

Membangun Niat Menggunakan Aplikasi Keuangan Digital pada Guru SLTA di Kabupaten Bantul

Muhammad Zaky Sadewa^{1*}, Heru Tri Sutiono², Dyah Sugandini³

¹⁻³ Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Indonesia

email: mzakysadewa@gmail.com¹

Article Info :

Received:
18-10-2025

Revised:
23-11-2025

Accepted:
10-12-2025

Abstract (10 PT)

The development of digital financial technology has driven changes in the behavior of educators in managing transactions, necessitating an understanding of the factors that influence their intention to use such applications. This study aims to analyze the role of Customer Satisfaction as a key variable in mediating the influence of Facilitating Conditions, Perceived Security, and Social Influence on the Behavioral Intention of high school teachers in Bantul Regency. The research method used a quantitative approach with Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) analysis techniques. Data were obtained by distributing questionnaires to 450 teachers who were the research respondents. The analysis results showed that Customer Satisfaction was the main determinant of Behavioral Intention, with the strongest influence in the model. Facilitating Conditions were found to have a direct effect on Behavioral Intention, but did not increase satisfaction. Meanwhile, Perceived Security and Social Influence did not have a direct effect on Behavioral Intention, but significantly increased Customer Satisfaction, thus becoming full mediators. These findings confirm that the success of digital financial application adoption is mainly influenced by positive user experience, not just facilities, security, or social influence alone.

Keywords: Digital Financial Applications, High School Teachers, Technology Adoption, Behavioral Intention, User Satisfaction.

Abstrak

Perkembangan teknologi keuangan digital mendorong perubahan perilaku dalam pengelolaan transaksi oleh tenaga pendidik, sehingga diperlukan pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran Customer Satisfaction sebagai variabel kunci dalam memediasi pengaruh Facilitating Conditions, Perceived Security, dan Social Influence terhadap Behavioral Intention guru SLTA di Kabupaten Bantul. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 450 guru yang menjadi responden penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa Customer Satisfaction merupakan determinan utama Behavioral Intention, dengan pengaruh paling kuat dalam model. Facilitating Conditions terbukti berpengaruh langsung terhadap Behavioral Intention, namun tidak meningkatkan kepuasan. Sementara Perceived Security dan Social Influence tidak berpengaruh langsung terhadap Behavioral Intention, tetapi signifikan meningkatkan Customer Satisfaction sehingga menjadi mediator penuh. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan adopsi aplikasi keuangan digital dipengaruhi terutama oleh pengalaman penggunaan yang positif, bukan hanya fasilitas, keamanan, atau pengaruh sosial semata.

Kata kunci: Aplikasi Keuangan Digital, Guru SLTA, Adopsi Teknologi, Niat Perilaku, Kepuasan Pengguna.



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Guru memiliki peran yang sangat strategis dalam dunia pendidikan, khususnya terkait literasi keuangan digital. Sebagai agen perubahan, guru tidak hanya bertugas mentransfer ilmu, tetapi juga membekali peserta didik dengan keterampilan hidup (*life skills*) yang relevan dengan tuntutan era digital. Literasi keuangan digital menjadi salah satu keterampilan penting tersebut, karena tidak hanya menyangkut pengetahuan dasar mengenai pengelolaan keuangan, tetapi juga kemampuan menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi secara bijak. Guru berperan mengenalkan konsep dasar finansial, memfasilitasi pemahaman mengenai peluang dan risiko layanan fintech, serta mananamkan perilaku finansial yang sehat. Urgensi peran guru semakin tinggi mengingat adanya

kesenjangan antara tingkat inklusi keuangan yang terus meningkat dengan tingkat literasi keuangan yang masih rendah (OJK, 2022).

Perkembangan teknologi digital di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat, terutama pada sektor layanan keuangan berbasis digital. Digitalisasi sistem pembayaran telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi. Data Bank Indonesia (2024) menunjukkan bahwa penggunaan financial technology (fintech) dan digital payment meningkat tajam seiring dengan kemudahan akses teknologi dan meningkatnya penetrasi internet. Perkembangan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1, yang menggambarkan tren pertumbuhan ekosistem merchant di Indonesia selama periode 2020–2024.



Sumber: Bank Indonesia (2025)
Gambar 1. Tren Merchant Indonesia (2020–2024)

Data pada gambar menggambarkan lonjakan signifikan pada jumlah pengguna, merchant, serta nilai transaksi digital, di mana pada tahun 2020 transaksi masih berada di bawah 1.000 juta, namun terus meningkat hingga melampaui 3.000 juta transaksi pada tahun 2024 dengan nilai mencapai triliunan rupiah. Pertumbuhan tersebut mengindikasikan bahwa layanan keuangan digital semakin diterima oleh masyarakat luas dan telah menjadi bagian dari aktivitas ekonomi di berbagai sektor. Peningkatan penggunaan teknologi keuangan ini belum sepenuhnya diikuti oleh kalangan tenaga pendidik di Kabupaten Bantul, khususnya guru SLTA yang belum seluruhnya memanfaatkan layanan digital dalam kegiatan keuangan sehari-hari.

Menurut Survei Literasi Digital Nasional Kominfo (2023), tingkat literasi digital masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta masih berada pada kategori “sedang”, yaitu sebesar 63,5%. Kondisi ini menandakan bahwa masih terdapat tantangan dalam pemahaman serta penggunaan teknologi digital, termasuk dalam hal keuangan digital. Sebagian besar guru telah memiliki perangkat digital dan akses internet yang memadai, namun belum semuanya merasa memperoleh dukungan optimal dalam penggunaannya (facilitating conditions). Kekhawatiran terkait keamanan data dan transaksi (perceived security) serta pengaruh lingkungan kerja (social influence) juga turut memengaruhi penerimaan teknologi tersebut. Hal ini mencerminkan adanya kesenjangan antara tren digitalisasi nasional dan implementasinya dalam dunia pendidikan.

Penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku (behavioral intention) guru SLTA di Kabupaten Bantul dalam menggunakan aplikasi keuangan digital. Pendekatan yang digunakan adalah teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) sebagaimana dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2012), yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang saling terkait. Faktor-faktor yang dikaji meliputi facilitating conditions, perceived security, dan social influence sebagai variabel independen, user satisfaction sebagai variabel mediasi, dan behavioral intention sebagai variabel dependen.

Dari sisi facilitating conditions masih ditemukan keterbatasan terkait dukungan fasilitas dan kesiapan infrastruktur digital di lingkungan sekolah. Beberapa guru mengaku kesulitan dalam

mengakses panduan teknis dan belum mendapat bimbingan penggunaan aplikasi keuangan digital secara memadai. Kondisi tersebut sesuai dengan temuan Hasan et al. (2024) yang menyatakan bahwa dukungan fasilitas berperan penting dalam meningkatkan rasa percaya diri dan motivasi pengguna dalam memanfaatkan layanan digital secara berkelanjutan. Semakin tinggi dukungan yang diterima, semakin besar peluang guru untuk mengaplikasikan teknologi tersebut dalam aktivitas keuangan.

Adapun faktor perceived security berhubungan dengan keyakinan guru terhadap keamanan sistem keuangan digital yang digunakan. Masih terdapat keraguan dalam memberikan data pribadi atau melakukan transaksi karena kekhawatiran terhadap kejahatan siber seperti kebocoran data dan penipuan. Almaiah et al. (2022) menegaskan bahwa persepsi keamanan merupakan determinan utama dalam adopsi teknologi keuangan, di mana rasa aman akan meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong keberlanjutan penggunaan layanan digital. Bersamaan dengan itu, social influence juga menjadi faktor penting dalam mendorong guru untuk mengadopsi teknologi, karena dukungan dari rekan kerja dan lingkungan profesional dapat meningkatkan kepercayaan dan minat penggunaan (Alfa'izy et al., 2023).

User satisfaction memainkan peran sebagai respon afektif yang menjembatani pengaruh faktor eksternal terhadap behavioral intention. Guru yang merasa puas terhadap kinerja, kemudahan, dan keamanan layanan digital akan lebih cenderung terus menggunakannya. Chawla et al. (2023) menyatakan bahwa kepuasan memiliki kontribusi penting dalam memperkuat hubungan antara pengalaman pengguna dengan niat perilaku dalam penggunaan teknologi. Pada akhirnya, behavioral intention merepresentasikan kesiapan dan keinginan guru untuk terus beradaptasi dengan sistem keuangan berbasis teknologi. Menurut Venkatesh et al. (2012), niat tersebut merupakan prediktor utama dari penggunaan aktual teknologi, sehingga apabila guru merasakan dukungan fasilitas yang baik, keamanan yang terpercaya, pengaruh sosial positif, serta kepuasan penggunaan, maka niat untuk terus memanfaatkan aplikasi keuangan digital akan meningkat secara signifikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel, yaitu pengaruh facilitating conditions, perceived security, dan social influence terhadap behavioral intention pada Guru SLTA di Kabupaten Bantul dalam penggunaan aplikasi keuangan digital, dengan user satisfaction sebagai variabel mediasi, karena pendekatan kuantitatif memungkinkan pengukuran fenomena sosial secara objektif melalui data numerik serta pengujian hubungan antarvariabel secara sistematis (Umar, 2016). Penelitian explanatory digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat melalui variabel mediasi dalam kerangka hubungan kausal tersebut. Penelitian ini merupakan field research karena data primer dikumpulkan langsung melalui penyebaran kuesioner, serta termasuk penelitian kausalitas yang menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya (Umar, 2016). Teknik analisis yang digunakan adalah PLS-SEM dengan pertimbangan berorientasi pada prediksi, mampu menangani indikator reflektif dan/atau formatif, efektif pada ukuran sampel lebih kecil, dan praktis menggunakan SmartPLS untuk pengujian model, reliabilitas, validitas konvergen, validitas diskriminan, dan analisis prediktif (Hair et al., 2021). Desain penelitian bersifat cross-sectional karena pengumpulan data dilakukan satu kali dalam rentang November 2025 hingga Desember 2025 pada seluruh SLTA, baik SMA maupun SMK negeri dan swasta di bawah koordinasi Balai Pendidikan Menengah Kabupaten Bantul sesuai data Dapodik yang digunakan.

Populasi penelitian adalah seluruh guru SLTA di Kabupaten Bantul yang memiliki karakteristik sebagai pengguna aplikasi keuangan digital, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara tepat karena populasi merupakan keseluruhan elemen yang menjadi sasaran penelitian (Sekaran & Bougie, 2020), dengan jumlah populasi 2.197 guru yang tersebar di 17 kecamatan. Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan (Umar, 2016), dan dalam penelitian ini digunakan probability sampling dengan teknik cluster sampling berdasarkan kecamatan sebagai klaster, karena populasi tersebar di berbagai sekolah dan setiap kecamatan dianggap memiliki karakteristik homogen secara institusional (Umar, 2016). Ukuran minimal sampel dihitung menggunakan rumus Slovin $n = N/(1 + Ne^2)$ dengan $N = 2.197$ dan $e = 0,05$ sehingga diperoleh sampel sebesar 338 responden yang kemudian diproporsikan pada setiap kecamatan. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh langsung melalui kuesioner kepada guru SLTA sebagai responden, serta data sekunder berupa dokumen resmi, laporan instansi, data jumlah guru per kecamatan, dan literatur ilmiah yang mendukung

analisis penelitian (Umar, 2016). Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui observasi untuk mengamati kondisi penggunaan teknologi keuangan digital di sekolah (Umar, 2016), dilanjutkan dengan langkah lain seperti uji instrumen dan penyebaran kuesioner sesuai tahapan penelitian lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah niat menggunakan aplikasi keuangan digital (seperti mobile banking, e-wallet, dan fintech lending) pada guru Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Guru SLTA dipilih karena merupakan kelompok profesional dengan pendapatan tetap namun sering menghadapi tantangan pengelolaan keuangan pribadi, di mana aplikasi digital dapat meningkatkan efisiensi transaksi, literasi keuangan, dan akses layanan fintech.

Populasi penelitian mencakup 2.197 guru SLTA di Kabupaten Bantul, yang terdiri dari guru SMA dan SMK negeri/swasta berdasarkan data Dinas Pendidikan setempat. Sampel ditentukan sebanyak 338 responden menggunakan teknik proportional random sampling (proporsi stratified berdasarkan sekolah/kecamatan untuk representativitas), dengan rumus Slovin atau power analysis SEM (minimal 10x jumlah indikator UTAUT2). Kuesioner yang berhasil diolah mencapai 452 responden, melebihi target sampel awal. Hal ini didukung oleh teori Statistical Power Analysis (Cohen, 1988; Wolf et al., 2013), yang menyatakan sampel lebih besar meningkatkan power statistik ($1-\beta >0.80$), mengurangi Type II error, dan presisi estimasi parameter pada model SEM/UTAUT tanpa mengurangi validitas, asal tetap representatif populasi. Central Limit Theorem (CLT) juga mendukung stabilitas distribusi normal pada sampel besar (>30), sehingga analisis lebih robust. Pendekatan ini umum dalam studi UTAUT untuk konteks fintech Indonesia.

Karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas guru SLTA yang terlibat adalah perempuan dengan persentase 57,97% atau sebanyak 262 orang, sedangkan responden laki-laki berjumlah 190 orang atau 42,03%. Berdasarkan kelompok usia, responden didominasi oleh guru berusia 26–35 tahun sebanyak 275 orang (60,8%), kemudian disusul oleh rentang usia 36–45 tahun sebanyak 117 orang (25,9%). Responden pada usia di bawah 25 tahun hanya berjumlah 9 orang (2%), usia 46–55 tahun sebanyak 38 orang (8,4%), serta responden berusia di atas 56 tahun sebanyak 13 orang (2,9%). Data ini menggambarkan bahwa mayoritas responden berada pada usia produktif dan aktif dalam memanfaatkan teknologi keuangan digital.

Dari aspek latar belakang pendidikan, sebagian besar responden telah menempuh pendidikan D4 atau S1 dengan persentase 92,9% (420 orang), sementara guru berpendidikan S2 berjumlah 23 orang (5,1%) dan pendidikan lainnya 9 orang (2%). Berdasarkan status kepegawaian, mayoritas merupakan PNS sebanyak 283 orang (62,6%), kemudian PPPK sebanyak 134 orang (29,6%), serta honorer atau tidak tetap sebanyak 35 orang (7,8%). Lama masa mengabdi para responden juga mencerminkan pengalaman yang beragam, dengan jumlah terbanyak pada kategori 6–9 tahun yaitu 206 orang (45,6%), disusul 2–5 tahun sebanyak 129 orang (28,5%), lebih dari 10 tahun sebanyak 94 orang (20,8%), dan kurang dari atau sama dengan 2 tahun sebanyak 23 orang (5,1%). Gambaran ini menunjukkan bahwa responden memiliki latar belakang pengalaman kerja yang cukup matang dalam dunia pendidikan.

Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, data terlebih dahulu diuji kualitasnya melalui serangkaian uji validitas dan reliabilitas. Tahap ini bertujuan memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan benar-benar dapat mengukur konstruk secara tepat dan konsisten. Uji yang dilakukan mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk. Apabila seluruh indikator telah memenuhi kriteria, maka model dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Outer Loading	λ^2	$1-\lambda^2$	$\sum 1-\lambda^2$	$\sum \lambda^2$	AVE	CR	Keterangan
Behavioral Intention	BI1	0,766	0,587	0,413	3,080	4,920	0,615	0,831	Reliabel
	BI2	0,76	0,578	0,422					
	BI3	0,799	0,638	0,362					

	BI4	0,825	0,681	0,319					
	BI5	0,781	0,610	0,390					
	BI6	0,789	0,623	0,377					
	BI7	0,768	0,590	0,410					
	BI8	0,784	0,615	0,385					
Customer satisfaction	CS1	0,835	0,697	0,303	1,534	6,466	0,808	0,866	Reliabel
	CS2	0,88	0,774	0,226					
	CS3	0,931	0,867	0,133					
	CS4	0,925	0,856	0,144					
	CS5	0,902	0,814	0,186					
	CS6	0,916	0,839	0,161					
	CS7	0,92	0,846	0,154					
	CS8	0,879	0,773	0,227					
Perceived security	PC1	0,821	0,674	0,326	1,831	4,169	0,695	0,807	
	PC2	0,834	0,696	0,304					
	PC3	0,859	0,738	0,262					Reliabel
	PC4	0,802	0,643	0,357					
	PC5	0,844	0,712	0,288					
	PC6	0,84	0,706	0,294					
Social Influence	SI4	0,877	0,769	0,231	0,870	3,130	0,783	0,758	
	SI5	0,907	0,823	0,177					
	SI6	0,874	0,764	0,236					Reliabel
	SI7	0,88	0,774	0,226					
Facilitating	VFC1	0,791	0,626	0,374	2,718	5,282	0,6602765		Reliabel
	VFC2	0,778	0,605	0,395					
	VFC3	0,825	0,681	0,319					
	VFC4	0,822	0,676	0,324					
	VFC5	0,832	0,692	0,308					
	VFC6	0,849	0,721	0,279					
	VFC7	0,813	0,661	0,339					
	VFC8	0,788	0,621	0,379					

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hasil analisis outer model dalam penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang disyaratkan dalam analisis PLS-SEM. Pada uji validitas konvergen, penilaian dilakukan berdasarkan nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE), di mana indikator dapat dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading factor $\geq 0,70$, meskipun pada penelitian bersifat eksploratif nilai antara $0,50-0,60$ masih dapat diterima. Selain itu, nilai AVE $\geq 0,50$ menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator (Hair et al., 2021). Berdasarkan hasil uji seluruh indikator terbukti memiliki nilai loading factor $\geq 0,70$ serta nilai AVE $\geq 0,50$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item memenuhi validitas konvergen dengan baik.

Selanjutnya validitas diskriminan dinilai untuk memastikan bahwa masing-masing konstruk benar-benar berbeda dengan konstruk lainnya dalam model. Evaluasi dilakukan menggunakan Fornell-Larcker Criterion, yaitu dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk terhadap korelasi antar konstruk yang bersangkutan (Henseler et al., 2015). Selain aspek validitas, reliabilitas konstruk juga diuji melalui Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha, di mana nilai CR $\geq 0,70$ menunjukkan konsistensi internal yang kuat, serta nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$ menandakan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang memadai (Henseler et al., 2015). Dengan terpenuhinya

kedua ukuran tersebut, dapat disimpulkan bahwa konstruk dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut pada model structural:

Tabel 2. Reliabilitas Konstruk

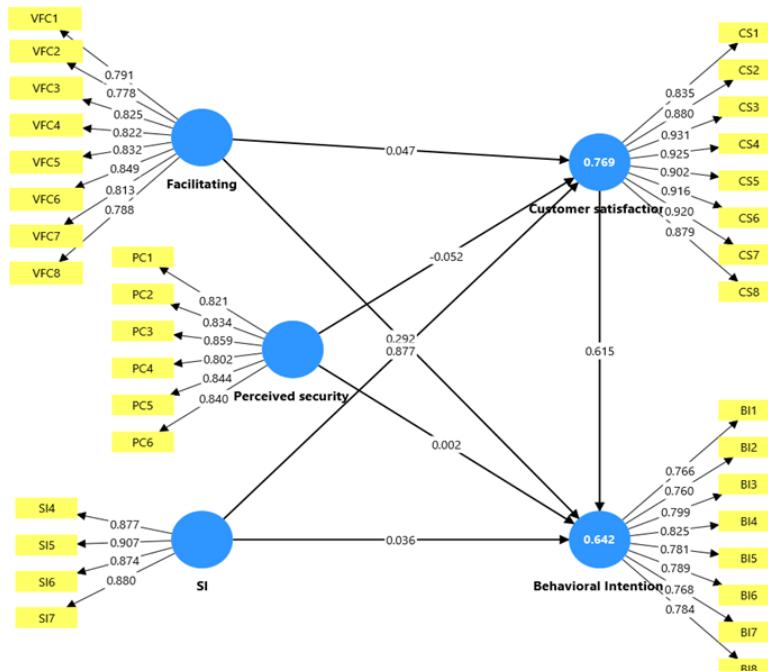
Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
Behavioral Intention	0,914	0,932
Customer satisfaction	0,966	0,967
Facilitating	0,927	0,930
Perceived security	0,912	0,917
SI	0,907	0,909

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 2 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dan CR > 70 yang menunjukkan menandakan reliabilitas konstruk yang sangat baik.

Uji Model Struktural (Inner Model)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS, pengujian inner model dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel laten melalui analisis path coefficient. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:



Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Gambar 2. Evaluasi Model

Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variasi konstruk dependen dapat dijelaskan oleh konstruk independen. Nilai R^2 sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing menunjukkan model dengan tingkat penjelasan substansial, moderat, dan lemah (Hair et al., 2021).

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model	R-square	R-square adjusted
Behavioral Intention	0,642	0,638

Customer satisfaction	0,769	0,767
Sumber: Data Primer Diolah, 2025		

Uji Signifikansi (*Bootstrapping*) dilakukan melalui metode bootstrapping dengan 5.000 subsamples. Hasil pengujian dilihat dari nilai t-statistic dan p-value. Jalur hubungan (*path coefficient*) dinyatakan signifikan apabila t-statistic $\geq 1,96$ atau p-value $\leq 0,05$ pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2021).

Tabel 4. Pengaruh Langsung (*Path Coefficient*)

Model	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Customer satisfactions > Behavioral Intention	0,583	0,576	0,081	7,213	0,000
Facilitating Conditions > Behavioral Intention	0,287	0,287	0,08	3,595	0,000
Facilitating Conditions > Customer satisfaction	0,002	0,003	0,047	0,046	0,963
Perceived security > Behavioral Intention	-0,01	-0,008	0,077	0,128	0,898
Perceived security > Customer satisfaction	-0,174	-0,173	0,054	3,202	0,001
Social Influence > Behavioral Intention	0,079	0,084	0,081	0,977	0,328
Social Influence > Customer satisfaction	0,961	0,963	0,029	33,437	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hasil analisis model struktural menunjukkan bahwa variabel Customer Satisfaction memiliki peran penting dalam mempengaruhi Behavioral Intention. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,583 dengan t-statistic 7,213 dan p-value $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruhnya signifikan serta bersifat positif, yang berarti semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin besar pula niat guru untuk terus menggunakan aplikasi keuangan digital.

Variabel Facilitating Conditions juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention dengan nilai koefisien jalur 0,287, t-statistic 3,595, dan p-value $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa semakin baik dukungan fasilitas yang tersedia, semakin tinggi pula kecenderungan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Sebaliknya, pengaruh Facilitating Conditions terhadap Customer Satisfaction tidak signifikan karena hanya memiliki koefisien 0,002 dengan t-statistic 0,046 dan p-value $0,963 > 0,05$, sehingga kondisi yang memfasilitasi tidak menunjukkan kontribusi berarti dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

Pada variabel Perceived Security, hasil analisis memperlihatkan bahwa faktor ini tidak berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention, dengan nilai koefisien $-0,010$, t-statistic $0,128$, dan p-value $0,898 > 0,05$, sehingga aspek keamanan yang dirasakan tidak menjadi penentu niat perilaku guru dalam menggunakan aplikasi keuangan digital. Meskipun demikian, Perceived Security terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction dengan arah hubungan negatif, yang ditunjukkan oleh koefisien $-0,174$, t-statistic $3,202$, dan p-value $0,001 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin rendah persepsi keamanan yang dirasakan pengguna, semakin menurun pula tingkat kepuasan mereka. Social Influence tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention, di mana koefisien jalur $0,079$ memiliki t-statistic $0,977$ dan p-value $0,328 > 0,05$, sehingga dukungan sosial tidak menentukan niat penggunaan aplikasi. Namun berbeda halnya dengan pengaruh Social Influence terhadap Customer Satisfaction, yang menunjukkan pengaruh paling dominan dan sangat signifikan dengan koefisien $0,961$, t-statistic $33,437$, dan p-value $0,000 <$

0,05. Artinya semakin kuat dorongan dan rekomendasi dari pihak lain, semakin tinggi tingkat kepuasan guru dalam menggunakan aplikasi keuangan digital:

Tabel 5. Indirect Effect

Inner Model	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Facilitating Conditions > Behavioral intention	0,001	0,002	0,028	0,046	0,963
Perceived Security > Behavioral intention	-0,101	-0,099	0,032	3,160	0,002
Social Influence > Behavioral intention	0,560	0,554	0,072	7,738	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Facilitating Conditions tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention. Hal ini terlihat dari nilai original sample sebesar 0,001 dengan t-statistic $0,046 < 1,96$ serta p-value $0,963 > 0,05$. Kemudahan fasilitas maupun dukungan teknis yang disediakan aplikasi keuangan digital belum mampu secara langsung mendorong keinginan guru untuk menggunakanannya. Artinya keberadaan fasilitas pendukung saja tidak cukup kuat untuk membangun niat perilaku apabila tidak dibarengi dengan faktor lain yang lebih menentukan persepsi dan motivasi pengguna.

Berbeda dengan Facilitating Conditions, variabel Perceived Security justru memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Behavioral Intention. Nilai original sample sebesar $-0,101$ dengan t-statistic $3,160 > 1,96$ dan p-value $0,002 < 0,05$ menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko dan keraguan terhadap keamanan data, maka semakin rendah minat guru untuk menggunakan aplikasi keuangan digital. Kekhawatiran mengenai perlindungan data pribadi dan potensi penyalahgunaan informasi menyebabkan pengguna menjadi lebih berhati-hati bahkan enggan memanfaatkan layanan tersebut.

Social Influence menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention. Temuan ini dibuktikan melalui nilai original sample 0,560, dengan t-statistic $7,738 > 1,96$ dan p-value $0,000 < 0,05$ yang mengindikasikan bahwa pengaruh sosial merupakan faktor paling dominan dalam meningkatkan niat perilaku. Dorongan atau rekomendasi yang berasal dari teman sejawat, keluarga, dan lingkungan profesional memiliki peranan penting dalam meyakinkan guru untuk menggunakan aplikasi keuangan digital. Besarnya nilai koefisien pada variabel ini memperlihatkan bahwa aspek sosial lebih mampu membentuk behavioral intention dibandingkan dukungan fasilitas maupun persepsi keamanan teknis.

Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Behavioral Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor paling dominan dalam membangun niat guru menggunakan aplikasi keuangan digital. Ketika guru merasa bahwa aplikasi memberikan pengalaman transaksi yang lancar, mudah, dan memenuhi kebutuhan mereka maka dorongan untuk terus menggunakan aplikasi meningkat secara alami. Kepuasan di sini bukan sekadar evaluasi kognitif, tetapi juga respon emosional terhadap konsistensi layanan, keandalan fitur, dan manfaat yang dirasakan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Chawla et al., 2023) yang menunjukkan bahwa kepuasan berperan sebagai pendorong utama niat adopsi layanan digital, serta riset dalam bidang mobile banking yang menyatakan bahwa pengalaman positif akan membentuk komitmen penggunaan jangka panjang. Konsistensi hasil ini menegaskan bahwa dalam konteks guru SLTA, kepuasan merupakan indikator kepercayaan dan kenyamanan terhadap teknologi keuangan digital. Secara praktis temuan ini menunjukkan bahwa penyedia aplikasi keuangan digital perlu memastikan stabilitas layanan, kecepatan transaksi, dan desain antarmuka yang ramah pengguna supaya tingkat kepuasan, dan pada akhirnya niat penggunaan, terus meningkat.

Pengaruh Facilitating Conditions Terhadap Behavioral Intention

Penelitian ini menemukan bahwa kondisi pendukung berperan penting dalam membentuk niat guru menggunakan aplikasi keuangan digital. Guru cenderung meningkatkan minat penggunaan ketika mereka memiliki akses yang mudah terhadap perangkat, jaringan internet stabil, serta dukungan lingkungan kerja yang mendukung penggunaan teknologi finansial. Temuan ini konsisten dengan teori UTAUT2 serta berbagai studi sebelumnya, seperti (Venkatesh V. et al., 2012), (Dwivedi et al., 2019) dan (Hasan et al., 2024) yang menegaskan bahwa tersedianya sumber daya dan kemampuan teknis merupakan faktor yang memudahkan persepsi pengguna, sehingga mendorong niat penggunaan teknologi. Relevansinya dalam konteks guru SLTA adalah bahwa kondisi fasilitas seperti smartphone yang memadai, literasi digital yang cukup, dan budaya kerja yang mendorong digitalisasi administrasi mempermudah mereka bertransaksi secara digital. Penyedia layanan maupun institusi pendidikan dapat meningkatkan niat penggunaan melalui penyediaan pelatihan dan infrastruktur pendukung.

Pengaruh Facilitating Conditions Terhadap Customer Satisfaction

Berbeda dengan ekspektasi teori UTAUT2, penelitian ini menemukan bahwa kondisi pendukung tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Fasilitas yang tersedia seperti perangkat, jaringan, atau kemudahan akses tidak cukup untuk membuat guru merasa puas menggunakan aplikasi. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan lebih dipengaruhi oleh kualitas pengalaman layanan, bukan semata-mata oleh keberadaan fasilitas teknis. Guru mungkin sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi, sehingga tersedianya fasilitas menjadi hal yang wajar dan bukan sesuatu yang meningkatkan kepuasan. Temuan ini juga kontras dengan penelitian mobile banking tertentu seperti (Susilowati et al., 2021), namun tetap selaras dengan model expectation-confirmation, bahwa “fasilitas” bukan faktor emosional yang memunculkan rasa puas. Implikasinya, penyedia aplikasi harus berfokus pada kualitas fitur dan pengalaman penggunaan, bukan hanya memastikan fasilitas teknis tersedia.

Pengaruh Perceived Security Terhadap Behavioral Intention

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak memengaruhi niat guru untuk menggunakan aplikasi keuangan digital. Guru tampaknya tidak menjadikan aspek keamanan sebagai pertimbangan utama untuk memutuskan apakah mereka akan menggunakan aplikasi tersebut. Fenomena ini sering ditemui pada konteks pengguna yang sudah terbiasa dengan layanan digital, sehingga mereka menganggap keamanan sebagai fitur standar dan bukan faktor penentu. Beberapa penelitian seperti (Almaiah et al., 2022) memang menemukan bahwa keamanan dapat mendorong niat penggunaan, tetapi efek tersebut muncul terutama ketika pengguna memiliki kekhawatiran tinggi terhadap risiko digital sesuatu yang tampaknya tidak menjadi isu signifikan bagi guru SLTA dalam penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks modern, keamanan dianggap sebagai baseline expectation, bukan sumber motivasi tambahan.

Pengaruh Perceived Security Terhadap Customer Satisfaction

Meskipun keamanan tidak meningkatkan niat secara langsung, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Guru merasa lebih puas apabila aplikasi mampu memberikan perlindungan terhadap data pribadi, transaksi, dan informasi keuangan. Temuan ini konsisten dengan (Surbakti et al., 2024) yang menunjukkan bahwa keamanan meningkatkan rasa nyaman pengguna e-wallet, yang akhirnya memperkuat kepuasan dan pengalaman layanan. Keamanan memberi rasa tenang, mengurangi kekhawatiran, dan meningkatkan penerimaan emosional terhadap teknologi. Implikasinya jelas: keamanan adalah fondasi kepercayaan, dan kepercayaan merupakan komponen penting dari kepuasan.

Pengaruh Social Influence Terhadap Behavioral Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak menentukan niat guru menggunakan aplikasi keuangan digital. Ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi finansial lebih bersifat individual dan tidak terlalu dipengaruhi oleh ajakan rekan kerja atau lingkungan sosial. Temuan ini berbeda dari penelitian UTAUT2 seperti (Venkatesh V. et al., 2012), (Hasan et al., 2024), dan (Alfa'izy et al., 2023) yang menemukan bahwa pengaruh sosial mendorong niat penggunaan. Namun dalam konteks guru SLTA, penggunaan aplikasi keuangan digital biasanya berkaitan dengan kebutuhan

pribadi, sehingga rekomendasi sosial tidak menjadi faktor utama. Dari adopsi teknologi ini menunjukkan bahwa guru sudah cukup mandiri dalam mengambil keputusan teknologi finansial.

Pengaruh Social Influence Terhadap Customer Satisfaction

Berbeda dengan hasil pada niat, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh sangat kuat terhadap kepuasan pengguna. Rekomendasi dari rekan guru, komunitas sekolah, atau lingkungan sosial meningkatkan ekspektasi positif dan membentuk persepsi awal yang lebih baik terhadap aplikasi. Ketika pengguna mencoba aplikasi berdasarkan rekomendasi terpercaya, mereka cenderung merasa lebih puas. Temuan ini selaras dengan penelitian (Alfa'izy et al., 2023) serta berbagai studi WOM yang menegaskan bahwa percaya pada rekomendasi orang lain meningkatkan evaluasi positif terhadap layanan, termasuk aplikasi finansial. Implikasinya, strategi pemasaran berbasis rekomendasi dan komunitas sangat efektif untuk meningkatkan persepsi pengguna guru.

Peran Mediasi Customer Satisfaction pada Pengaruh Facilitating Conditions terhadap Behavioral Intention

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Satisfaction tidak memediasi pengaruh Facilitating Conditions terhadap Behavioral Intention. Tidak adanya efek mediasi ini terjadi karena Facilitating Conditions tidak berpengaruh terhadap kepuasan, meskipun berpengaruh terhadap niat penggunaan secara langsung. Dengan demikian, fasilitas seperti jaringan internet, perangkat memadai, dan dukungan teknis memang membantu guru menggunakan aplikasi, tetapi tidak menciptakan pengalaman emosional atau evaluatif yang membentuk kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa guru menganggap keberadaan fasilitas sebagai hal yang sudah wajar bukan sebagai sumber kepuasan layanan.

Temuan ini tampaknya berseberangan dengan studi UTAUT2 awal (Venkatesh et al., 2012) dan penelitian digital banking (Susilowati et al., 2021) yang menyatakan bahwa kondisi pendukung dapat meningkatkan persepsi manfaat dan kepuasan. Namun, pada konteks guru SLTA yang sudah terbiasa dengan penggunaan aplikasi digital, fasilitas dasar tidak lagi menjadi penentu pengalaman kepuasan. Implikasinya, peningkatan fasilitas memang mendorong niat penggunaan, tetapi tidak cukup untuk meningkatkan kepuasan, sehingga tidak menghasilkan pengaruh tidak langsung yang signifikan.

Mediasi Customer Satisfaction pada Pengaruh Perceived Security terhadap Behavioral Intention

Penelitian ini menemukan bahwa meskipun Perceived Security tidak mempengaruhi Behavioral Intention secara langsung, variabel ini berpengaruh terhadap Customer Satisfaction, dan kepuasan berpengaruh terhadap niat penggunaan. Pola ini menunjukkan terjadinya mediasi penuh (full mediation). Guru tidak serta-merta meningkatkan niat menggunakan aplikasi hanya karena merasa aman, namun ketika rasa aman itu meningkatkan kepuasan, barulah muncul dorongan untuk terus menggunakan aplikasi keuangan digital. Temuan ini konsisten dengan (Surbakti et al., 2024) yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan meningkatkan rasa nyaman, yang kemudian memperkuat evaluasi positif terhadap layanan, dan secara tidak langsung meningkatkan minat penggunaan. Hal serupa ditunjukkan oleh (Almaiah et al., 2022), bahwa keamanan memengaruhi niat penggunaan terutama melalui peningkatan kepercayaan dan kepuasan.

Mediasi Customer Satisfaction pada Pengaruh Social Influence terhadap Behavioral Intention

Penelitian ini menunjukkan Social Influence tidak berpengaruh langsung terhadap Behavioral Intention, tetapi sangat berpengaruh terhadap Customer Satisfaction, yang selanjutnya memengaruhi niat. Ini menandakan bahwa mediasi yang terjadi adalah mediasi penuh (full mediation) di mana pengaruh sosial baru berdampak pada niat ketika ia menciptakan kepuasan pengguna. Guru cenderung mencoba dan memakai aplikasi digital ketika mendapatkan rekomendasi positif dari rekan kerja, komunitas sekolah, ataupun lingkungan sosial. Namun, rekomendasi itu sendiri tidak cukup untuk membuat mereka terus berniat menggunakan aplikasi. Niat baru muncul ketika rekomendasi terbukti benar melalui pengalaman penggunaan yang memuaskan. Temuan ini sejalan dengan (Alfa'izy et al., 2023) yang menegaskan bahwa pengaruh sosial lebih kuat pada aspek afektif seperti kepuasan pengguna, bukan pada keputusan perilaku langsung. Dalam riset layanan digital social influence sering meningkatkan ekspektasi positif, yang bila terpenuhi akan menghasilkan kepuasan tinggi (Chen et al., 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, penelitian ini menegaskan bahwa Customer Satisfaction merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi Behavioral Intention guru SLTA dalam menggunakan aplikasi keuangan digital. Semakin positif pengalaman penggunaan yang dirasakan, semakin kuat niat guru untuk terus mengadopsi teknologi tersebut. Facilitating Conditions terbukti dapat mendorong niat penggunaan secara langsung, namun tidak menimbulkan kepuasan karena fasilitas digital dipandang sebagai kebutuhan dasar pekerjaan, sehingga variabel ini tidak dimediasi oleh kepuasan. Sebaliknya, Perceived Security tidak secara langsung mendorong niat penggunaan, tetapi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, di mana rasa aman dan kepercayaan terhadap perlindungan data dapat meningkatkan pengalaman pengguna yang kemudian memicu Behavioral Intention—menunjukkan Customer Satisfaction sebagai mediator penuh. Demikian pula, Social Influence hanya meningkatkan kepuasan tanpa mendorong niat secara langsung, sehingga kepuasan kembali menjadi jembatan dalam pembentukan perilaku adopsi teknologi. Dengan demikian, keberhasilan adopsi aplikasi keuangan digital oleh guru SLTA sangat bergantung pada upaya peningkatan pengalaman pengguna, karena keamanan dan pengaruh sosial hanya mampu memberikan dampak ketika mengarah pada peningkatan kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfa'izy, E. A. F., Pramana, E., & Gunawan. (2023). Mobile Payment Adoption in Generation Z Using Extended Unified Technology Acceptance and Use of Technology. *Indonesian Journal of Information Systems*, 6(1), 61–73. <https://doi.org/10.24002/ijis.v6i1.7340>.
- Alkhwaldi, A. F., Alharasis, E. E., Shehadeh, M., Abu-AlSondos, I. A., Oudat, M. S., & Bani Atta, A. A. (2022). Towards an Understanding of FinTech Users' Adoption: Intention and e-Loyalty Post-COVID-19 from a Developing Country Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su141912616>.
- Almaiah, M. A., Al-Rahmi, A., Alturise, F., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Alkhalfaf, S., Al-Rahmi, W. M., Al-sharaieh, S., & Aldhyani, T. H. H. (2022). Investigating the Effect of Perceived Security, Perceived Trust, and Information Quality on Mobile Payment Usage through Near-Field Communication (NFC) in Saudi Arabia. *Electronics (Switzerland)*, 11(23), 1–22. <https://doi.org/10.3390/electronics11233926>.
- Amnas, M. B., Selvam, M., Raja, M., Santhoshkumar, S., & Parayitam, S. (2023). Understanding the Determinants of FinTech Adoption: Integrating UTAUT2 with Trust Theoretic Model. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(12). <https://doi.org/10.3390/jrfm16120505>.
- Appiah, T., & Agblewornu, V. V. (2025). The interplay of perceived benefit, perceived risk, and trust in Fintech adoption: Insights from Sub-Saharan Africa. *Helijon*, 11(2), e41992. <https://doi.org/10.1016/j.helijon.2025.e41992>.
- Belmonte, Z. J. A., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. (2024). Factors influencing the intention to use e-wallet among generation Z and millennials in the Philippines: An extended technology acceptance model (TAM) approach. *Acta Psychologica*, 250(October), 104526. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104526>.
- Chawla, U., Mohnot, R., Singh, H. V., & Banerjee, A. (2023). The Mediating Effect of Perceived Trust in the Adoption of Cutting-Edge Financial Technology among Digital Natives in the Post-COVID-19 Era. *Economies*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/economics11120286>.
- Chen, L., Jia, J., & Wu, C. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use contactless financial services in the banking industry: An application and extension of UTAUT model. *Frontiers in Psychology*, 14(March). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1096709>.
- Chin, W. W., & Newsted, P. R. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. Modern methods for business research. *Statistical Strategies for Small Sample Research*, January 1998, 295–336. <http://books.google.com.sg/books?hl=en&lr=&id=EDZ5AgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA295&dq=chin+1998+PLS&ots=47qb7ro0np&sig=rihQBibvT6S-Lsj1H9txe9dX6Zk#v=onepage&q=&f=false>.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2019). Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): Towards a Revised Theoretical

- Model. *Information Systems Frontiers*, 21(3), 719–734. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9774-y>.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. (Edisi 8)*. Badan Penerbit Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Evaluation of the Structural Model. In: Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Classroom Companion: Business. Springer, Cham. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1).
- Hasan, A., Sikarwar, P., Mishra, A., Raghuvanshi, S., Singhal, A., Joshi, A., Singh, P. R., & Dixit, A. (2024). Determinants of Behavioral Intention to Use Digital Payment among Indian Youngsters. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(2). <https://doi.org/10.3390/jrfm17020087>.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>.
- Khan, W. A., & Abideen, Z. U. (2023). Effects of behavioural intention on usage behaviour of digital wallet: the mediating role of perceived risk and moderating role of perceived service quality and perceived trust. *Future Business Journal*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00242-z>.
- Lai, P. (2017). The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>.
- Limanan, C. C., & Keni, K. (2023). Behavioral Intention To Use Digital Wallets in Indonesia. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(2), 216–227. <https://doi.org/10.24912/ijae.v1i2.216-227>.
- Neves, C., Oliveira, T., Santini, F., & Gutman, L. (2023). Adoption and use of digital financial services: A meta analysis of barriers and facilitators. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 100201. <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2023.100201>.
- Noureldin, A. A., & Moawad, R. R. (2023). The Impact of Perceived Risks on Using Digital Finance Services in Egypt: An Empirical Study., 1(1), 70–81. <https://doi.org/10.21608/ajss.2023.295003>.
- Ramayanti, R., Rachmawati, N. A., Azhar, Z., & Nik Azman, N. H. (2024). Exploring intention and actual use in digital payments: A systematic review and roadmap for future research. *Computers in Human Behavior Reports*, 13(October 2023), 100348. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2023.100348>.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(7), 700–701. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>.
- Surbakti, G. O., Ginting, P., & Rini, E. S. (2024). the Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Security and E-Trust on User Satisfaction. *Proceeding 2nd Medan Internatinal Economics and Business*, 2(1), 819–827. <https://katadata.co.id>.
- Susilowati, A., Rianto, B., Wijaya, N., & Sanny, L. (2021). Effects of UTAUT 2 Model on the Use of BCA Mobile Banking in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 5378–5387. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i3.2183>.
- Tamilmani, K., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2021). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: A Meta-Analytic Evaluation of UTAUT2. *Information Systems Frontiers*, 23(4), 987–1005. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10007-6>.
- Tripathi, S. (2021). Determinants of Continuance Intention to Use Mobile Wallets Technology in the Post Pandemic Era: Moderating Role of Perceived Trust. *Journal of International Technology and Information Management*, 31(3), 128–170. <https://doi.org/10.58729/1941-6679.1570>.
- Umar, H. (2016). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. RajaGrafindo Persada.
- Venkatesh V., Walton S., Thong J., & Xu X. (2012). Aceptación Y Uso De La Tecnología De La Información Por El Consumidor: Extensión De La Teoría Unificada De Aceptación Y Uso De La Tecnología. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/economies11120286>.

- Yin, L. X., & Lin, H. C. (2022). Predictors of customers' continuance intention of mobile banking from the perspective of the interactivity theory. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* , 35(1), 6820–6849. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2053782>.
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobile payment services. *Decision Support Systems*, 54(2), 1085–1091. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.10.034>.