tertentu. *Social Influence* mencakup dua jenis pengaruh: internal dan interpersonal. Pengaruh internal terkait dengan opini profesional dan informasi media, sementara pengaruh interpersonal datang dari interaksi langsung dengan orang lain, seperti teman sebaya, kolega, atau atasan. Menurut Illia dan Huang (2015), *Social Influence* bergantung pada kecenderungan perilaku seseorang, hal ini dipengaruhi oleh norma-norma subjektif karena ekspektasi tersebut di satu sisi membentuk keyakinan dan perilaku individu dan di sisi lain mengurangi ketidakpastian terkait menerima layanan baru. Penelitian yang dilakukan oleh Sunny dan George (2018), menunjukkan bahwa semakin tinggi dampak orang lain terhadap individu dan interaksinya, maka akan semakin mendorong individu untuk mengadopsi pembayaran elektronik tersebut. Selain itu, orang-orang yang mempengaruhi perilaku orang lain dapat disebut sebagai kelompok referensi. Kelompok referensi ini dapat mencakup keluarga, teman, kolega, dan lainnya (Maziriri et al. 2020).

H3: Terdapat pengaruh *Social Influence* terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat.

Facilitating Conditions

Facilitating Conditions mengacu pada persepsi individu terhadap ketersediaan dan kemampuan sumber daya teknologi yang dapat mendukung penggunaan sistem informasi (Rahman et al. 2020). Hal ini merujuk pada keyakinan konsumen tentang ketersediaan infrastruktur, sumber daya, dan dukungan yang diperlukan untuk melakukan perilaku tertentu

(Upadhyay et al. 2022). Jaiswal et al. (2022), menjelaskan ini terkait ketersediaan dan kualitas infrastruktur teknis serta sistem pendukung yang diperlukan untuk memfasilitasi adopsi dan penggunaan teknologi baru dengan mudah. Ini mencakup keyakinan eksternal bahwa teknologi tersebut dapat diakses dan didukung dengan sumber daya yang cukup, seperti perangkat keras, perangkat lunak, dukungan teknis, dan pelatihan. Mahardika et al. (2019) juga berpendapat bahwa kondisi yang memfasilitasi dapat mencakup akses ke sumber daya operator (yaitu cakupan jaringan), sumber daya produsen (yaitu platform dan sistem operasi), sumber daya pengembang (yaitu aplikasi), dan sumber daya pengguna (perangkat seluler). Selain itu, dapat merujuk pada keterampilan dasar yang mencakup kemampuan untuk menggunakan aplikasi pembayaran, mengirim dan menerima pesan (Kiconco et al. 2020).

H4: Terdapat pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat.

Government Support

Government support merujuk pada bantuan yang diberikan oleh pemerintah untuk mendorong penyebaran dan adopsi inovasi teknologi (Chen et al. 2020). Aji et al. (2020), menyebutkan *Government Support* merupakan dukungan dan bantuan yang diberikan oleh pemerintah yang dapat mencakup pengembangan infrastruktur jaringan yang diperlukan, kebijakan yang mendukung, peningkatan kecepatan akses, serta memberikan jaminan keamanan dalam transaksi digital. Mandari et al. (2017) menjelaskan dukungan pemerintah dapat berupa investasi pemerintah pada infrastruktur, kolaborasi dengan industri, penetapan peraturan, dan kerangka kerja yang memfasilitasi penggunaan *e-payment*.

H5: Terdapat pengaruh *Government Support* terhadap *Adoption of E-*

Payment pada pengguna GoPay di Jakarta Barat.

Quality of Internet

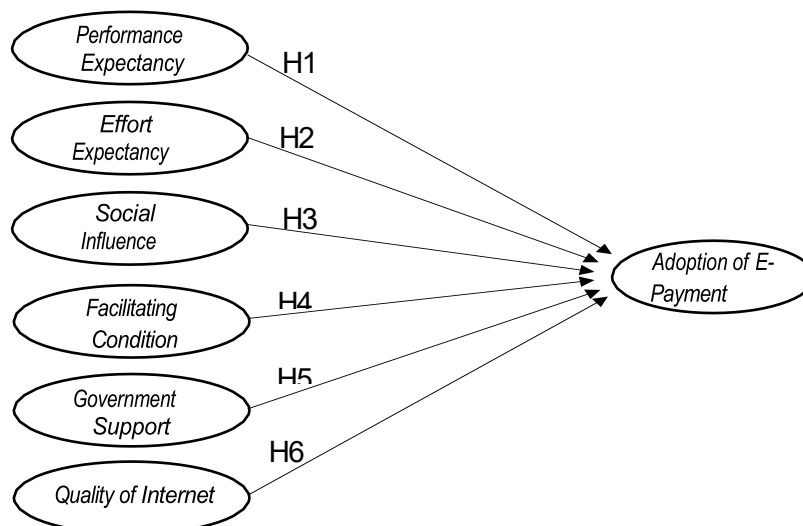
Mohammad dan Maulidiah (2023) menjelaskan *Quality of Internet* sebagai seberapa baik akses dan pemanfaatan internet yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan layanan digital tanpa hambatan. Kualitas koneksi internet sangat penting dalam setiap aplikasi berbasis internet (Al-Somali et al. 2009). Kualitas layanan dalam hal internet juga mengacu pada kemampuan jaringan untuk menyediakan layanan yang lebih baik pada jaringan tertentu melalui teknologi yang berbeda-beda (Bobanto et al. 2014). Oleh karena itu, untuk dapat mengoptimalkan penggunaan e-payment maka diperlukan kualitas internet yang baik. Kualitas ini dapat berupa kecepatan dan kestabilan internet yang baik saat digunakan kapan dan dimana saja.

H6: Terdapat pengaruh *Quality of Internet* terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna Gopay di Jakarta Barat.

Adoption of E-Payment

Adoption of e-payment didefinisikan

masyarakat. Trianto et al. (2023) menyebutkan, *Quality of Internet* merupakan tingkat kecepatan dan ketersediaan koneksi internet yang memadai untuk mendukung berbagai layanan digital. Kualitas ini mencakup kecepatan akses yang cepat dan stabil, yang memungkinkan pengguna untuk mengakses dan menggunakan sebagai individu yang mulai menggunakan sistem pembayaran elektronik untuk melakukan suatu transaksi (Panhwer et al. 2020). Rahman et al. (2020) juga menyatakan bahwa *Adoption of e-payment* merupakan keputusan konsumen untuk menggunakan system pembayaran tanpa uang tunai, yang merupakan bagian dari proses adopsi teknologi yang lebih luas. Dalam konteks ini, adopsi pembayaran tanpa uang tunai melibatkan pemahaman subjektif konsumen terhadap nilai, keamanan, dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Rahayu (2022) menambahkan, hal ini terkait keputusan yang diambil oleh konsumen untuk memilih dan menggunakan sistem pembayaran elektronik. Maka konsep ini melibatkan pertimbangan konsumen terhadap manfaat, kegunaan, serta sikap yang dirasakan yang dapat memengaruhi keputusan untuk menggunakan sistem *e-payment* secara aktual.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan menggunakan bentuk penelitian deskriptif dan kausalitas. Menurut Sekaran dan Bougie (2020, 56), penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik objek. Sekaran dan Bougie (2020, 43), juga menyatakan bahwa penelitian kausalitas adalah penelitian yang dilakukan untuk membangun hubungan sebab-akibat antara variabel. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Government Support*, dan *Quality of Internet* terhadap *Adoption of E-payment* pada Generasi Z pengguna GoPay di Jakarta Barat.

POPULASI DAN SAMPEL

Objek dalam penelitian ini adalah GoPay. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna GoPay di Jakarta Barat. Pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Skala yang digunakan adalah skala likert. Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2023, 288). Purposive sampling adalah pengambilan sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang

diinginkan, baik karena hanya mereka yang memiliki informasi atau mereka memenuhi beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sekaran dan Bougie 2020, 233). Penelitian ini menguji hubungan antar variabel dengan analisis data menggunakan SEM, khususnya *Partial Least Squares* (PLS).

Hair et al. (2021, 16) menyatakan, bahwa sampel minimum harus 10 kali jumlah maksimum panah yang menunjuk ke variabel laten dalam Model Jalur PLS. Maka sampel minimal sebanyak 60 sampel. Namun, peneliti memutuskan untuk mengumpulkan 210 sampel untuk memastikan keandalan dan validitas yang tinggi. Oleh karena itu sampel yang diambil berdasarkan dengan kriteria berikut:

1. Responden berdomisili di Jakarta Barat.
2. Responden merupakan Generasi Z dengan rentang usia 21-27 tahun.
3. Responden memiliki aplikasi dan akun Gopay.
4. Responden memiliki pengeluaran dalam penggunaan GoPay dengan minimal transaksi Rp 500.000 perbulan.

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan data primer, di mana peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria responden yang telah ditetapkan untuk keperluan penelitian ini. Oleh karena itu, diketahui karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Informasi	Keterangan	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	96
	Perempuan	114
Usia	21-23 tahun	67
	24-26 tahun	80
	27 tahun	63
Pendidikan	SMA/SMK/Sederajat	94
	Diploma/Sarjana	101
	PascaSarjana (S2/S3)	15
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	57

Informasi	Keterangan	Jumlah
	Pegawai Negeri Sipil	28
	Pegawai Swasta	101
	Wirasahawan	24
Frekuensi Transaksi	1 – 3 kali perbulan	27
	4 – 6 kali perbulan	68
	7 – 9 kali perbulan	47
	> 10 kali perbulan	68
Kebutuhan Penggunaan	Pembayaran Gojek	77
	Pembayaran di toko menggunakanQRIS	51
Transaksi pembelian secara online (e-commerce)		39
Transfer dana, pembayaran token listrik, dan lainnya		43
Transaksi Perbulan	Rp 500.000-Rp 1.500.000	110
	Rp 1.500.001-Rp 2.500.000	34
	Rp 2.500.001-Rp 3.500.000	28
	Rp 3.500.001-Rp 4.500.000	23
	Rp 4.500.001-Rp 5.500.000 ++	15

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
PE1	1	5	4,21	0,979
PE2	1	5	4,21	0,979
PE3	1	5	4,28	1,020
EE1	1	5	4,29	0,903
EE2	1	5	4,15	0,929
EE3	1	5	4,28	0,881
SI1	1	5	4,24	0,927
SI2	1	5	4,23	0,845
SI3	1	5	4,17	0,906
FC1	1	5	4,30	0,927
FC2	1	5	4,26	0,943
FC3	1	5	4,33	0,954
GS1	1	5	4,30	0,905
GS2	1	5	4,33	0,901
GS3	1	5	4,42	0,843
QI1	1	5	4,26	0,913
QI2	1	5	4,10	0,993
QI3	1	5	4,23	0,916
IA1	1	5	4,35	0,900
IA2	1	5	4,36	0,858

Sumber: Hasil Olah Data dengan Aplikasi SMARTPLS 4.0

Tabel 3. Convergent Validity

Variabel	Item	Outer Loadings	AVE
Performance Expectancy	PE 1.1	0.865	0.765
	PE 1.2	0.897	
	PE 2.1	0.862	
Effort Expectancy	EE 1.1	0.901	0.784
	EE 1.2	0.875	
	EE 1.3	0.880	
Social Influence	SI 1.1	0.880	0.749
	SI 1.2	0.898	
	SI 2.1	0.816	
Facilitating Condition	FC 1.1	0.900	0.783
	FC 1.2	0.886	
	FC 1.3	0.868	
Government Support	GS 1.1	0.870	0.775
	GS 1.2	0.873	
	GS 1.3	0.898	
Quality of Internet	QI 1.1	0.872	0.696
	QI 2.1	0.816	
	QI 2.2	0.813	
Intention to Adopt	IA 1.1	0.875	0.779
	IA 1.2	0.890	

Sumber: Hasil Olah Data dengan Aplikasi SMARTPLS 4.0

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi dari setiap variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Setiap variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala 5 poin likert. Kolom minimum dan maksimum menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum sebesar 5, yang menegaskan bahwa data berada dalam rentang skala pengukuran yang ditentukan. Nilai rata-rata (*mean*) dari setiap variabel yang diteliti berada diantara 4,10 sampai 4,42 dan nilai standar deviasi diantara 0,843 sampai 1,020. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik dasar dari data yang diteliti.

Berdasarkan tabel 3 di atas, menunjukkan hasil outer loading untuk setiap variabelnya melebihi nilai 0,7. Maka hasil *outer loading* untuk setiap variabel pada tabel di atas dinyatakan sebagai sangat valid ([Ghozali 2021,](#)

[93](#)). Sementara itu, nilai AVE untuk setiap variable memiliki nilai lebih besar dari 0,5 dengan *Effort Expectancy* sebagai variable yang memiliki nilai AVE tertinggi, yaitu 0.784 dan *Quality of Internet* sebagai variabel yang memiliki nilai AVE terendah yaitu 0.696. Hal ini berarti setiap konstruk menjelaskan 50 persen atau lebih varian indikator yang membentuk setiap konstruknya ([Hair et al. 2021, 78](#)).

Tabel 4 di atas menunjukkan hasil nilai cross loading yang digunakan untuk menilai discriminant validity antar variabel. Nilai *cross loading* untuk setiap variabelnya menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,7 maka berarti uji validitas diskriminan dengan indikator reflektif terpenuhi ([Ghozali 2021, 68](#)). Berdasarkan tabel di atas, cross loading pada setiap variabelnya memiliki nilai yang lebih besar dari 0,7 maka menunjukkan bahwa validitas diskriminan reflektif terpenuhi.

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat

diketahui bahwa hasil dari akar kuadrat AVE untuk setiap konstraknya, yaitu *Performance Expectancy* ($\sqrt{0.765} = 0.875$), *Effort Expectancy* ($\sqrt{0.784} = 0.886$), *Social Influence* ($\sqrt{0.749} = 0.865$), *Facilitating Condition* ($\sqrt{0.783} = 0.885$), *Government Support* ($\sqrt{0.775} = 0.881$), *Quality of Internet* ($\sqrt{0.696} = 0.834$), dan *Adoption of e-*

payment ($\sqrt{0.779} = 0.882$) memiliki nilai yang lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk dalam model, yang mana dapat disimpulkan bahwa konstruk dalam model tersebut memenuhi kriteria validitas diskriminan Fornell dan Larcker [\(1981\)](#).

Tabel 4. Cross Loading

	EE	FC	GS	IA	PE	QI	SI
EE1	0.901	0.516	0.512	0.590	0.459	0.568	0.639
EE2	0.875	0.461	0.500	0.563	0.461	0.556	0.630
EE3	0.880	0.513	0.507	0.593	0.389	0.559	0.634
FC1	0.512	0.900	0.490	0.561	0.438	0.545	0.547
FC2	0.508	0.886	0.484	0.516	0.444	0.509	0.529
FC3	0.470	0.868	0.498	0.508	0.476	0.496	0.485
GS1	0.545	0.488	0.870	0.521	0.427	0.544	0.589
GS2	0.444	0.489	0.873	0.499	0.483	0.488	0.498
GS3	0.518	0.487	0.898	0.574	0.434	0.475	0.549
IA1	0.553	0.519	0.524	0.875	0.502	0.522	0.557
IA2	0.607	0.536	0.543	0.890	0.491	0.564	0.617
PE1	0.475	0.457	0.418	0.509	0.865	0.506	0.502
PE2	0.444	0.458	0.450	0.489	0.897	0.437	0.465
PE3	0.369	0.424	0.466	0.476	0.862	0.431	0.448
QI1	0.559	0.518	0.492	0.551	0.478	0.872	0.587
QI2	0.530	0.462	0.381	0.489	0.428	0.816	0.525
QI3	0.495	0.482	0.550	0.499	0.405	0.813	0.559
SI1	0.675	0.509	0.534	0.584	0.470	0.562	0.880
SI2	0.641	0.546	0.576	0.621	0.460	0.506	0.898
SI3	0.537	0.471	0.496	0.517	0.476	0.689	0.816

Sumber: Hasil Olah Data dengan Aplikasi SMARTPLS 4.0

Tabel 5. Fornell-Larcker Criterion

	EE	FC	GS	IA	PE	QI	SI
EE	0.886						
FC	0.562	0.885					
GS	0.572	0.554	0.881				
IA	0.658	0.598	0.605	0.882			
PE	0.492	0.511	0.508	0.562	0.875		
QI	0.634	0.585	0.570	0.616	0.525	0.834	
SI	0.716	0.589	0.620	0.666	0.540	0.669	0.865

Sumber: Hasil Olah Data dengan Aplikasi SMARTPLS 4.0

Tabel 6. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Performance Expectancy	0.847	0.907
Effort Expectancy	0.862	0.916
Social Influence	0.832	0.899
Facilitating Condition	0.861	0.915
Governemtn Support	0.855	0.912
Quality of Internet	0.781	0.873
Intention to Adopt	0.716	0.876

Sumber: Hasil Olah Data dengan Aplikasi SMARTPLS 4.0

Tabel 7. R-Square dan Predictive Relevance Test (Q²)

Variabel	R-square	Q ² (=1-SSE/SSO)
Adoption of e-payment	0.592	0.433

Sumber: Hasil Olah Data dengan Aplikasi SMARTPLS 4.0

Menurut Ghozali (2021, 71), menjelaskan bahwa dalam uji reliabilitas nilai *Cronbach's Alpha* dan nilai *Composite Reliability* harus lebih dari 0,7. Seluruh variabel pada tabel 6 memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,7. Kemudian untuk nilai *Composite Reliability*, seluruh variabel memiliki nilai *Composite Reliability* diatas 0,7. Maka hal ini menunjukkan bahwa kedua data tersebut reliabel.

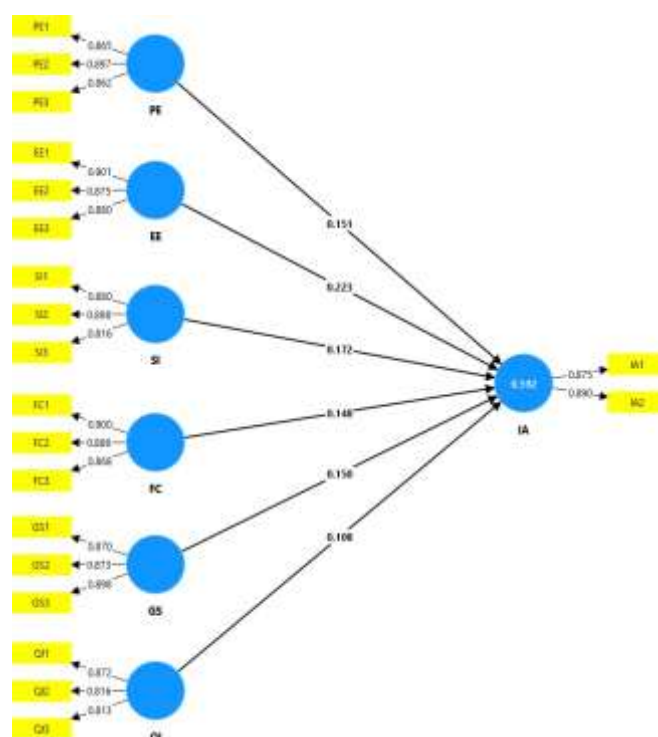
Berdasarkan tabel 7 menunjukkan hasil R- Square untuk variabel *Adoption of e-payment* termasuk dalam kategori moderat (Hair et al. 2021, 118). Hal ini dikarenakan hasilnya berada diantara 0.5 hingga 0.75. *Adoption of e-payment* memiliki R-Square

0.592 yang berarti sebesar 59,2 persen variabilitas konstruk *Adoption of e-payment* dapat dijelaskan oleh variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Government Support*, *Quality of Internet*, sedangkan sisanya sebesar 40,8 persen dijelaskan oleh faktor lain diluar model. Nilai Q² untuk variabel *Adoption of e-payment* menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0, yang mana hal ini berarti bahwa semua model indikator memiliki relevansi yang baik terhadap variabel endogen. Nilai *Predictive Relevance* variabel *Adoption of e-payment* menunjukkan model kuat karena memiliki nilai di atas 0,35 (Ghozali 2021, 74).

Tabel 8. T-Value dan P-Value Structural Model

Hipotesis	Path	Coefficients	T-Value	P-Value	Results
H1	PE → IA	0.151	2.578	0.010	Supported
H2	EE → IA	0.223	3.074	0.002	Supported
H3	SI → IA	0.172	2.120	0.034	Supported
H4	FC → IA	0.148	2.469	0.014	Supported
H5	GS → IA	0.150	2.470	0.014	Supported
H6	QI → IA	0.108	1.410	0.159	Not Supported

Sumber: Hasil Olah Data dengan Aplikasi SMARTPLS 4.0



Gambar 2 Hasil Tes Measurement Model (Outer Model)

Sumber: Hasil Olah Data dengan Aplikasi SMARTPLS 4.0

Pengaruh Performance Expectancy terhadap Adoption of E-Payment

Hipotesis (H1) memiliki nilai koefisien 0,151, nilai t-value 2,578 lebih besar dari 1,96, dan nilai p-value 0,010 kurang dari 0,05. Artinya *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trianto et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Performance Expectancy* tidak memiliki

pengaruh terhadap *Adoption of e-payment*.

Pengaruh Effort Expectancy terhadap Adoption of E-Payment

Hipotesis (H2) memiliki nilai koefisien 0,223, nilai t-value 3,074 lebih besar dari 1,96, dan nilai p-value 0,002 kurang dari 0,05. Artinya *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Trianto et al. (2023) yang

menyatakan bahwa *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *Adoption of e-payment*.

Pengaruh Social Influence terhadap Adoption of E-Payment

Hipotesis (H3) memiliki nilai koefisien 0,172, nilai t-value 2,120 lebih besar dari 1,96, dan nilai p-value 0,034 kurang dari 0,05. Artinya *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trianto et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Adoption of-payment*.

Pengaruh Facilitating Condition terhadap Adoption of E-Payment

Hipotesis (H4) memiliki nilai koefisien 0,148, nilai t-value 2.469 lebih besar dari 1,96, dan nilai p-value 0,014 kurang dari 0,05. Artinya *Facilitating Condition* memiliki pengaruh positif terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Trianto et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Facilitating Condition* tidak memiliki pengaruh terhadap *Adoption of e-payment*.

Pengaruh Government Support terhadap Adoption of E-Payment

Hipotesis (H5) memiliki nilai koefisien 0.150, nilai t-value 2.470 lebih besar dari 1,96, dan nilai p-value 0,014 kurang dari 0,05. Artinya *Government Support* memiliki pengaruh positif terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trianto et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Government Support* memiliki pengaruh positif terhadap *Adoption of-payment*.

Pengaruh Quality of Internet terhadap Adoption of E-Payment

Hipotesis (H6) memiliki nilai koefisien 0.108, nilai t-value 1.410 kurang dari 1,96, dan nilai p-value 0.159 lebih dari 0,05. Artinya *Quality of Internet* tidak terdapat pengaruh terhadap *Adoption of E-Payment* pada pengguna GoPay di Jakarta Barat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trianto et al. (2023) yang menyatakan bahwa *Quality of Internet* tidak memiliki pengaruh terhadap *Adoption of-payment*.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis diatas, diperoleh kesimpulan bahwa *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Government Support* memiliki pengaruh positif terhadap *Adoption of e-payment* pada Generasi Z pengguna GoPay berdasarkan hasil penelitian yang telah lakukan di Jakarta Barat. Sementara *Quality of Internet* tidak memiliki pengaruh terhadap *Adoption of e-payment* pada Generasi Z pengguna GoPay di Jakarta Barat.

Peneliti menyadari penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu penelitian ini berfokus pada wilayah Jakarta Barat sehingga hanya relevan pada wilayah tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang memungkinkan pengumpulan data numerik yang lebih objektif, namun, metode ini tidak mengeksplorasi faktor lebih mendalam yang mempengaruhi mengadopsi *e-payment*. Objek dalam penelitian ini hanya difokuskan pada salah satu perusahaan *e-wallet* di Indonesia yaitu GoPay, namun tidak melakukan penelitian pada digital *e-money* dan digital bank. Variabel dalam penelitian ini terbatas pada faktor tertentu yang dianggap paling berpengaruh terhadap *adoption of e-payment*, namun, terdapat faktor lainnya yang dapat mempengaruhi individu untuk memutuskan menggunakan *e-payment*.

Saran dan rekomendasi yang dapat diberikan oleh peneliti adalah penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah. Diharapkan dapat menambahkan faktor atau variabel relevan lainnya seperti *Security, Perceived Risk, Trust*. Pada penelitian

selanjutnya dapat melibatkan aplikasi *e-wallet* lainnya, untuk memberikan gambaran yang menyeluruh terkait industri *e-wallet*. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk analisis yang lebih mendalam.

INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	Indikator Pernyataan
1	Performance Expectancy (PE)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan pembayaran elektronik dapat membantu mencapai efektivitas pekerjaan saya. 2. Menggunakan pembayaran elektronik memungkinkan transaksi keuangan saya menjadi lebih cepat. 3. Pembayaran elektronik dapat digunakan kapan saja dan di mana saja.
2	Effort Expectancy (EE)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah untuk mempelajari cara menggunakan pembayaran elektronik. 2. Pembayaran elektronik tidak rumit dan mudah saat digunakan. 3. Tampilan dari aplikasi pembayaran elektronik sangat ramah pengguna.
3	Social Influence (SI)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menggunakan pembayaran elektronik karena rekomendasi dan bujukan dari keluarga dan teman. 2. Kelompok referensi tertentu telah mempengaruhi saya untuk menggunakan pembayaran elektronik. 3. Dengan menggunakan pembayaran elektronik menunjukkan bahwa saya mengikuti tren modern di lingkungan sosial.
4	Facilitating Condition (FC)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendapatkan bantuan dari keluarga atau sumber lain ketika mengalami kesulitan dalam menggunakan pembayaran elektronik. 2. Saya memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk menggunakan pembayaran elektronik. 3. Pembayaran elektronik dapat tersambung dengan teknologi lain yang saya gunakan.
5	Government Support (GS)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah menyediakan infrastruktur yang memadai untuk membantu penggunaan pembayaran elektronik. 2. Pemerintah menjamin keamanan bertransaksi menggunakan pembayaran elektronik. 3. Pemerintah telah membuat kebijakan dan peraturan yang mendukung dalam penggunaan pembayaran elektronik.
6	Quality of Internet (QI)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas koneksi internet membantu saya memproses data lebih cepat. 2. Saya dapat dengan mudah mengakses informasi secara online. 3. Kecepatan dan ketersediaan koneksi internet yang memadai.
7	Intention to Adopt (IA)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya bermaksud mulai menggunakan pembayaran elektronik. 2. Saya berencana untuk menggunakan pembayaran elektronik secara rutin untuk ke depannya.

REFERENSI

- Acharya, Vishal, S. O. Junare, and Dharmesh D. Gadhavi. 2019. "E-Payment: Buzz Word or Reality." *International Journal of Recent Technology and Engineering* 8 (3S2). <https://doi.org/10.35940/ijrte.c1076.1083s219>.
- AFPI. n.d. "Sejarah Perkembangan Fintech Di Indonesia." Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia. Accessed October 8, 2024. <https://afpi.or.id/articles/detail/sejarah-perkembangan-fintech-di-indonesia>.
- Aji, Hendy Mustiko, Izra Berakon, and Maizaitulaidawati Md Husin. 2020. "COVID-19 and e-Wallet Usage Intention: A Multigroup Analysis between Indonesia and Malaysia." *Cogent Business and Management* 7 (1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>.
- Alalwan, Ali Abdallah, Yogesh K. Dwivedi, and Nripendra P. Rana. 2017. "Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust." *International Journal of Information Management* 37 (3): 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.01.002>.
- Al-Somali, Sabah Abdullah, Roya Gholami, and Ben Clegg. 2009. "An Investigation into the Acceptance of Online Banking in Saudi Arabia." *Technovation* 29 (2). <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.07.004>.
- Anam, Khoirul. 2022. "Riset InsightAsia: E-Wallet GoPay Paling Banyak Digunakan." *CNBC Indonesia*, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221129173430-37-392232/riset-insightasia-e-wallet-gopay-paling-banyak-digunakan>.
- ASPI. 2023. "Berita Statistik-Sistem Pembayaran Indonesia Triwulan IV."
- Badan Pusat Statistik. 2024. "Jumlah Penduduk Hasil Sensus Penduduk 2020 Menurut Generasi Dan Kabupaten/Kota Di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2020." <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTA1NyMy/jumlah-penduduk-hasil-sensus-penduduk-2020-menurut-generasi-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. 2024. "Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2022-2023." <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTI3MCMMy/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>.
- Bobanto, William S., Arie S. M. Lumenta, and Xaverius Najoan. 2014. "Analisis Kualitas Layanan Jaringan Internet (Studi Kasus PT. Kawanua Internetindo Manado)." *E-Journal Teknik Elektro Dan Komputer*.
- Bölen, Mehmet Cem. 2020. "Exploring the Determinants of Users' Continuance Intention in Smartwatches." *Technology in Society* 60 (February). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101209>.
- BPS. 2023. "Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024." <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun-ribu-jiwa.html>.
- Briliana, Vita, and Wasisto Ruswidiono. 2021. "Why Do Millennials Use E-Wallets? (A Case Study in Jakarta)." Atlantis Press 576.
- Chaffey, Dave, and Fiona Ellis Chadwick. 2020. *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice*. 7th ed. Pearson.
- Chen, Wen Kuo, Erwin Mangatur Siburian, and Chien Wen Chen. 2020. "The Impacts of Facilitating and Inhibiting Factors on Usage Intention of Mobile Payment Services." *International Journal of Applied Science and Engineering* 17 (1): 107–20. [https://doi.org/10.6703/IJASE.202003_17\(1\).107](https://doi.org/10.6703/IJASE.202003_17(1).107).
- Davis, Fred D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of

- Information Technology.” *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13 (3): 319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- DPRD. 2024. “Pengendalian Inflasi, Jangan Anggap Remeh Generasi Z.” DPRD Provinsi DKI Jakarta, 2024. <https://dprd-dkijakartaprov.go.id/pengendalian-inflasi-jangan-anggap-remeh-generasi-z/>.
- Farzin, Milad, Marzieh Sadeghi, Fatemeh Yahyayi Karkeshi, Hedyeh Ruholahpur, and Majid Fattahi. 2021. “Extending UTAUT2 in M-Banking Adoption and Actual Use Behavior: Does WOM Communication Matter?” *Asian Journal of Economics and Banking* 5 (2): 136–57. <https://doi.org/10.1108/ajeb-10-2020-0085>.
- Fornell, Claes, and David F. Larcker. 1981. “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error.” *Journal of Marketing Research* 18 (1): 39–50.
- Ghozali. 2021. *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. 2nd ed. Vol. 3. Universitas Diponegoro Semarang.
- Gopay. 2023. “Google Play Umumkan Aplikasi GoPay Sebagai Best of 2023 App.” Gopay, November 2023. <https://gopay.co.id/blog/google-play-umumkan-aplikasi-gopay-sebagai-best-of-2023-app>.
- Hair Jr, Joseph F. Hair, G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt, Nicholas P. Danks, and Soumya Ray. 2021. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer.
- Hossain, Mohammad Alamgir, and Mohammed Quaddus. 2012. “Expectation–Confirmation Theory in Information System Research: A Review and Analysis.” In. Vol. 1. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6108-2_21.
- Illia, Abdou, and Zhentu Huang. 2015. “A Conceptual Model for Mobile Banking Adoption.” *Academy of Information and Management Sciences* 34 (2).
- Jaiswal, Deepak, Vikrant Kaushal, Ashutosh Mohan, and Park Thaichon. 2022. “Mobile Wallets Adoption: Pre- and Post-Adoption Dynamics of Mobile Wallets Usage.” *Marketing Intelligence and Planning* 40 (5): 573–88. <https://doi.org/10.1108/MIP-12-2021-0466>.
- JaKITA Team. 2025. “Saatnya Anak Muda Bangun Jakarta.” JaKITA, 2025. https://jakita.jakarta.go.id/file/magazine/ind/edisi_1_2025/mobile/index.html#p=9.
- Juani, Rohman. 2022. “Penggunaan Uang Jaminan Lelang Berupa Uang Elektronik Berbasis Server.” Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. December 2022. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15691/Penggunaan-Uang-Jaminan-Lelang-berupa-Uang-Elektronik-Berbasis-Server.html>.
- Kiconco, Rebecca I., Gerrit Rooks, and Chris Snijders. 2020. “Learning Mobile Money in Social Networks: Comparing a Rural and Urban Region in Uganda.” *Computers in Human Behavior* 103 (February):225. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.005>.
- Lingga, Murti Ali, and Bambang P. Jatmiko. 2019. “Ada 37 Uang Elektronik Yang Ada Di Indonesia, Apa Saja?”
- Kompas, March 2019. <https://money.kompas.com/read/2019/03/23/063000326/ada-37-uang-elektronik-yang-ada-di-indonesia-apa-saja>.
- Mahardika, Harryadin, Dominic Thomas, Michael Thomas Ewing, and Arnold Japutra. 2019. “Experience and Facilitating Conditions as Impediments to Consumers’ New Technology Adoption.”
- Mailin, Gepeng Rambe, Abdi Ar-Ridho, and Candra. 2022. “TEORI MEDIA/TEORI DIFUSI INOVASI” 6 (2).
- Mandari, Herman Eliewaha, Yee Lee Chong, and Chung Khain Wye. 2017. “The Influence of Government Support and Awareness on Rural Farmers’ Intention to Adopt Mobile Government Services in Tanzania.” *Journal of Systems and Information Technology* 19 (1–2): 42–64.

- <https://doi.org/10.1108/JSIT-01-2017-0005>.
- Maziriri, Eugene Tafadzwa, Miston Mapuranga, Justice Mushwana, and Nkosivile Welcome Madinga. 2020. "Antecedents That Influence the Intention to Use the Uber Mobile Application: Customer Perspectives in South Africa." *International Journal of Interactive Mobile Technologies* 14 (8): 76–96. <https://doi.org/10.3991/IJIM.V14I08.10632>.
- Michael, Bryane, Nataliya Koroleska, Andy Tai, and David Wai Ho Wong. 2022. "A Critical Look at Using Financial Technology Policy to Promote the Sustainable Development Goals." *Sustainable Development Wiley* 30 (6). <https://doi.org/10.1002/sd.2358>.
- Mohammad, Wily, and Nabilla Ryca Maulidiyah. 2023. "Pengaruh Akses Internet Terhadap Aspek Kualitas Kehidupan Masyarakat Indonesia." *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* 01:30–45.
- Panhwer, Pireh, Adnan Pitafi, Muhammad Saad Memon, and Anum Memon. 2020. "Awareness and Reason towards Slow Adoption of E-Payment System: Study of Hyderabad." *Annals of Contemporary Developments in Management & HR* 2 (1): 6–21. <https://doi.org/10.33166/acdmhr.2020.01.002>.
- Penney, Emmanuel Kofi, James Agyei, Eric Kofi Boadi, Eugene Abrokwah, and Richmond Ofori-Boafo. 2021. "Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust." *SAGE Open* 11 (3). <https://doi.org/10.1177/21582440211023188>.
- PT Gojek Tokopedia Tbk. 2023. "Laporan Tahunan GOTO Tahun 2023."
- Rahayu, Rita. 2022. "Factors That Influence the Behavioural Intention to Use E-Payments in Indonesia." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 6 (1). <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.504>.
- Rahman, Mahfuzur, Izlin Ismail, and Shamshul Bahri. 2020. "Analysing Consumer Adoption of Cashless Payment in Malaysia." *Digital Business* 1 (1). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100004>.
- Sekaran, Uma, and Roger Bougie. 2020. *Research Methods for Business A Skill-Building Approach*. 8th ed. WILEY.
- Suciatiningrum, Dini. 2024. "Pengguna QRIS Di Jakarta Selatan Tertinggi, Capai 569,52 Juta Di 2024." *IDN Times*, 2024. <https://www.idntimes.com/business/economy/dini-suciatiningrum/pengguna-qr-is-di-jakarta-selatan-tertinggi-capai-569-52-juta-di-2024?page=all>.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sunny, Prajod, and Ajimon George. 2018. "Determinants of Behavioral Intention to Use Mobile Wallets - A Conceptual Model." *Journal of Management (JOM)* 5 (5): 52–62.
- Timotius, and Klemens W. Prasastyo. 2020. "Gen Z Switching Behaviour in Indonesia Smartphone Industry." *GATR Journal of Management and Marketing Review* 5 (4): 260–66. [https://doi.org/10.35609/jmmr.2020.5.4\(8\)](https://doi.org/10.35609/jmmr.2020.5.4(8)).
- Trianto, Budi, Nik Hadiyan Nik Azman, and Masrizal Masrizal. 2023. "E-Payment Adoption and Utilization among Micro-Entrepreneurs: A Comparative Analysis between Indonesia and Malaysia." *Journal of Science and Technology*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2022-0207>.
- Upadhyay, Nitin, Shalini Upadhyay, Salma S. Abed, and Yogesh K. Dwivedi. 2022. "Consumer Adoption of Mobile Payment Services during COVID-19: Extending Meta-UTAUT with Perceived Severity and Self-Efficacy." *International Journal of Bank Marketing* 40 (5): 960–91. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0262>.
- Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, and Fred D. Davis. 2003. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 27 (3): 425–78. <https://doi.org/10.2307/30036540>.

- Wulandari, Carla Sheila. 2023. "Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi." BI Institute. March 2023. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>.
- Yap, Chui Peng, and Weng Onn Lee. 2023. "Factors Influencing Continuance Intention to Adopt Online Food Delivery Services Among Millennials During the Covid-19 Pandemic," 47–65. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-99-2_6.