

Mengukur Relevansi Cashless Society pada Generasi Z

(Measuring the Relevance of a Cashless Society for Generation Z)

Gusi Putu Lestara Permana^{1*}, Ni Kadek Mira Apriani²

Universitas Pendidikan Nasional, Bali, Indonesia^{1,2}

lestarapermana@undiknas.ac.id^{1*}, kadekmiraapriani08@gmail.com²



Riwayat Artikel:

Diterima pada 6 November 2024

Revisi 1 pada 27 Februari 2025

Disetujui pada 26 Maret 2025

Abstract

Purpose: This study aims to evaluate the relevance of a cashless society among Generation Z by employing the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model. The focus is to understand the factors influencing the acceptance and adoption of cashless payment systems within this demographic.

Methodology/approach: The study was conducted in Denpasar City, targeting Generation Z individuals who reside there and have used digital wallet or e-wallet services. The sample size was determined using Hair's formula, resulting in a total of 135 respondents.

Results/findings: The findings suggest that the UTAUT model, particularly factors such as Behavioral Intention, Habit, and Social Influence, significantly affects the adoption of cashless payment methods. This indicates that user intention and habitual behavior are key drivers in embracing this technology.

Conclusions: On the other hand, variables such as Awareness, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Perceived Security, and Performance Expectancy did not show a significant influence on users' behavioral intentions. This implies that, in the context of cashless payment adoption, social factors and habits are more influential than security concerns or performance expectations.

Limitations: The study is limited to Generation Z, whereas cashless technology adoption is also growing among Millennials and Baby Boomers.

Contribution: This study contributes to behavioral science, especially in the area of financial technology, and provides insights into the practical application of the UTAUT model.

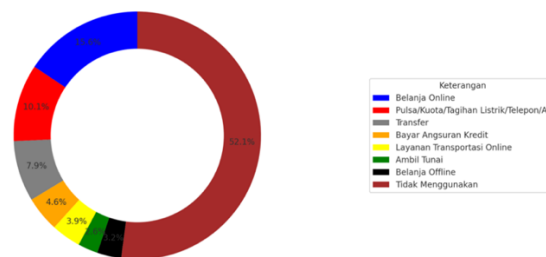
Keywords: *Cashless Society, E-Wallet, Generation Z, UTAUT.*

How to Cite: Permana, G, P, L., Apriani, N, K, M. (2025). Mengukur Relevansi Cashless Society pada Generasi Z. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*. 6(3), 713-726.

1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis di Indonesia ditandai dengan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi yang menuntut perusahaan untuk selalu mengikuti perkembangan zaman (Sukamdani, 2023). Globalisasi berdampak pada berbagai aspek kehidupan, terutama di era revolusi industri, dengan teknologi memainkan peran penting dalam mempercepat interaksi dan transaksi (Ajah, 2025). Era revolusi industri 4.0 membawa kemajuan teknologi digital yang semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi dan layanan digital. Perubahan pesat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah cara individu berinteraksi dengan informasi serta memanfaatkan layanan digital. Inovasi teknologi dalam globalisasi tidak hanya mempermudah komunikasi tetapi juga mempercepat akses informasi. Salah satu inovasi penting dalam perkembangan teknologi di Indonesia adalah *Financial Technology* (FinTech), terutama dalam sektor perbankan yang dikenal sebagai *Branchless Banking*. Teknologi ini mendukung transaksi keuangan yang lebih efisien dan cepat, meskipun tetap perlu diwaspadai dampak negatif dari penyalahgunaannya (Ajah, 2025).

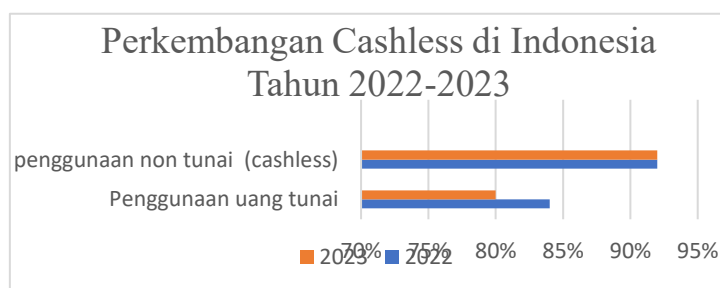
Salah satu produk FinTech yang berkembang pesat adalah dompet digital atau e-wallet. Menurut (Kraiwanit et al., 2024), Dompet digital atau e-wallet merupakan aplikasi perangkat lunak atau platform yang digunakan untuk menyimpan dan mengelola informasi pembayaran dengan aman. E-wallet berbeda dengan metode pembayaran tradisional karena tidak perlu menggunakan uang tunai atau kartu fisik untuk melakukan transaksi. Sebaliknya, e-wallet menggunakan token digital untuk memfasilitasi pembayaran, yang dapat di akses melalui perangkat seluler, komputer dan perangkat internet lainnya. Penggunaan dompet elektronik membantu mengurangi ketergantungan pada uang tunai dan meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi dan mengelola keuangan. Melalui aplikasi e-wallet yang diunduh dan dipasang di perangkat digital, pengguna dapat mengakses serta mengatur saldo atau dana yang tersimpan dalam dompet digital. Transaksi dilakukan dengan memasukkan informasi yang dibutuhkan, seperti jumlah uang yang akan ditransfer atau dibayarkan, nomor penerima atau merchant, serta konfirmasi keamanan, misalnya dengan kata sandi atau sidik jari.



Gambar 1. Aktivitas transaksi keuangan digital menggunakan *e-wallet*
 Sumber: Survey Konsumen, 2023

Dari hasil survey konsumen pada tahun 2023, bahwa banyak masyarakat memanfaatkan penggunaan transaksi keuangan digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Aktivitas transaksi keuangan digital yang menggunakan *e-wallet* mayoritas didominasi oleh aktivitas belanja online sebesar 20,30% diluar yang tidak menggunakan keuangan digital untuk bertransaksi (Razak, 2022). Gambar 1 menunjukkan bahwa perilaku konsumen di Indonesia telah mengalami banyak perubahan, terutama dalam hal minat terhadap penggunaan e-wallet untuk transaksi. Hal ini mendorong pergeseran persepsi dan perilaku konsumen dari aktivitas offline ke online. Meningkatnya jumlah sistem pembayaran elektronik atau e-wallet memicu konsumen untuk beralih dari pembayaran tunai ke metode non-tunai.

Pemanfaatan teknologi pembayaran digital atau *e-wallet* mempengaruhi pola hidup masyarakat yang lebih menggemari pembayaran non tunai. Metode pembayaran non tunai ini pun kemudian dapat membentuk pola hidup yang baru di masyarakat, sebagai masyarakat non tunai yang biasa disebut dengan *cashless society* (Karuniawan et al., 2020). Menurut (Ompusunggu & Poniman, 2024), *Cashless Society* merupakan suatu tatanan baru dalam masyarakat di mana uang tidak lagi dipandang sebagai objek fisik, seperti uang kertas atau koin, melainkan diambil alih oleh sistem uang elektronik sebagai media untuk melakukan transaksi. Konsep ini berakar dari kenyataan bahwa pemakaian uang tunai dalam transaksi menimbulkan biaya yang relatif tinggi, terutama dalam hal penerbitan, sirkulasi, distribusi, pemeliharaan, serta penggantian uang yang mengalami kerusakan atau sudah tidak layak.



Gambar 2. Perkembangan *Cashless* di Indonesia Tahun 2022-2023
 Sumber: <http://www.visa.co.id> (Data diolah,2024)

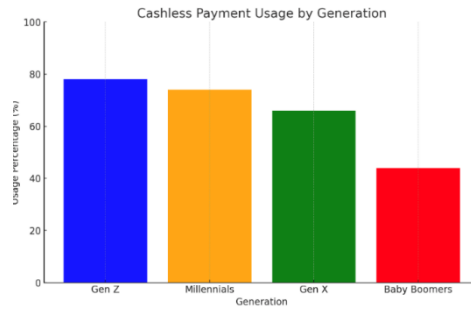
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi ekonomi, salah satunya adalah dalam hal metode pembayaran. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan signifikan dalam penggunaan metode pembayaran non-tunai di berbagai kalangan masyarakat (Hidayatulloh et al., 2024). Hal ini mencerminkan adanya pergeseran perilaku konsumen yang semakin terbiasa dengan penggunaan teknologi digital, yang didorong oleh kemudahan, kecepatan, dan keamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran non-tunai (Ilhami & Damayanti, 2024). Transisi menuju pembayaran digital ini tidak hanya menunjukkan kemajuan dalam teknologi, tetapi juga memunculkan implikasi penting dalam konteks ekonomi digital di Indonesia. Peningkatan adopsi pembayaran non-tunai di Indonesia sebagian besar didorong oleh beragam pilihan metode pembayaran digital yang tersedia bagi masyarakat, seperti dompet digital, QR Code, dan mobile banking (Zanra & Sufnirayanti, 2024). Keberagaman pilihan ini memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk memilih metode yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, baik dalam transaksi skala kecil maupun besar (Oktaria & Hermansyah, 2023). Selain itu, sektor perbankan dan penyedia layanan *financial technology* terus melakukan inovasi untuk memperluas jangkauan layanan mereka, termasuk melalui program insentif dan diskon yang menarik bagi pengguna. Hal ini memperkuat dinamika adopsi teknologi pembayaran digital di kalangan masyarakat (G. A. Putri et al., 2023).

Generasi Z memiliki relevansi yang sangat kuat terhadap perkembangan *cashless society* atau masyarakat tanpa uang tunai. Sebagai generasi yang lahir di era digital, mereka tumbuh dengan teknologi yang mendukung transaksi nontunai, seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan pembayaran digital lainnya. Kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi menjadi faktor utama yang membuat Generasi Z lebih memilih metode pembayaran *cashless* dibandingkan uang tunai (N. A. Putri & Bharata, 2025). Selain itu, kebiasaan mereka dalam menggunakan teknologi, seperti *smartphone* dan aplikasi keuangan, semakin mempercepat adopsi sistem pembayaran digital di berbagai aspek kehidupan, mulai dari belanja online hingga pembayaran transportasi dan tagihan sehari-hari (Scontti, 2022).

Selain faktor kemudahan, Generasi Z juga memiliki pola konsumsi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka lebih cenderung berbelanja secara online dan memanfaatkan layanan digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan banyaknya platform e-commerce, fintech, dan layanan digital yang mendukung transaksi tanpa uang tunai, Generasi Z semakin terbiasa dengan sistem pembayaran yang lebih praktis dan aman. Selain itu, kesadaran mereka terhadap keamanan finansial juga meningkat, karena metode *cashless* sering kali menawarkan fitur keamanan seperti autentikasi dua faktor dan pelacakan transaksi secara real-time yang membantu mereka dalam mengelola keuangan dengan lebih baik (Windasari et al., 2022).

Relevansi Generasi Z terhadap *cashless society* juga terlihat dari bagaimana mereka berperan dalam mendorong transformasi digital dalam sistem keuangan. Mereka tidak hanya sebagai pengguna aktif, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mendukung inovasi dalam dunia keuangan digital. Adopsi pembayaran *cashless* oleh Generasi Z memberikan dampak positif bagi industri keuangan, mendorong perbankan dan perusahaan fintech untuk terus mengembangkan layanan yang lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan semakin banyaknya transaksi nontunai yang dilakukan oleh Generasi Z, ekosistem *cashless society* akan terus berkembang dan semakin diterima oleh masyarakat luas (Huang et al., 2024).

Meningkatnya penggunaan pembayaran non-tunai dalam transaksi digital menunjukkan bahwa masyarakat secara umum mulai beralih dari metode tunai ke transaksi digital. Namun, saat ini, penggunaan transaksi non-tunai di Indonesia didominasi oleh generasi Z, yang telah terbiasa berbelanja dan bertransaksi tanpa uang tunai (Indriyani & Sartika, 2022). Generasi Z, yang merupakan kelompok yang akrab dengan teknologi dan tumbuh di zaman Internet of Things, cenderung lebih cepat beradaptasi dengan budaya-budaya baru, termasuk metode pembayaran yang tidak menggunakan uang tunai. Hal ini tentunya sejalan dengan karakteristik generasi Z yang menginginkan segala sesuatu dilakukan dengan cara yang praktis dan melalui perangkat gadget (Ompusunggu & Poniman, 2024).



Gambar 3. *Cashless Payment Usage by Generation*
 Sumber: Global Payment (Data Diolah 2024)

Berikut adalah grafik yang menunjukkan persentase penggunaan pembayaran non-tunai oleh berbagai generasi. Gen Z (78%) memiliki tingkat penggunaan pembayaran non-tunai tertinggi, menunjukkan adaptasi yang kuat terhadap teknologi dan inovasi dalam metode pembayaran. Millennials (74%) juga memiliki tingkat adopsi yang tinggi, hanya sedikit lebih rendah dibandingkan Gen Z. Penggunaan pembayaran non-tunai oleh Gen X (66%) cukup signifikan, meskipun lebih rendah dibandingkan Gen Z dan Millennials. Baby Boomers (44%) memiliki tingkat adopsi terendah, tetapi tetap menunjukkan penggunaan yang signifikan terhadap pembayaran non-tunai. Grafik ini mengilustrasikan bahwa generasi muda, khususnya Gen Z, lebih cepat mengadopsi metode pembayaran digital dibandingkan generasi yang lebih tua (Bhuiyan et al., 2024).

Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Namahoot & Jantasri, 2023) berjudul "*Integration of UTAUT Model in Thailand Cashless Payment System Adoption: The Mediating Role of Perceived Risk and Trust.*" Penelitian ini berfokus pada pengembangan teori UTAUT dengan mengeksplorasi beberapa dimensi, seperti pengaruh sosial, ekspektasi usaha, dan kinerja yang diharapkan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen di Thailand mengadopsi inovasi teknologi keuangan karena ekspektasi usaha dapat mengurangi risiko yang dirasakan dan meningkatkan kepercayaan terhadap sistem non-tunai di negara tersebut. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Rahadi et al., 2022) berjudul "*Towards a Cashless Society: Use of Electronic Payment Devices Among Generation Z*" menganalisis hubungan antara niat untuk melanjutkan penggunaan pembayaran elektronik. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi yang mendukung serta pengaruh sosial memiliki kontribusi signifikan terhadap penggunaan pembayaran elektronik, yang saat ini telah menjadi metode pembayaran yang umum untuk transaksi daring.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini mengadopsi model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) sebagai model penerimaan pengguna yang berpengaruh dan sering digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi, terutama dalam konteks konsumen. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Mohd Thas Thaker et al., 2023).

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Model the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah sebuah kerangka kerja yang menyeluruh yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. tahun 2003. Model ini berakar pada teori sosial kognitif dan menggabungkan delapan model penelitian utama yang relevan dengan penerimaan teknologi informasi (Williams et al., 2015). Model UTAUT mengemukakan bahwa niat untuk bertindak (*behavioral intention*) dan perilaku penggunaan teknologi (*use behavior*) dipengaruhi oleh empat faktor utama: ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating conditions*). Selain itu, keempat faktor tersebut juga dipengaruhi oleh variabel moderator, seperti jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*), dan tingkat kesukarelaan dalam penggunaan (*voluntariness of use*) (Abushanab & Pearson, 2017).

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. Dalam kaitannya dengan kerangka pemikiran yang diattach, model UTAUT mencakup komponen seperti *Performance Expectancy* (PE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Conditions* (FC), dan *Behavioral Intentions* (BI), yang semuanya berperan penting dalam mendorong adopsi teknologi cashless. PE menggambarkan ekspektasi pengguna bahwa penggunaan teknologi cashless akan meningkatkan efisiensi dan kinerja transaksi mereka. SI menunjukkan pengaruh sosial dari teman, keluarga, atau rekan kerja yang mendorong individu untuk menggunakan teknologi baru tersebut. FC mencakup infrastruktur dan dukungan teknis yang memadai yang membantu individu dalam mengadopsi teknologi cashless. BI, sebagai niat individu untuk menggunakan teknologi, dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Selain itu, kerangka pemikiran ini juga menambahkan faktor-faktor tambahan seperti *Hedonic Motivation* (HM), *Awareness*, *Perceived Security* (PS), dan *Habit* (HB). HM menyoroti kesenangan atau kepuasan yang diperoleh dari penggunaan teknologi, sedangkan *Awareness* menekankan tingkat kesadaran individu terhadap teknologi dan manfaatnya. PS menunjukkan keyakinan individu bahwa teknologi tersebut aman digunakan, dan HB menggambarkan kebiasaan dalam penggunaan teknologi yang dapat mempengaruhi niat dan penggunaan berkelanjutan. Dengan menggabungkan faktor-faktor ini, model yang diperluas memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang penerimaan dan penggunaan teknologi cashless, membantu peneliti dan praktisi merancang strategi yang lebih efektif untuk mendorong adopsi teknologi baru (Rahman et al., 2020).

Model UTAUT menunjukkan bahwa niat untuk berperilaku (*behavioral intention*) dan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi (*use behavior*) dipengaruhi oleh harapan akan kinerja (*performance expectancy*), harapan akan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*). Keempat Faktor tersebut dimoderasi oleh faktor jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*) dan kesukarelaan menggunakan (*voluntariness of use*).

Performance Expectancy (Ekspektasi Kinerja) Keyakinan individu bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja mereka dalam tugas tertentu, *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) Tingkat kemudahan yang dirasakan individu dalam menggunakan teknologi tersebut, *Social Influence* (Pengaruh Sosial) Derajat sejauh mana individu merasakan bahwa orang lain yang penting bagi mereka percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi baru tersebut. *Facilitating Conditions* (Kondisi Fasilitasi) Keyakinan individu bahwa ada infrastruktur organisasi dan teknis yang mendukung penggunaan teknologi tersebut.

2.2 Konsep Cashless Society

Cashless society adalah istilah yang menggambarkan suatu komunitas yang melakukan transaksi tanpa memanfaatkan uang tunai, melainkan melalui transfer informasi keuangan secara digital. Dalam aktivitas transaksi sehari-hari, individu tidak lagi menggunakan uang fisik, tetapi beralih ke bentuk uang digital (Adiani et al., 2021).

Cashless society adalah istilah yang digunakan oleh Bank Indonesia (BI) untuk menggambarkan situasi di mana masyarakat melakukan transaksi tanpa mengandalkan uang tunai. Konsep ini mengacu pada sistem ekonomi yang memfasilitasi transaksi keuangan dalam bentuk elektronik, alih-alih menggunakan uang tunai. Salah satu faktor yang mendasari berkembangnya konsep cashless society adalah kemajuan pesat dalam sektor teknologi informasi dan komunikasi. Inovasi dalam pengembangan aplikasi pembayaran digital, sistem perbankan online, dan infrastruktur yang mendukung transaksi elektronik telah menciptakan lingkungan yang memudahkan masyarakat untuk bertransaksi tanpa menggunakan uang tunai. Di Indonesia, misalnya, semakin banyaknya platform pembayaran digital yang memudahkan konsumen untuk melakukan berbagai jenis transaksi mulai dari belanja online hingga pembayaran tagihan, semakin mempercepat proses pergeseran ke masyarakat tanpa uang tunai. Teknologi ini memungkinkan transaksi menjadi lebih praktis, cepat, dan aman (Mohd Thas Thaker et al., 2023).

Dalam cashless society, tidak hanya konsumen yang diuntungkan, tetapi juga pelaku usaha. Pedagang dan penyedia layanan kini dapat menikmati berbagai keuntungan, seperti proses transaksi yang lebih

cepat, biaya administrasi yang lebih rendah, dan pengurangan risiko terkait dengan penyimpanan uang tunai. Selain itu, pembayaran digital yang dilakukan secara otomatis juga mempermudah pencatatan transaksi, sehingga meminimalisir potensi kesalahan dalam proses akuntansi. Di sisi lain, pelaku usaha juga dapat memperluas jangkauan pasar dengan menyediakan berbagai opsi pembayaran yang lebih inklusif, yang dapat menjangkau lebih banyak konsumen yang lebih memilih transaksi tanpa uang tunai.

2.3 Generasi Z

Generasi merujuk pada kelompok individu yang mengidentifikasi diri mereka berdasarkan kesamaan dalam tahun kelahiran, usia, lokasi, dan peristiwa penting dalam hidup yang memiliki dampak signifikan pada tahap perkembangan mereka (Hussain et al., 2024). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 saat ini berusia antara 12 hingga 27 tahun. Generasi ini sering disebut sebagai generasi internet atau generasi digital. Gen Z, yang dikenal sebagai penduduk asli era digital, lahir pada saat teknologi digital berkembang pesat, termasuk penggunaan Personal Computer (PC), ponsel, perangkat permainan, dan internet. Salah satu ciri utama Gen Z adalah tingkat pemahaman teknologi yang tinggi, karena mereka telah terpapar pada smartphone sejak lahir (Albastaki, 2024).

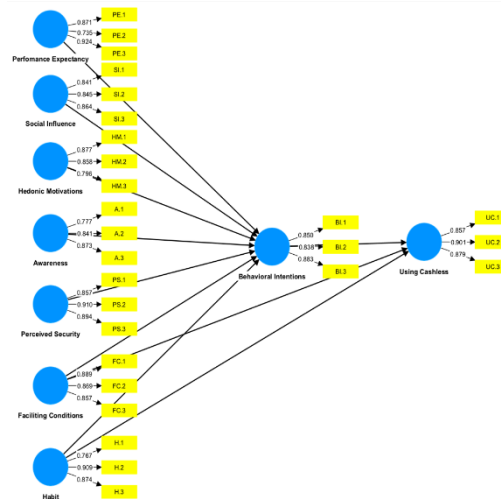
3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dengan fokus pada Generasi Z, yang berjumlah sekitar 228.300 individu berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Peneliti memilih Generasi Z yang tinggal di Kota Denpasar dan telah menggunakan layanan dompet digital atau e-wallet, dengan kriteria telah melakukan minimal satu transaksi cashless. Sampel penelitian diambil menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling, dan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Hair, menghasilkan total 135 responden. Rumus hair digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menentukan jumlah sampel yang optimal dalam analisis statistik, terutama dalam analisis regresi dan SEM (Structural Equation Modeling). Data yang digunakan bersifat kuantitatif, dengan sumber data primer yang diperoleh melalui kuesioner menggunakan skala Likert. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dilaksanakan melalui validitas konvergen dan diskriminan, serta reliabilitas yang diukur menggunakan Cronbach's alpha dan composite reliability (Sugiyono, 2022). Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS, smartPLS dipilih karena membutuhkan prediksi yang kuat dan menggunakan sampel kecil dan data tidak terdistribusi normal. Analisis dalam penelitian ini yang mencakup analisis model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model), serta evaluasi menggunakan R-square dan t-values untuk menilai signifikansi antar variabel.

4. Hasil dan Pembahasan

Studi ini melibatkan 135 responden yang merupakan pengguna aktif metode pembayaran tanpa uang tunai. Proses penyebaran kuesioner dilakukan selama 26 hari, dari tanggal 14 September 2024 hingga 9 Oktober 2024. Dari total responden, 25,2% adalah pria dan 74,8% adalah wanita, sementara sebagian besar responden berusia antara 21 hingga 27 tahun, mencapai 89,6%. Berdasarkan domisili, responden tersebar di Denpasar Selatan (37.0%), Denpasar Barat (30.4%), Denpasar Timur (19.3%), dan Denpasar Utara (13.3%). Sebagian besar responden (45.9%) telah menggunakan metode cashless lebih dari 10 kali. Hasil ini menunjukkan bahwa cashless sudah menjadi bagian penting dari transaksi di kalangan Generasi Z.

4.1 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)



Gambar 4. *Outer Model*
Sumber : Pengolahan software PLS

4.2 Validitas Konvergen

Berikut ini adalah pengolahan data berdasarkan variabel dengan jumlah 27 pernyataan

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen

| Variabel | Indikator | Loading Factor | Rule of Thumb | Kesimpulan |
|-------------------------------------|-----------|----------------|---------------|------------|
| Performance Expectancy (PE) | PE.1 | 0.871 | > 0.700 | Valid |
| | PE.2 | 0.735 | > 0.700 | Valid |
| | PE.3 | 0.924 | > 0.700 | Valid |
| Using Cashless (UC) | UC.1 | 0.857 | > 0.700 | Valid |
| | UC.2 | 0.901 | > 0.700 | Valid |
| | UC.3 | 0.879 | > 0.700 | Valid |
| Perceived Security (PS) | PS.1 | 0.857 | > 0.700 | Valid |
| | PS.2 | 0.910 | > 0.700 | Valid |
| | PS.3 | 0.894 | > 0.700 | Valid |
| Facilitating Conditions (FC) | FC.1 | 0.889 | > 0.700 | Valid |
| | FC.2 | 0.869 | > 0.700 | Valid |
| | FC.3 | 0.857 | > 0.700 | Valid |
| Hedonic Motivation (HM) | HM.1 | 0.877 | > 0.700 | Valid |
| | HM.2 | 0.858 | > 0.700 | Valid |
| | HM.3 | 0.796 | > 0.700 | Valid |
| Social Influence (SI) | SI.1 | 0.841 | > 0.700 | Valid |
| | SI.2 | 0.845 | > 0.700 | Valid |
| | SI.3 | 0.864 | > 0.700 | Valid |
| Behavioral Intentions (BI) | BI.1 | 0.850 | > 0.700 | Valid |
| | BI.2 | 0.838 | > 0.700 | Valid |
| | BI.3 | 0.883 | > 0.700 | Valid |
| Awareness (AW) | AW.1 | 0.777 | > 0.700 | Valid |
| | AW.2 | 0.841 | > 0.700 | Valid |
| | AW.3 | 0.873 | > 0.700 | Valid |
| Habit (HB) | HB.1 | 0.767 | > 0.700 | Valid |
| | HB.2 | 0.909 | > 0.700 | Valid |
| | HB.3 | 0.874 | > 0.700 | Valid |

Sumber: Data Diolah (2024)

Validitas konvergen merupakan salah satu aspek penting dalam mengukur keandalan dan ketepatan instrumen penelitian, yang mencerminkan sejauh mana item atau indikator dalam instrumen tersebut dapat menggambarkan konstruk atau konsep yang diukur. Dalam hal ini, validitas konvergen ditentukan berdasarkan hubungan antara skor item atau instrumen dengan skor konstruk yang diwakilinya, yang diukur melalui faktor loading. Menurut Sugiyono (2022), sebuah instrumen dapat dianggap memiliki validitas konvergen yang baik jika nilai faktor loading setiap item lebih besar dari 0,7. Nilai ini menjadi ambang batas yang menunjukkan bahwa item tersebut memiliki kontribusi yang signifikan dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

Dalam penelitian ini, berdasarkan analisis yang dilakukan, seluruh instrumen yang digunakan memenuhi kriteria validitas konvergen yang telah ditetapkan. Hal ini tercermin dari nilai faktor loading yang lebih besar dari 0,7 untuk setiap item dalam instrumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dianggap valid untuk mengukur konstruk yang dimaksud, karena setiap item dalam instrumen memiliki keterkaitan yang kuat dengan konstruk yang diukur, sehingga data yang diperoleh dapat dianggap representatif dan reliabel.

4.3 Validitas Diskriminan

Penilaian terhadap validitas diskriminan telah menjadi suatu standar yang diterima luas dalam analisis hubungan antar variabel laten. Discriminant validity mengacu pada sejauh mana indikator-indikator dalam instrumen mampu membedakan pengukuran konstruk yang berbeda. Untuk menguji validitas diskriminan, salah satu metode yang digunakan adalah pemeriksaan *Cross Loading*, yaitu membandingkan koefisien korelasi antara indikator dengan konstruk yang terkait (*cross loading*) dengan koefisien korelasi indikator terhadap konstruk lain. Agar sebuah konstruk dianggap valid, nilai korelasi indikator terhadap konstruk yang relevan harus lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator terhadap konstruk lainnya. Nilai yang lebih tinggi ini menunjukkan bahwa indikator tersebut lebih tepat dalam menjelaskan konstruk asosiasinya, dibandingkan dengan konstruk lain yang tidak terkait.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Diskriminan

| | Awareness | Behavioral Intentions | Facilitating Conditions | Habit | Hedonic Motivations | Perceived Security | Performance Expectancy | Social Influence | Using Cashless |
|------|--------------|-----------------------|-------------------------|--------------|---------------------|--------------------|------------------------|------------------|----------------|
| A.1 | 0.777 | 0.308 | 0.463 | 0.308 | 0.318 | 0.345 | 0.252 | 0.251 | 0.158 |
| A.2 | 0.841 | 0.359 | 0.491 | 0.354 | 0.389 | 0.373 | 0.352 | 0.122 | 0.260 |
| A.3 | 0.873 | 0.508 | 0.541 | 0.417 | 0.599 | 0.566 | 0.531 | 0.324 | 0.356 |
| BI.1 | 0.358 | 0.850 | 0.394 | 0.705 | 0.502 | 0.378 | 0.555 | 0.447 | 0.504 |
| BI.2 | 0.493 | 0.838 | 0.510 | 0.554 | 0.571 | 0.564 | 0.523 | 0.450 | 0.429 |
| BI.3 | 0.407 | 0.883 | 0.536 | 0.699 | 0.554 | 0.444 | 0.642 | 0.443 | 0.580 |
| FC.1 | 0.581 | 0.550 | 0.889 | 0.543 | 0.554 | 0.496 | 0.565 | 0.314 | 0.434 |
| FC.2 | 0.467 | 0.483 | 0.869 | 0.424 | 0.530 | 0.452 | 0.494 | 0.142 | 0.302 |
| FC.3 | 0.518 | 0.421 | 0.857 | 0.484 | 0.444 | 0.536 | 0.465 | 0.254 | 0.294 |
| H.1 | 0.411 | 0.545 | 0.647 | 0.767 | 0.461 | 0.482 | 0.522 | 0.238 | 0.441 |
| H.2 | 0.332 | 0.708 | 0.422 | 0.909 | 0.492 | 0.467 | 0.590 | 0.427 | 0.559 |
| H.3 | 0.397 | 0.679 | 0.403 | 0.874 | 0.547 | 0.330 | 0.619 | 0.421 | 0.573 |
| HM.1 | 0.418 | 0.609 | 0.496 | 0.579 | 0.877 | 0.528 | 0.575 | 0.443 | 0.497 |
| HM.2 | 0.478 | 0.529 | 0.455 | 0.488 | 0.858 | 0.437 | 0.592 | 0.374 | 0.330 |
| HM.3 | 0.520 | 0.450 | 0.556 | 0.400 | 0.796 | 0.460 | 0.525 | 0.366 | 0.316 |
| PE.1 | 0.398 | 0.622 | 0.500 | 0.633 | 0.573 | 0.456 | 0.871 | 0.496 | 0.467 |
| PE.2 | 0.408 | 0.420 | 0.428 | 0.472 | 0.447 | 0.308 | 0.735 | 0.159 | 0.395 |
| PE.3 | 0.429 | 0.631 | 0.557 | 0.604 | 0.655 | 0.509 | 0.924 | 0.452 | 0.449 |
| PS.1 | 0.547 | 0.476 | 0.594 | 0.424 | 0.518 | 0.857 | 0.432 | 0.223 | 0.371 |

| | | | | | | | | | |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------|-------|--------------|--------------|
| PS.2 | 0.464 | 0.455 | 0.417 | 0.417 | 0.443 | 0.910 | 0.407 | 0.355 | 0.358 |
| PS.3 | 0.417 | 0.501 | 0.488 | 0.466 | 0.534 | 0.894 | 0.518 | 0.334 | 0.430 |
| SI.1 | 0.255 | 0.396 | 0.135 | 0.287 | 0.353 | 0.289 | 0.326 | 0.841 | 0.202 |
| SI.2 | 0.344 | 0.471 | 0.359 | 0.406 | 0.437 | 0.284 | 0.415 | 0.845 | 0.277 |
| SI.3 | 0.138 | 0.454 | 0.195 | 0.402 | 0.401 | 0.302 | 0.425 | 0.864 | 0.546 |
| UC.1 | 0.211 | 0.571 | 0.288 | 0.682 | 0.318 | 0.265 | 0.505 | 0.472 | 0.857 |
| UC.2 | 0.349 | 0.533 | 0.442 | 0.499 | 0.476 | 0.382 | 0.421 | 0.273 | 0.901 |
| UC.3 | 0.317 | 0.428 | 0.333 | 0.414 | 0.433 | 0.548 | 0.423 | 0.310 | 0.879 |

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai loading untuk setiap item indikator terhadap konstruk yang relevan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai cross loading. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk atau variabel laten telah memenuhi kriteria discriminant validity yang baik, di mana indikator pada blok konstruk tersebut memiliki hubungan yang lebih kuat dengan konstruk yang diukur dibandingkan dengan indikator pada blok konstruk lainnya.

4.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Dalam pendekatan PLS-SEM menggunakan program SmartPLS 4.0, reliabilitas konstruk dengan indikator reflektif dapat diukur dengan dua metode, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Sebuah konstruk dianggap reliabel jika nilai Composite Reliability atau Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7 (Ghozali, 2021). Cronbach's Alpha berfungsi sebagai batas minimum untuk menilai reliabilitas suatu konstruk, sementara Composite Reliability memberikan estimasi yang lebih akurat mengenai konsistensi internal konstruk yang diteliti.

Tabel 3. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

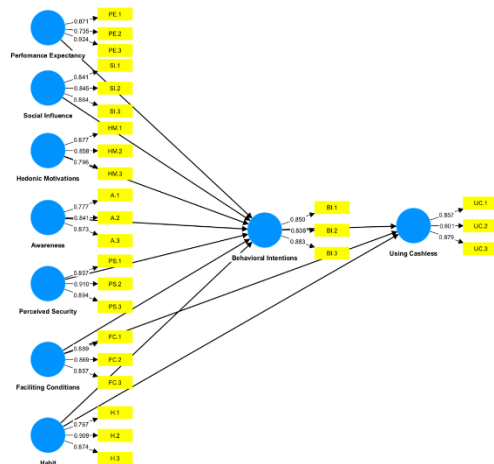
| Variabel | Cronbach's Alpha | Composite Reliability (rho a) | Rule of Thumb | Kesimpulan |
|-------------------------------------|------------------|-------------------------------|---------------|------------|
| <i>Performance Expectancy (PE)</i> | 0.802 | 0.841 | 0.700 | Reliabel |
| <i>Social Influence (SI)</i> | 0.809 | 0.813 | 0.700 | Reliabel |
| <i>Hedonic Motivation (HM)</i> | 0.800 | 0.818 | 0.700 | Reliabel |
| <i>Awareness (A)</i> | 0.783 | 0.834 | 0.700 | Reliabel |
| <i>Perceived Security (PS)</i> | 0.864 | 0.865 | 0.700 | Reliabel |
| <i>Facilitating Conditions (FC)</i> | 0.844 | 0.864 | 0.700 | Reliabel |
| <i>Habit (HB)</i> | 0.810 | 0.829 | 0.700 | Reliabel |
| <i>Behavioral Intentions (BI)</i> | 0.820 | 0.823 | 0.700 | Reliabel |
| <i>Using Cashless (UC)</i> | 0.854 | 0.867 | 0.700 | Reliabel |

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 3, seluruh konstruk memiliki nilai lebih dari 0,7. Hal ini mengindikasikan bahwa validitas konstruk telah tercapai, karena konstruk yang valid juga memenuhi kriteria reliabilitas yang diperlukan.

4.5 Analisis Inner Model (Model Struktural)

Outer model adalah model pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter-parameter model pengukuran, seperti convergent validity, discriminant validity, composite reliability, dan Cronbach's alpha, dapat dianalisis. Berdasarkan hasil analisis Partial Least Squares (PLS), pengujian outer model dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam Gambar 5.



Gambar 5. Inner Model
 Sumber : Pengolahan software PLS

4.6 R-Square

Dalam menilai model struktural, langkah pertama adalah menilai R-Square untuk setiap variabel laten endogen sebagai ukuran kekuatan prediksi dari model struktural. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-Square, yang merupakan uji goodness-of-fit model. Perubahan nilai R-Square dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen dan apakah pengaruh tersebut bersifat substantif. Nilai R-Square 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model memiliki kekuatan kuat, moderat, dan lemah (Ghozali, 2021).

Tabel 4. R-Square

| Variabel | R-Square Adjusted |
|------------------------------|-------------------|
| <i>Behavioral Intentions</i> | 0.652 |
| <i>Using Cashless</i> | 0.400 |

Sumber : Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4, nilai R-Square Adjusted pada variabel Behavioral Intentions tercatat sebesar 0,652, yang mengindikasikan bahwa 65,2% dari variabel ini dijelaskan oleh pengaruh variabel laten eksogen lainnya, sementara 34,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Di sisi lain, nilai R-Square Adjusted sebesar 0,400 pada variabel Using Cashless menunjukkan bahwa 40,0% dari variabel ini dipengaruhi oleh variabel laten eksogen, sementara 60,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa R-Square pada variabel Behavioral Intentions berada pada tingkat moderat, sedangkan pada variabel Using Cashless berada pada tingkat lemah.

Untuk analisis hipotesis, nilai alpha (α) ditetapkan pada 5% (0,05), yang ditentukan oleh peneliti dengan menggunakan hipotesis satu arah. Oleh karena itu, batas signifikansi atau nilai alpha adalah 0,05. Dengan menggunakan rumus derajat kebebasan (df), di mana $df = n - 2$ dan $n = 135$, maka diperoleh $df = 133$. Berdasarkan tabel distribusi t, nilai t tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1,64. Tujuan dari pengujian hipotesis adalah untuk mengidentifikasi signifikansi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dalam analisis SEM-PLS, pengujian dilakukan dengan prosedur bootstrapping dan Path Coefficients, dengan mempertimbangkan nilai signifikansi P-Value < 0,05 dan T-Statistic > 1,64.

Tabel 5. Hasil Pengujian Direct Effect

| Pengaruh | Original Sample (O) | T Statistics | P Values | Kesimpulan |
|--|----------------------------|---------------------|-----------------|-------------------|
| <i>Performance Expectancy -> Behavioral Intentions</i> | 0.118 | 1.162 | 0.123 | Ditolak |
| <i>Social Influence -> Behavioral Intentions</i> | 0.161 | 1.762 | 0.039 | Diterima |
| <i>Hedonic Motivations -> Behavioral Intentions</i> | 0.104 | 0.979 | 0.164 | Ditolak |
| <i>Awareness -> Behavioral Intentions</i> | 0.050 | 0.488 | 0.313 | Ditolak |
| <i>Perceived Security -> Behavioral Intentions</i> | 0.082 | 0.867 | 0.193 | Ditolak |
| <i>Facilitating Conditions -> Behavioral Intentions</i> | 0.056 | 0.481 | 0.315 | Ditolak |
| <i>Facilitating Conditions -> Using Cashless</i> | 0.028 | 0.297 | 0.383 | Ditolak |
| <i>Habit -> Behavioral Intentions</i> | 0.456 | 3.746 | 0.000 | Diterima |
| <i>Habit -> Using Cashless</i> | 0.397 | 3.999 | 0.000 | Diterima |
| <i>Behavioral Intentions -> Using Cashless</i> | 0.272 | 2.104 | 0.018 | Diterima |

Sumber : Data Diolah (2024)

Menurut analisis SEM PLS menggunakan metode bootstrapping, ditemukan bahwa Performance Expectancy memiliki pengaruh langsung sebesar 0,118 terhadap Behavioral Intentions. Ini menunjukkan bahwa jika Performance Expectancy meningkat satu unit, Behavioral Intentions dapat meningkat sebesar 11,8%. Selain itu, analisis mengungkapkan bahwa Social Influence memiliki pengaruh langsung sebesar 0,161 terhadap Behavioral Intentions, yang berarti bahwa jika Social Influence meningkat satu unit, Behavioral Intentions dapat meningkat sebesar 16,1%. Selanjutnya, pengaruh langsung Hedonic Motivations terhadap Behavioral Intentions adalah 0,104, yang menunjukkan bahwa jika Hedonic Motivations meningkat satu unit, Behavioral Intentions dapat meningkat sebesar 10,4%.

Selain itu, pengaruh langsung Awareness terhadap Behavioral Intentions adalah 0,050, yang berarti bahwa jika Awareness meningkat satu unit, Behavioral Intentions dapat meningkat sebesar 5,0%. Pengaruh Perceived Security terhadap Behavioral Intentions adalah 0,082, yang menunjukkan bahwa jika Perceived Security meningkat satu unit, Behavioral Intentions dapat meningkat sebesar 8,2%. Selain itu, pengaruh Facilitating Conditions terhadap Behavioral Intentions adalah 0,056, yang berarti bahwa jika Facilitating Conditions meningkat satu unit, Behavioral Intentions dapat meningkat sebesar 5,6%. Pengaruh Habit terhadap Behavioral Intentions adalah 0,456, menunjukkan bahwa jika Habit meningkat satu unit, Behavioral Intentions dapat meningkat sebesar 45,6%. Pengaruh Habit terhadap Using Cashless adalah 0,397, yang berarti bahwa jika Habit meningkat satu unit, Using Cashless dapat meningkat sebesar 39,7%. Terakhir, pengaruh Behavioral Intentions terhadap Using Cashless adalah 0,272, yang menunjukkan bahwa jika Behavioral Intentions meningkat satu unit, Using Cashless dapat meningkat sebesar 27,2%.

Dalam studi ini, ditemukan bahwa Performance Expectancy tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intentions. Meskipun ada persepsi peningkatan kinerja, hasil analisis menunjukkan koefisien 0,118, T-statistik 1,537, dan nilai P 0,125, yang mengindikasikan bahwa hipotesis pertama ditolak. Ini sejalan dengan temuan Venkatesh et al. (2012) yang mencatat bahwa peningkatan kinerja tidak cukup untuk mendorong niat penggunaan teknologi, Hal ini menandakan bahwa harapan kinerja tidak selalu berkontribusi pada niat perilaku pengguna dalam konteks tertentu, seperti penggunaan aplikasi atau sistem baru. Sebaliknya, Social Influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Behavioral Intentions, dengan koefisien 0,418, T-statistik 4,792, dan nilai P 0,000. Hasil ini mendukung hipotesis kedua, yang menunjukkan bahwa individu lebih cenderung menggunakan teknologi saat orang-orang di sekitar mereka juga melakukannya, sejalan dengan penelitian Nysveen et al. (2016).

Hedonic Motivation dan Awareness keduanya ditolak sebagai pengaruh terhadap Behavioral Intentions, dengan koefisien 0,104 dan 0,050, T-statistik masing-masing 1,417 dan 0,632, serta nilai P di atas 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman menyenangkan dan tingkat kesadaran tidak cukup untuk meningkatkan niat pengguna, sejalan dengan penelitian Zhou (2013) dan Lee & Hsieh (2013). Hal ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa pengguna lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti social influence dan habit, yang dapat mengalihkan perhatian dari motivasi hedonis itu sendiri.

Perceived Security juga tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intentions, dengan koefisien 0,082, T-statistik 1,071, dan nilai P 0,286. Hasil ini menunjukkan bahwa kekhawatiran terkait keamanan mungkin tidak cukup kuat untuk mempengaruhi niat pengguna, seperti yang dijelaskan oleh Hsu dan Chiu (2014). Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor. Generasi Z cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap teknologi dan sistem pembayaran digital dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Mereka telah tumbuh dalam lingkungan yang dikelilingi oleh teknologi, sehingga kekhawatiran tentang keamanan mungkin tidak sekuat pada generasi yang lebih tua.

Facilitating Conditions pun tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intentions dan penggunaan cashless, dengan nilai koefisien 0,056 dan 0,028, serta nilai P di atas 0,05. Temuan ini mencerminkan bahwa akses terhadap sumber daya tidak selalu mendorong penggunaan teknologi, yang sesuai dengan hasil Venkatesh et al. (2012) dan Kim et al. (2019). Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks ini, keberadaan sumber daya dan dukungan saja tidak cukup untuk meningkatkan niat perilaku, sehingga diperlukan pemahaman yang lebih baik dan kontrol yang lebih tinggi dari pengguna terhadap teknologi yang diadopsi.

Sisi positif, Price Value dan Trust terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intentions, masing-masing dengan koefisien 0,275 dan 0,235, T-statistik yang signifikan, serta nilai P di bawah 0,05. Ini menunjukkan bahwa individu lebih cenderung menggunakan teknologi jika merasa mendapatkan nilai yang baik dan memiliki rasa percaya terhadap teknologi, sejalan dengan Monroe & Krishnan (1985) dan Mcknight et al. (2002). User Experience menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap Behavioral Intentions dengan koefisien 0,319, T-statistik 3,623, dan nilai P 0,000. Temuan ini menegaskan pentingnya pengalaman pengguna yang baik dalam mendorong niat untuk menggunakan teknologi lebih lanjut, mendukung pandangan Garcia et al. (2015).

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Behavioral Intentions, Habit, serta Social Influence memberikan pengaruh yang signifikan kepada penggunaan metode pembayaran cashless, menunjukkan bahwa niat pengguna dan kebiasaan memainkan peran penting dalam adopsi teknologi ini. Sebaliknya, variabel seperti Awareness, Facilitating Conditions, Hedonic Motivations, Perceived Security, dan Performance Expectancy tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap niat perilaku pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam konteks adopsi sistem pembayaran cashless, faktor sosial dan kebiasaan lebih relevan dibandingkan dengan faktor persepsi keamanan atau harapan kinerja. Research gap dalam studi ini menyoroti bahwa model UTAUT mungkin tidak sepenuhnya mencakup variabel yang berpengaruh dalam konteks pembayaran cashless, di mana karakteristik unik sistem pembayaran digital mendorong pengguna untuk lebih memfokuskan perhatian pada aspek sosial dan kebiasaan. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mempertimbangkan faktor-faktor praktis dan sosial dalam adopsi teknologi guna memahami perilaku pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran cashless secara lebih komprehensif.

Limitasi dan studi lanjutan

Penelitian ini terbatas pada Generasi Z, sementara adopsi teknologi cashless juga semakin berkembang di kalangan Generasi Millennial dan Baby Boomers. Mengukur bagaimana teknologi cashless

digunakan dan diadaptasi oleh generasi yang lebih tua, seperti Baby Boomers, dapat memberikan wawasan yang lebih luas tentang penerimaan teknologi ini secara keseluruhan.

Ucapan terima kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penelitian ini, baik secara finansial maupun non-finansial. Terutama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pendidikan Nasional yang telah memberikan bantuan pendanaan yang sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini. Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih seluruh tim pelaksana penelitian, yang telah memberikan saran, serta bantuan teknis yang sangat berharga. Tanpa dukungan dari semua pihak tersebut, penelitian ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Semoga kerja sama yang baik ini dapat terus terjalin di masa mendatang.

Referensi

- Abushanab, E., & Pearson, J. M. (2017). Internet banking in Jordan: The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) perspective. *Journal of Systems and Information Technology*, 9(1), 78–97. <https://doi.org/10.1108/13287260710817700>
- Adiani, W., Aprianingsih, A., & Purwanegara, M. S. (2021). Cashless Society in Progress: Capturing Different Generationsâ€™ Perspectives toward External Influence in E-Wallet Usage. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 24(2), 205–219. <https://doi.org/10.14414/jebav.v24i2.2677>
- Ajah, E. O. (2025). Explicating transcendental factors for viable digital business: Towards an explanatory model for digital start-up emergence. *Digital Business*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100100>
- Albastaki, Y. A. (2024). Toward a cashless society: assessing the acceptance of Bahrain BenefitPay using TAM and SEM. *Competitiveness Review*, 34(1), 193–207. <https://doi.org/10.1108/CR-12-2022-0184>
- Bhuiyan, M. R. I., Akter, M. S., & Islam, S. (2024). How does digital payment transform society as a cashless society? An empirical study in the developing economy. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-10-2023-0170>
- Hidayatulloh, T., Tanzil, N. D., & Priyono, A. P. (2024). Digital Transformation, Media Attention, and Tax Avoidance: A Study of Indonesian Multinationals. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 6(1), 231–243. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i1.3735>
- Huang, M., Mohamad Saleh, M. S., & Zolkepli, I. A. (2024). The moderating effect of environmental gamification on the relationship between social media marketing and consumer-brand engagement: A case study of Ant Forest Gen Z users. *Heliyon*, 10(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25948>
- Hussain, S., Gupta, S., & Bhardwaj, S. (2024). Determinants inhibiting digital payment system adoption: an Indian perspective. *Qualitative Research in Financial Markets*. <https://doi.org/10.1108/QRFM-09-2023-0223>
- Ilhami, S. D., & Damayanti, D. (2024). Linking Knowledge Search to Innovation Performance in Culinary SMES Sector: The Mediating Role of Digital Orientation. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 5(4), 417–426. <https://doi.org/10.35912/jakman.v5i4.3430>
- Indriyani, D., & Sartika, S. H. (2022). Persepsi Generasi Z pada Penggunaan E-wallet selama Pandemi Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Karuniawan, A. N., Swasono, E., & Daroini, A. (2020). Mobile Banking Dalam Cashless Society Menuju BNI Digital Banking. *Commodities*. <http://ejournal.ijshs.org/index.php/commo>
- Kraiwanit, T., Limna, P., & Wattanasin, P. (2024). Digital wallet dynamics: Perspectives on potential Worldcoin adoption factors in a developing country's FinTech Sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100287>
- Mohd Thas Thaker, H., Subramaniam, N. R., Qoyum, A., & Iqbal Hussain, H. (2023). Cashless society, e-wallets and continuous adoption. *International Journal of Finance and Economics*, 28(3), 3349–3369. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2596>

- Namahoot, K. S., & Jantasri, V. (2023). Integration of UTAUT model in Thailand cashless payment system adoption: the mediating role of perceived risk and trust. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(4), 634–658. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2020-0102>
- Oktaria, E. T., & Hermansyah, H. (2023). Pengaruh Sistem Pembayaran Digital terhadap Efektivitas dan Efisiensi Penjualan di PT Sumber Alfariya Trijaya Tbk. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(4), 313–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v4i4.2340>
- Ompusunggu, H., & Poniman, P. (2024). Studi empiris sistem pembayaran cashless dan cardless. *Owner*, 8(2), 1117–1124. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2037>
- Putri, G. A., Widagdo, A. K., & Setiawan, D. (2023). Analysis of financial technology acceptance of peer to peer lending (P2P lending) using extended technology acceptance model (TAM). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100027>
- Putri, N. A., & Bharata, W. (2025). Eksplorasi Penggunaan Keberlanjutan Sistem Informasi pada Pengguna Virtual Account. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 6(2), 529–541. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i2.4186>
- Rahadi, R. A., Nainggolan, Y. A., Afgani, K. F., Yusliza, M. Y., Faezah, J. N., Ramayah, T., Saputra, J., Muhammad, Z., Farooq, K., & Angelina, C. (2022). Towards a cashless society: Use of electronic payment devices among generation z. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 137–146. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.014>
- Rahman, M., Ismail, I., & Bahri, S. (2020). Analysing consumer adoption of cashless payment in Malaysia. *Digital Business*, 1(1). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100004>
- Razak, I. (2022). The Role of Digital Marketing for Generation Z. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*.
- Sconti, A. (2022). Digital vs. in-person financial education: What works best for Generation Z? *Journal of Economic Behavior and Organization*, 194, 300–318. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.12.001>
- Sukamdani, N. (2023). Family Business Dynamics in Southeast Asia: A Comparative Study of Indonesia, Malaysia, Singapore, and Thailand. *Journal of ASEAN Studies*, 11(1), 197–218. <https://doi.org/10.21512/jas.v11i1.9518>
- Williams, M. D., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2015). The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): A literature review. In *Journal of Enterprise Information Management* (Vol. 28, Issue 3, pp. 443–448). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/JEIM-09-2014-0088>
- Windasari, N. A., Kusumawati, N., Larasati, N., & Amelia, R. P. (2022). Digital-only banking experience: Insights from gen Y and gen Z. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(2). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100170>
- Zanra, S., & Sufnirayanti, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan QRIS. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 5(3), 177–192. <https://doi.org/10.35912/jakman.v5i3.3122>