

ADOPSI MOBILE PAYMENT DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL : PADA GENERASI Z

Junta Ardiyanti¹⁾, Dewita Puspawati²⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

E-mail: b200210496@student.ums.ac.id

²¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

E-mail: dp123@ums.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the impact of mobile skillfulness and personal innovation on behavioral intention through perceived usefulness in the use of mobile payment services, and the impact of perceived risk in the use of mobile payment services, with a particular focus on Generation Z (ages 12-27). Data were collected through a questionnaire adapted from the Technology Acceptance Model (TAM), involving 181 Generation Z respondents in Indonesia. The sampling method used was non-probability sampling with snowball sampling technique. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM PLS). The results showed that mobile skillfulness did not have a significant effect on behavioral intention. However, personal innovation, perceived usefulness and perceived risk had a significant effect on behavioral intention. Mobile skillfulness and personal innovation had a significant effect on perceived usefulness. On the other hand, mobile skillfulness and personal innovation significantly influenced behavioral intention through perceived usefulness.

Keywords : Mobile Payment, Generation Z, TAM, Behavioral Intention, SEM PLS

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman pada saat ini membawa banyak perubahan, salah satunya pesatnya perkembangan teknologi dalam industri keuangan. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat menciptakan inovasi dan menghasilkan fitur-fitur yang dapat memberikan kemudahan bagi para penggunanya (Primastuti & Puspawati, 2024). Menurut (Adiatama & Lestari, 2020) *Fintech (Financial Technology)* dikenal sebagai bentuk perkembangan teknologi dan informasi dalam industri keuangan yang dapat begitu cepat mengubah gaya hidup dan kebutuhan masyarakat modern saat ini. *Fintech* memiliki pengaruh dalam gaya hidup masyarakat yang serba praktis (Idris Abas et al., 2022). *Mobile payment* berperan penting dalam mendukung perkembangan industri *Fintech* di Indonesia.

Mobile Payment System yaitu suatu sistem atau jaringan seluler yang dibuat untuk mengimplementasikan transaksi keuangan yang dapat digunakan baik dari satu organisasi ke organisasi lain, dari organisasi ke individu hingga transaksi keuangan antar individu itu sendiri yang dijamin keamanannya dalam melakukan setiap transaksi (Tellez & Zeadally, 2017). *Mobile Payment* sering dikenal dengan nama *m-payment*, *mobile money transfer*, *mobile wallet*, dan *mobile money* (Gosal & Linawati, 2018). Salah satu manfaat *mobile payment* dapat memudahkan transaksi jual beli melalui penggunaan aplikasi *smartphone*, yang memungkinkan seseorang menyelesaikan belanja online dengan cepat dan mudah (Yang et al., 2021).

Kenyataannya tidak setiap pengguna *smartphone* menggunakan *mobile payment*. Masih banyak kalangan konsumen yang belum bisa menerima layanan *mobile payment* (Schierz et al., 2010). Di sisi lain inovasi yang dilakukan oleh penyedia jasa keuangan, terus berjalan secara

drastis, mengubah kebiasaan konsumen dalam pembayaran transaksi secara fisik, ke pembayaran secara *chashless* (Widayani *et al.*, 2023).

Menurut survei pengguna dompet digital tahun 2023, terdapat 5 dompet digital kategori *mobile payment* di Indonesia. Platform yang paling banyak digunakan adalah Gopay, dengan proporsi pengguna 71%. Namun, Gopay bersaing sangat ketat dengan OVO, yang proporsi pengguna mencapai 70%. Sementara, pengguna platform dompet digital lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja proporsinya lebih sedikit. Teknologi finansial seperti *e-wallet* akan terus meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan membuka lebih banyak akses ke beragam aktivitas produktif (Tanjung *et al.*, 2024).

Meskipun perkembangan teknologi ini bertujuan pada kemudahan dan efisiensi dalam transaksi keuangan, hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai keterampilan atau kemampuan untuk menggunakan teknologi tertentu. Selain mengenai keterampilan atau kemampuan menggunakan teknologi, inovasi, kegunaan dan persepsi risiko juga menjadi penting untuk diperhatikan. Keterampilan diri mempengaruhi persepsi pengguna tentang kemudahan dan kegunaan dalam mengoperasikan suatu sistem, perangkat dan teknologi informasi (Fauzi *et al.*, 2017).

Kegunaan yang dirasakan penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja pekerjaan, dan persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha (Jahangir & Begum, 2008). Persepsi kemudahan dan kegunaan yang dirasakan adalah pilar yang menopang niat pengguna untuk mengadopsi suatu sistem (Dah & Hussin, 2021). Selain itu persepsi keamanan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan promosi menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan suatu teknologi (Makmuriyah & Vanni, 2020).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Liébana-Cabanillas *et al.*, 2020) yang berjudul “*Mobile Payment Adoption in the Age of Digital Transformation: The Case of Apple Pay*”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini berfokus pada pengguna seluruh *mobile payment* yang ada di Indonesia khususnya Gen Z. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi *gap* penelitian dari hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin mengetahui lebih dalam dengan melakukan penelitian yang berjudul “Adopsi Mobile Payment di Era Transformasi Digital: Pada Generasi Z”.

TAM (Technology Acceptance Model)

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan model penerapan teknologi yang diadopsi dari model terdahulunya yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975, model ini dapat digunakan untuk melihat tingkat penggunaan responden dalam menerima teknologi informasi. Model TRA ini disusun berdasarkan asumsi dasar bahwa setiap manusia berperilaku dengan sadar dalam mengendalikan diri dan mempertimbangkan penggunaan informasi yang tersedia untuk digunakan dalam kehidupannya (Adiatama & Lestari, 2020).

Dengan adanya dasar teori yang kuat melalui model adopsi TRA, Fred D. Davis kemudian mengembangkan Model TAM pada tahun 1986. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan dua variabel penting yang mempengaruhi sikap pengguna dalam menerima dan menerapkan suatu teknologi informasi (Sinuraya, 2022). Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan sebuah teknologi atau sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang berlebihan. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai suatu

kondisi dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan sebuah teknologi atau sistem tertentu akan lebih meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989) dalam (Sinuraya, 2022).

Model TAM telah dianggap valid untuk digunakan dalam menganalisa adopsi sebuah teknologi informasi. TAM lebih sederhana dalam penerapannya dibandingkan model lain, yang memungkinkan TAM lebih mudah dalam proses pengaplikasiannya. Hal ini serupa dikemukakan (Jogiyanto, 2007) TAM merupakan model penelitian yang berfokus pada perilaku dalam penggunaan sebuah teknologi, yang diimplementasikan untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal untuk diterapkan karena pemakainya tidak membangun niat dalam menggunakan, berlandaskan dengan dasar teori yang kuat dan telah diuji dengan banyak penelitian yang hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.

Mobile Skillfulness, Personal Innovation, dan Perceived Risk

Keterampilan digambarkan sebagai kemampuan menggunakan teknologi melalui pengalaman pribadi dengan teknologi atau melalui pelatihan dalam menggunakan teknologi. Menurut (Kho, 2020) keterampilan dalam menggunakan teknologi yang tinggi menunjukkan profesionalisme penggunaannya, sehingga disadari bahwa teknologi akan mudah digunakan dan menciptakan efisiensi atau produktivitas penggunaannya. *Mobile skillfulness* menjadi salah satu faktor kunci dalam adopsi *mobile payment*.

Seiring dengan perubahan teknologi yang sangat cepat, pengguna teknologi memerlukan perspektif inovasi yang gigih agar dapat terus menerima teknologi. Dalam terminologi teknologi informasi, inovasi digunakan sebagai “keinginan seseorang untuk mencoba teknologi informasi baru” (Saprikis *et al.*, 2018). Inovasi sebagai salah satu faktor telah diintegrasikan dalam banyak studi penerimaan teknologi sebelumnya. Persepsi inovatif terhadap suatu produk atau jasa akan menyebabkan pengguna secara aktif mencari informasi mengenai teknologi, sehingga memiliki pemahaman yang mendalam terhadap teknologi, sehingga menimbulkan persepsi kemudahan penggunaan yang dibawa oleh teknologi tersebut (Kho, 2020).

Perceived risk didefinisikan secara umum sebagai perasaan ketidakpastian tentang kemungkinan adanya konsekuensi negatif dari penggunaan produk atau layanan (Featherman & Pavlou, 2003). Risiko yang dirasakan juga sangat penting dalam berbagai pemodelan penerapan sistem informasi, yang mencerminkan persepsi pengguna tentang ketidakpastian dan konsekuensi buruk dari partisipasi dalam aktivitas, sehingga mengurangi niat mereka untuk menggunakan dan terus menggunakan (Liébana-Cabanillas *et al.*, 2020). Persepsi risiko dibentuk oleh privasi, keamanan dan kepercayaan (Apidana *et al.*, 2020). Di era kejahatan dunia maya yang semakin merajalela, transaksi pembayaran seluler mungkin memiliki risiko kerugian finansial dan data. Oleh karena itu, memahami bagaimana risiko memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan pembayaran seluler menjadi penting.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Mobile Skillfulness* Terhadap *Behavioral Intention To Use* Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

Mobile skillfulness (keterampilan seluler) menjadi salah satu faktor penting yang digunakan sebagai pertimbangan seseorang dalam menentukan keputusan menggunakan layanan *mobile payment*. Keterampilan, atau kapasitas pada penelitian ini dimaksudkan pada penggunaan teknologi tertentu, dicirikan sebagai perpaduan pengalaman, pelatihan, dan pengetahuan individu tentang teknologi tersebut. Semakin tinggi keterampilan seluler yang dimiliki pengguna, maka semakin tinggi pula niat pengguna untuk menggunakan layanan

mobile payment. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Al-Qudah et al., 2024) yang menyatakan bahwa keterampilan seluler (*mobile skillfulness*) adalah variabel yang paling mempengaruhi niat untuk menggunakan *mobile payment*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka dapat hipotesis:

H₁: *Mobile skillfulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* dalam penggunaan layanan *mobile payment*.

Pengaruh *Personal Innovation* Terhadap *Behavioral Intention To Use* Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

Personal innovation didefinisikan sebagai kesediaan individu untuk bereksperimen dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang canggih, yang ditandai sebagai fitur yang tidak terpengaruh oleh faktor lingkungan atau eksternal. Inovasi yang dirasakan berkaitan dengan produk/layanan itu sendiri dan dengan meningkatkan emosi pelanggan, minat dan, selanjutnya, niat untuk menggunakan. Akibatnya, kecenderungan konsumen untuk menggunakan *mobile payment* mungkin dipengaruhi oleh tingkat inovasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoa (2020) yang menyatakan terdapat pengaruh positif inovasi pengguna terhadap niat konsumen untuk menerima *e-wallet* dalam transaksi sehari-hari. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka dibuat hipotesis:

H₂: *Personal innovation* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* dalam penggunaan layanan *mobile payment*.

Pengaruh *Mobile Skillfulness* Terhadap *Perceived Usefulness* Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

Mobile skillfulness menjadi salah satu penentu kegunaan yang dirasakan dalam penggunaan *mobile payment*. Dari sudut pandang ini, manfaat yang dirasakan mengukur bagaimana orang percaya bahwa teknologi tertentu dapat membantu pengguna menjadi lebih produktif. Penilaian positif terhadap keterampilan seluler pengguna menurunkan tingkat kekhawatiran menggunakan *mobile payment*, meningkatkan kenikmatan pembelian/pembayaran seluler, yang akan meningkatkan niat mereka untuk menggunakannya. Hal ini sejalan dengan penelitian Liébana-Cabanillas et al., (2020) yang menyatakan bahwa *mobile skillfulness* terbukti berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dalam penggunaan *mobile payment*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka dibuat hipotesis:

H₃: *Mobile skillfulness* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dalam penggunaan layanan *mobile payment*.

Pengaruh *Personal innovation* Terhadap *Perceived Usefulness* Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

Seiring dengan perubahan teknologi yang sangat cepat, pengguna teknologi memerlukan perspektif inovasi yang gigih agar dapat terus menerima teknologi. Persepsi inovatif terhadap suatu produk atau jasa akan menyebabkan pengguna secara aktif mencari informasi mengenai teknologi, sehingga memiliki pemahaman yang mendalam terhadap teknologi, menimbulkan kegunaan atau manfaat yang dibawa oleh teknologi tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Khoa (2020) yang menyatakan bahwa inovasi pribadi (*personal innovation*) berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) pembayaran *e-wallet* di era transformasi digital. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka dibuat hipotesis:

H₄: *Personal innovation* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dalam penggunaan layanan *mobile payment*.

Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Behavioral Intention To Use* Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

Kegunaan yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan produktivitas. Pengguna dapat terus menggunakan layanan *mobile payment* jika dirasa bermanfaat, meskipun mereka tidak puas dengan penggunaan sebelumnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Permata (2022) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention to use mobile payment*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka dibuat hipotesis:

H₅: *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* dalam penggunaan layanan *mobile payment*.

Pengaruh *Mobile Skillfulness* dan *Personal Innovation* Terhadap *Behavioral Intention To Use* Melalui *Perceived Usefulness* Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

Mobile skillfulness (keterampilan seluler) dan *personal innovation* (inovasi pribadi) menjadi pertimbangan penting bagi pengguna dalam keputusan penggunaan *mobile payment*. Kedua aspek tersebut dapat memicu kegunaan atau manfaat yang dapat dirasakan oleh pengguna *mobile payment*. Semakin tinggi keterampilan seluler dan inovasi pribadi yang dimiliki pengguna *mobile payment*, maka tingkat kegunaan atau manfaat yang dirasakan pengguna juga akan semakin tinggi. Dengan tingkat kegunaan yang dirasakan pengguna mengenai *mobile payment* yang tinggi, maka niat untuk terus mengadopsi atau menggunakan *mobile payment* akan semakin tinggi pula.

Penjelasan diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* mampu memediasi pengaruh *mobile skillfulness* terhadap niat menggunakan *mobile payment*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Khoa (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) mampu memediasi pengaruh inovasi pribadi (*personal innovation*) terhadap penggunaan pembayaran *e-wallet* di era transformasi digital. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka dibuat hipotesis:

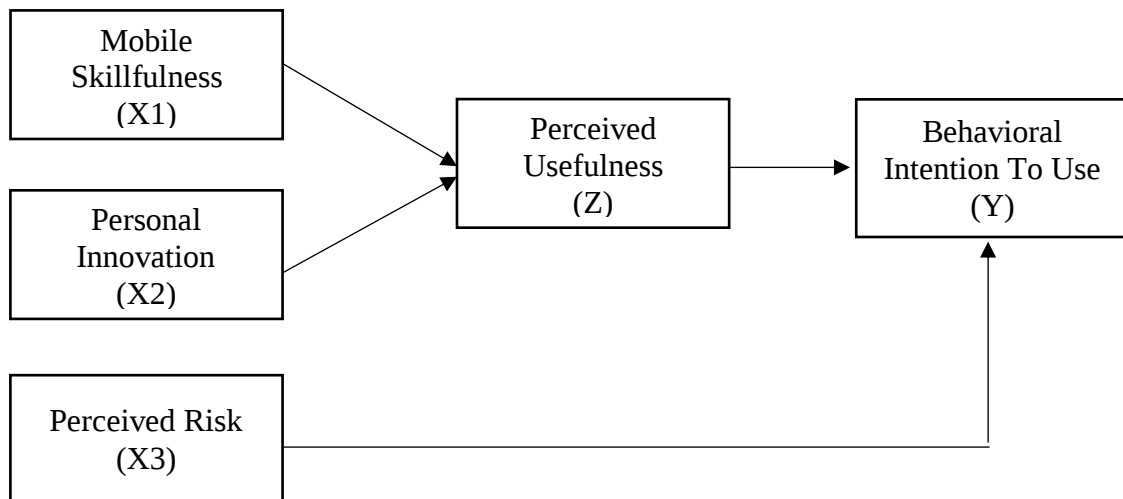
H₆: *Mobile skillfulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* melalui *perceived usefulness* dalam penggunaan layanan *mobile payment*.

H₇: *Personal innovation* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* melalui *perceived usefulness* dalam penggunaan layanan *mobile payment*.

Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap *Behavioral Intention To Use* Dalam Penggunaan Layanan *Mobile Payment*

Risiko keamanan sebagai risiko yang disebabkan oleh kurangnya mekanisme keamanan yang memadai atau kerentanan dalam mekanisme keamanan. karena itu, memahami bagaimana risiko memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan pembayaran seluler menjadi penting. Semakin rendah risiko yang muncul dalam penggunaan *mobile payment* maka semakin tinggi niat seseorang dalam menggunakan layanan *mobile payment*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa ditemukan hubungan yang signifikan antara *perceived risk* dan niat untuk menggunakan layanan *mobile payment*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka dibuat hipotesis:

H₈: *Perceived risk* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* dalam penggunaan layanan *mobile payment*.



Gambar 1. Model Konseptual

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *mobile payment* di Indonesia. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* menggunakan teknik *snowball sampling* dengan sampel generasi Z berusia 12-27 tahun yang menggunakan layanan *mobile payment* di Indonesia. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian sebanyak 181 responden.

Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden secara online melalui google form. Indikator dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian sebelumnya. Indikator *mobile skillfulness* (MS) diadopsi dari penelitian (Lu et al., 2009), indikator *personal innovation* (PI) diadopsi dari penelitian (Ramos-de-Luna et al., 2016), indikator *perceived risk* (PR) diadopsi dari penelitian (Liébana-Cabanillas et al., 2014), indikator *perceived usefulness* (PU) diadopsi dari penelitian (Davis et al., 1989), dan indikator *behavioral intention to use* diadopsi dari penelitian (Venkatesh and Bala, 2008). Dalam penelitian ini pengolahan data dan penarikan kesimpulan menggunakan teknik *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM PLS) dengan menggunakan software Smart PLS. Menurut Damayanti & Pratama (2022) ada tiga tahap analisis yang dilakukan dalam PLS, yaitu analisis outer model, inner model, dan pengujian hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden setelah dilakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Presentasi
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	78	43,1%
Perempuan	103	59,9%
Usia		

12-16	2	1,10%
17-21	98	54,14%
22-27	81	44,75%
Pendapatan Perbulan		
<1.000.000	63	34,8%
>1.000.000-2.000.000	42	23,2%
>2.000.000-3.000.000	21	11,6%
>3.000.000	55	30,4%

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Pengguna layanan mobile payment pada penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 103 orang (56,9%), mayoritas pengguna berusia 17-21 tahun sebanyak 98 orang (54,14%) dengan penghasilan mayoritas pengguna mobile payment sebesar < 1.000.000 sebanyak 63 orang (34,8%).

Analisi Outer Model

Validitas Konvergen

Hasil pengujian validitas konvergen dan nilai outer loading pada penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Mobile Skillfulness (MS)	MS1	0,899	Valid
	MS2	0,872	Valid
	MS3	0,892	Valid
Personal Innovation (PI)	PI1	0,809	Valid
	PI2	0,797	Valid
	PI3	0,876	Valid
	PI4	0,852	Valid
Perceived Risk (PR)	PR1	0,712	Valid
	PR2	0,861	Valid
	PR3	0,928	Valid
	PR4	0,883	Valid
Perceived Usefulness (PU)	PU1	0,882	Valid
	PU2	0,897	Valid
	PU3	0,830	Valid
	PU4	0,890	Valid
Behavioral Intention (BI)	BI1	0,843	Valid
	BI2	0,859	Valid
	BI3	0,913	Valid

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Hasil olah data diatas dinyatakan valid karena nilai *loading factor* $\geq 0,7$ maka dikatakan semua item pernyataan mempunyai validitas yang baik atau dinyatakan valid konvergen.

Validitas Diskriminan

Tabel 3. Hasil Validitas Diskriminan

	Behavioral Intention	Mobile Skillfulness	Perceived Risk	Perceived Usefulness	Personal Inovation
Behavioral Intention	0,872				
Mobile Skillfulness	0,612	0,888			
Perceived Risk	0,629	0,420	0,850		
Perceived Usefulness	0,704	0,787	0,445	0,875	
Personal Inovation	0,613	0,573	0,488	0,590	0,834

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Suatu indikator dikatakan memenuhi uji validitas diskriminan jika nilai *cross loading* > 0,7 menurut Jogiyanto (2011). Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *cross loading* > 0,7, artinya indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid dan memiliki validitas yang baik. Selain nilai *cross loading*, uji validitas diskriminan dilakukan dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada tabel berikut :

Tabel 4. Hasil Valid Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
<i>Mobile Skillfulness (MS)</i>	0,788
<i>Personal Inovation (PI)</i>	0,696
<i>Perceived Risk (PR)</i>	0,723
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0,766
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	0,761

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel *mobile skillfulness*, *personal innovation*, *perceived risk*, *perceived usefulness*, dan *behavioral intention* memiliki nilai AVE > 0,5, sehingga dapat dinyatakan setiap variabel memiliki validitas diskriminan yang baik.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas yang menunjukan nilai composite reliability dan cronbach alpha pada penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability
<i>Mobile Skillfulness (MS)</i>	0,866	0,868
<i>Personal Inovation (PI)</i>	0,854	0,858
<i>Perceived Risk (PR)</i>	0,869	0,893

<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0,898	0,901
<i>Behavioral Intention (BI)</i>	0,842	0,842

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai composite reliability dan cronbach alpha setiap variabel > 0,7, sehingga variabel *mobile skillfulness*, *personal innovation*, *perceived risk*, *perceived usefulness*, dan *behavioral intention* dinyatakan reliabel.

Analisis Inner Model

Selanjutnya uji inner model dapat dilakukan dengan menggunakan nilai *R-Square*. *R-Square* digunakan untuk mengukur variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut nilai *R-square* pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji R-Square

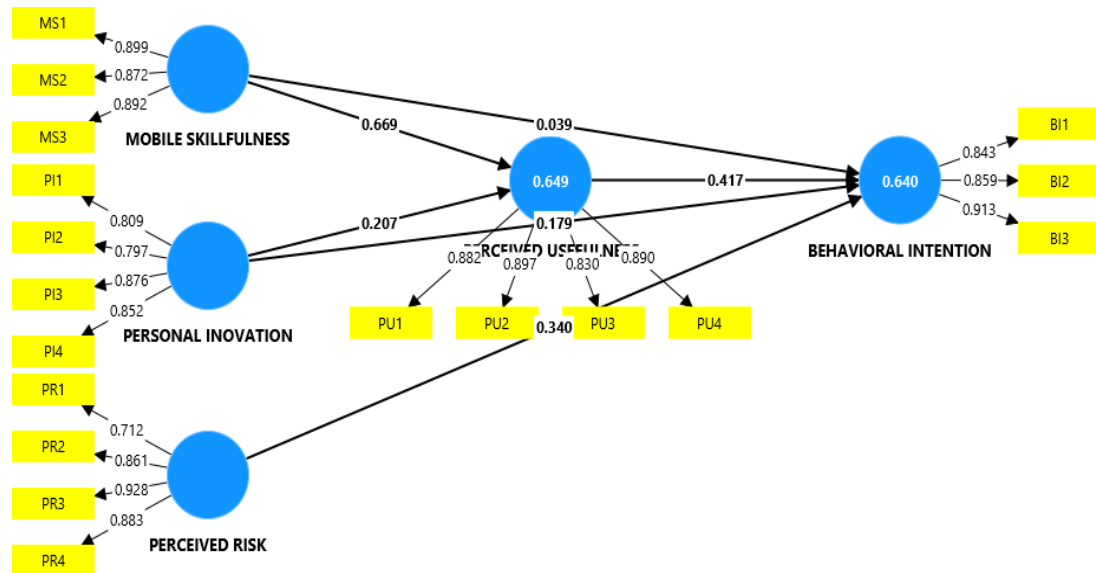
	R-Square	R-Square Adjusted
<i>Behavioral Intention (Y)</i>	0,640	0,632
<i>Perceived Usefulness (Z)</i>	0,649	0,645

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R^2 untuk variabel dependen behavioral intention sebesar 0,632. Hal ini berarti *mobile skillfulness*, *personal innovation*, dan *perceived risk* mempengaruhi *behavioral intention* sebesar 63,2%, sisanya 36,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian. Nilai Adjusted R^2 untuk variabel mediasi *perceived usefulness* sebesar 0,645. Hal ini berarti *mobile skillfulness* dan *personal innovation* mempengaruhi *perceived usefulness* sebesar 64,5%, sisanya 35,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Pengujian Hipotesis

Tahapan terakhir setelah melakukan outer model dan inner model, yaitu pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilihat dari nilai t-statistik dan nilai p-value. Sehingga apabila nilai t-statistik > 1,96 dan nilai p-value < 0,05 maka hipotesis diterima. Berikut adalah *output pls sem* untuk melihat besaran nilai p-value:

**Gambar 2. Model Struktural**

Sumber : Data diolah dengan SmartPLS 4.1.0.8

Tabel 7. Hasil Uji Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
MS > BI	0,039	0,483	0,629	H1 Ditolak
PI > BI	0,179	2,395	0,017	H2 Diterima
MS > PU	0,669	11,133	0,000	H3 Diterima
PI > PU	0,207	3,502	0,000	H4 Diterima
PU > BI	0,417	4,140	0,000	H5 Diterima
PR > BI	0,340	4,800	0,000	H8 Diterima

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hubungan antara *mobile skillfulness* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai signifikansi *p-value* sebesar $0,629 > 0,05$, yang menunjukkan bahwa H_1 ditolak. Lebih lanjut, hubungan antara *personal innovation* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai signifikansi *p-value* $0,017 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_2 diterima. Sejalan dengan hal tersebut, hubungan antara *mobile skillfulness* terhadap *perceived usefulness* memiliki nilai signifikansi *p-value* $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_3 diterima. Hubungan antara *personal innovation* terhadap *perceived usefulness* memiliki nilai signifikansi *p-value* $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_4 diterima. Hubungan antara *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai signifikansi *p-value* $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_5 diterima. Hubungan antara *perceived risk* terhadap *behavioral intention* memiliki nilai signifikansi *p-value* $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_8 diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
PI > PU > BI	0,086	2,686	0,007	H6 Diterima
MS > PU > BI	0,279	3,849	0,000	H7 Diterima

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas hubungan antara personal innovation terhadap behavioral intention melalui perceived usefulness memiliki nilai signifikansi $p\text{-value}$ $0,007 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_6 diterima. Hubungan antara mobile skillfulness terhadap behavioral intention melalui perceived usefulness memiliki nilai signifikansi $p\text{-value}$ $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_7 diterima.

3.1. Pembahasan

Mobile Skillfulness berpengaruh terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *mobile skillfulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Keterampilan dan kemampuan pengguna generasi Z dalam menggunakan perangkat mobile tidak selalu berarti mereka tertarik atau berniat menggunakan mobile payment. Jika lingkungan sekitar tidak banyak menggunakan *mobile payment*, seseorang mungkin enggan menggunakannya, meskipun mereka mahir menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Somali & Felemban (2024) yang menyatakan bahwa *mobile skillfulness* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use mobile payment*.

Personal Innovation berpengaruh terhadap Behavioral Intention

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua menunjukan bahwa *personal innovation* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Inovasi pribadi sebagai kesiapan seseorang untuk menguji teknologi baru. Orang yang lebih inovatif secara pribadi lebih cepat mengadopsi *mobile payment* karena mereka lebih terbuka terhadap perubahan. Akibatnya, kecenderungan konsumen untuk menggunakan *mobile payment* mungkin dipengaruhi oleh tingkat inovasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoa (2020) yang menyatakan terdapat pengaruh positif inovasi pengguna terhadap niat konsumen untuk menerima *e-wallet* dalam transaksi sehari-hari.

Mobile Skillfulness berpengaruh terhadap Perceived Usefulness

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukan bahwa *mobile skillfulness* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*. *Mobile skillfulness* merujuk pada keterampilan dan kepercayaan diri dalam menggunakan perangkat mobile, termasuk mengoperasikan aplikasi digital. Hal ini berhubungan dengan bagaimana mereka memandang efektivitas dan efisiensi dalam menggunakan teknologi. Semakin cepat dan efisien pengguna menyelesaikan transaksi, semakin mereka merasa bahwa teknologi ini bermanfaat dalam meningkatkan produktivitas dan kenyamanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa *mobile skillfulness* terbukti berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* dalam penggunaan *mobile payment*.

Personal Innovation berpengaruh terhadap Perceived Usefulness

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat menunjukan bahwa *personal innovation* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*. Persepsi terhadap inovasi suatu produk atau layanan mendorong pengguna untuk secara aktif mencari informasi tentang teknologi tersebut.

Orang dengan tingkat inovasi pribadi yang tinggi lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi baru tanpa ragu-ragu, sehingga mereka lebih cepat memahami manfaat dari teknologi yang digunakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoa (2020) yang menyatakan bahwa inovasi pribadi (*personal innovation*) berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) pembayaran *e-wallet* di era transformasi digital.

Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan saat menggunakan suatu teknologi, semakin besar niat seseorang untuk menggunakannya kembali di masa depan. Sehingga, jika *mobile payment* dianggap berguna, maka kemungkinan besar pengguna akan mengadopsinya dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hartanti, 2021) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention to use mobile payment*.

Mobile Skillfulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dimediasi *Perceived Usefulness

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa *mobile skillfulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention* melalui *perceived usefulness*. Semakin tinggi keterampilan seluler yang dimiliki pengguna *mobile payment* termasuk mengoperasikan aplikasi digital, maka tingkat kegunaan atau manfaat yang dirasakan pengguna juga akan semakin tinggi sehingga niat untuk mengadopsi atau menggunakan *mobile payment* akan semakin tinggi pula. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* mampu memediasi pengaruh *mobile skillfulness* terhadap niat menggunakan *mobile payment*.

Personal Innovation* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dimediasi *Perceived Usefulness

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa *personal innovation* berpengaruh terhadap *behavioral intention* melalui *perceived usefulness*. Individu yang inovatif lebih cepat mencoba dan mengeksplorasi teknologi baru, sehingga mereka lebih mudah menemukan manfaat dari *mobile payment*. Jika seseorang melihat *mobile payment* sebagai sesuatu yang mempunyai kegunaan atau manfaat, sehingga mendorong niat menggunakannya dalam jangka panjang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoa (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) mampu memediasi pengaruh inovasi pribadi (*personal innovation*) terhadap penggunaan pembayaran *e-wallet* di era transformasi digital.

Perceived Risk* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh terhadap *behavioral intention*. Risiko yang dirasakan merupakan faktor penting dalam adopsi teknologi keuangan. Jika seseorang merasa *mobile payment* memiliki risiko yang rendah (misalnya keamanan data dan minim kegagalan transaksi), mereka akan lebih percaya untuk menggunakannya. Semakin rendah risiko yang muncul dalam penggunaan *mobile payment* maka semakin tinggi niat seseorang dalam menggunakan layanan *mobile payment*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liébana-Cabanillas *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa ditemukan hubungan yang signifikan antara *perceived risk* dan niat untuk menggunakan layanan *mobile payment*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa *mobile skillfulness* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

behavioral intention. Namun, *personal innovation*, *perceived usefulness* dan *perceived risk* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*. *Mobile skillfulness* dan *personal innovation* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*. Di sisi lain *mobile skillfulness* dan *personal innovation* secara signifikan mempengaruhi *behavioral intention* melalui *perceived usefulness*.

Terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan bagi penelitian selanjutnya yaitu perlunya menambahkan generasi lain agar menjadi perbandingan dalam penelitian mengingat fokus pada kebutuhan, preferensi, dan kebiasaan yang berbeda. Selain itu, bisa untuk melakukan penelitian pada fokus tertentu misal fokus pada persepsi keamanan dan privasi data sebagai faktor utama adopsi dan fokus pada satu wilayah tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiatama, M. H., & Lestari, D. T. (2020). Persepsi Milenial Terhadap Layanan Mobile Payment Di Indonesia Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 4190–4205.
- Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., Alqudah, G., & Ghazlat, A. (2024). Mobile payment adoption in the time of the COVID-19 pandemic. *Electronic Commerce Research*, 24(1), 427–451. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09577-1>
- Al-Somali, S. A., Felemban, S., (2024). Toward Behavioral Intention of Mobile Payment: Testing Interference of Individual Characteristics and Grievance Redressal. *Raya International Journal of Business Science*, 3(8).
- Apidana, Y. H., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2020). Model Penerimaan Teknologi Mobile Payment Pada Digital Native Dan Digital Immigrant Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(4). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i4.1542>
- Dah, J., & Hussin, N. (2021). A Conceptual Framework of a Streamlined Extended Technology Acceptance Model for Mobile Application Adoption. *International Journal of Social Science Research*, 9(2), 42. <https://doi.org/10.5296/ijssr.v9i2.18649>
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol 13; 297-311
- Fauzi, A., Ayub, M., Zaini, S. H., Luan, W. S., Marzuki, W., & Jaafar, W. (2017). The Influence of Mobile Self-efficacy, Personal Innovativeness and Readiness towards Students' Attitudes towards the use of Mobile Apps in Learning and Teaching. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7, 364. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v7-i14/3673>
- Gosal, M. A., & Linawati, N. (2018). Prosiding Seminar Nasional Manajemen 3 Dan Call for Papers 2018. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment Terhadap Spending Behavior*, 23, 455–465.
- Hartanti, L. P. S. (2021). Pendekatan Technology Acceptance Model Dalam Analisis

- Penerimaan Teknologi (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Payment). *Buletin Profesi Insinyur*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.20527/bpi.v4i1.91>
- Idris Abas, N., Agustian Wardana, A., & Puspawati, D. (2022). Faktor Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Area Solo Raya. *Dewita Puspawati Manager*, 5(3), 262–269. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER>
- Jahangir, N., & Begum, N. (2008). The role of perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy, and customer attitude to engender customer adaptation in the context of electronic banking. *African Journal of Business Management*, 2(1), 32–40. Retrieved from <http://www.academicjournals.org/AJBM>
- Khoa, B. T. (2020). The role of mobile skillfulness and user innovation toward electronic wallet acceptance in the digital transformation era. *2020 International Conference on Information Technology Systems and Innovation, ICITSI 2020 - Proceedings*, 30–37. <https://doi.org/10.1109/ICITSI50517.2020.9264967>
- Liébana-Cabanillas, F., García-Maroto, I., Muñoz-Leiva, F., & Ramos-de-Luna, I. (2020). Mobile payment adoption in the age of digital transformation: The case of apple pay. *Sustainability (Switzerland)*, 12(13), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su12135443>
- Liébana-Cabanillas, F.; Sánchez-Fernández, J.; Muñoz-Leiva, F. (2014). The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-payment acceptance model in virtual social networks (MPAM-VSN). *Int. J. Inf. Manag.* 151–166
- Lu, H.P.; Su, P.Y.J.(2009). Factors affecting purchase intention on mobile shopping web sites. *Internet Res.* 442–458.
- Makmuriyah, A. N., & Vanni, K. M. (2020). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 5(1), 37–44.
- M. Featherman., & M. Fuller. (2003), "Applying TAM to e- services adoption: the moderating role of perceived risk," in *Proceedings of the 36th Hawaii International Conference on System Sciences*, Big Island, HI, USA, p. 11 pp.: IEEE.
- Primastuti, G. R., & Puspawati, D. (2024). Customer Attitude Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan dalam Penggunaan Digital Wallet. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 614–628.
- Ramos-de-Luna, I.; Montoro-Ríos, F.; Liébana-Cabanillas, F.J. Determinants of the intention to use NFC technology as a payment system: An acceptance model approach. *Inf. Syst. E-Bus. Manag.* 2016, 14.
- Saprikis, V., Markos, A., Zampou, T., & Vlachopoulou, M. (2018). Mobile shopping consumers' behavior: An exploratory study and review. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(1), 71–90. <https://doi.org/10.4067/S0718->

18762018000100105

- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Sinuraya, Y. R. (2022). ABSTRACT THE EFFECT OF SELF-EFFICACY, PERSONAL INNOVATIVENESS, SUBJECTIVE NORM, PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED USEFULNESS TO MOBILE PAYMENT ADAPTION INTENTION (Empirical Study on Brawijaya University Students). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1), 1–31.
- Tanjung, A., Tofel, C., Tobing, L., Ar, N. A., & Pane, S. G. (2024). Analisis Sistem Pembayaran Menggunakan Dompot Digital Payment System Analysis Using Digital Wallet. *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, 7(1).
- Tellez, J., & Zeadally, S. (2017). *Mobile Payment Systems : The Era*.
- Venkatesh, V.; Bala, H. Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decis. Sci.* 2008, 39, 273–315.
- Widayani, A., Rachmawati, I., & Paramita, C. C. P. (2023). Model Perilaku Niat Berkelanjutan Adopsi Mobile Payment UMK di Jawa Timur. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(4), 870. <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i4.1547>
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawir, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>