

INTENSI KONTINUITAS PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT*: PERAN MAHASISWA SEBAGAI WARGA KEUANGAN DIGITAL

Erlinda Sholihah¹, Diyah Ariyani²

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern, Indonesia¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Salatiga, Indonesia²

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence the level of continuance intention in using digital payments by students with the Expectation Confirmation Model (ECM) theory approach. The study used primary data from 100 students who use digital payments. The analysis in this study used SEM-PLS to analyze the relationship between exogenous variables and endogenous variables with the help of SmartPLS version 3. Overall, this model accounts for 54.7% of the variance in the continuity of digital payment usage intentions. An element substantially influenced by factors such as Perceived Usefulness and Satisfaction. Of these factors, Satisfaction is the most powerful predictor of continuance intention. Along with Confirmation, Perceived Usefulness also greatly affects Satisfaction. These findings will assist stakeholders in strategizing policies to offer more innovative and flexible technology products to the wider community as digital finance citizens.

Keywords: Digital payment, continuance intention, ECM, digital finance

ABSTRAK

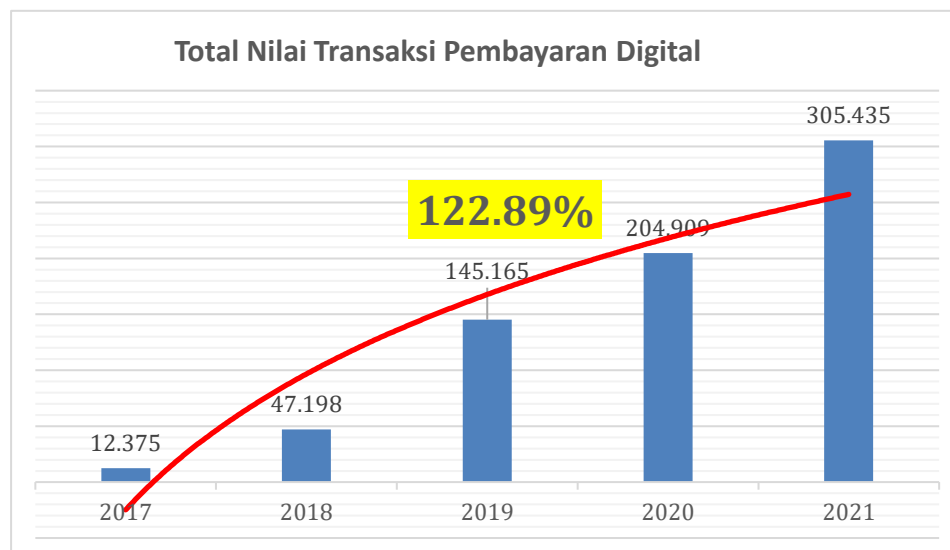
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat intensi kontinuitas penggunaan digital payment oleh para mahasiswa dengan pendekatan teori Expectation Confirmation Model (ECM). Penelitian ini menggunakan data primer dari 100 mahasiswa pengguna digital payment. Analisis dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS untuk menganalisis hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen dengan bantuan SmartPLS versi 3. Secara keseluruhan, model ini menyumbang 54,7% dari varians dalam intensi kontinuitas penggunaan digital payment. Sebuah elemen yang secara substansial dipengaruhi oleh faktor-faktor, seperti persepsi kemanfaatan dan kepuasan. Dari faktor-faktor tersebut, kepuasan ditemukan sebagai prediktor yang paling kuat dari intensi kontinuitas penggunaan. Bersamaan dengan konfirmasi, persepsi kemanfaatan juga sangat mempengaruhi kepuasan. Temuan ini akan membantu pemangku kepentingan dalam menyusun strategi dan kebijakan dalam menawarkan produk teknologi yang lebih inovatif dan fleksibel bagi masyarakat luas sebagai warga keuangan digital.

Kata-kata Kunci: Digital payment, intensi kontinuitas, ECM, keuangan digital

Korespondensi: Erlinda Sholihah, S.E., M.M. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern. Jl. Diponegoro No. 69, Wirogunan, Kec. Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah 57166. Email: erlindasholihah@stekom.ac.id.

PENDAHULUAN

Integrasi sistem telekomunikasi nirkabel, seperti *smartphone* dan perbankan telah menciptakan ekosistem pembayaran digital, seperti *mobile payment (m-payment)* dan secara berangsur-angsur menggantikan mata uang kertas (Sharma et al., 2018). Layanan pembayaran digital seperti *m-payment* dan *e-wallet* merupakan salah satu komponen penting dan paling banyak digunakan (Ariffin et al., 2021), mengingat penggunaan *smartphone* yang tinggi hampir di seluruh dunia dan diperkirakan akan meningkat secara signifikan, tidak terkecuali di kalangan mahasiswa. *Digital payment* adalah model transaksi tanpa uang tunai untuk melakukan transfer ataupun pembayaran, yang cukup dilakukan melalui *smartphone*, menyimpan dana dari rekening bank baik dengan menggunakan debit atau kartu kredit atau transfer *online* menggunakan sistem perbankan (Sari et al., 2021). Dalam prosesnya tentu lebih mudah dan nyaman sebab hanya menggunakan perangkat seluler dan jaringan internet (Kalinić et al., 2021; Sarkar et al., 2020). *Digital payment* yang merupakan bagian dari instrumen keuangan yang lebih efektif, efisien, dan modern menjadikan *digital payment* banyak digemari tidak terkecuali kalangan mahasiswa (Arifin & Wahyuastuti, 2022). Sebagaimana grafik peningkatan total nilai transaksi *digital payment* terlihat pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Total Nilai Transaksi Pembayaran Digital

Sumber: Bank Indonesia (2023)

Berdasarkan data Bank Indonesia yang ditunjukkan pada gambar 1 tersebut, tren pengguna *digital payment* terus mengalami peningkatan 122,89% sejak tahun 2017 hingga 2021. Dibanding tahun 2020, pengguna *digital payment* mengalami peningkatan secara signifikan pada tahun 2021,

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 4, No. 2, Januari 2023

yaitu 305.435 juta. Ini menunjukkan bahwa konsumen tertarik terhadap layanan *digital payment* karena memudahkan mereka untuk bertransaksi melalui perangkat seluler yang menawarkan fitur fleksibilitas, kenyamanan saat melakukan transaksi dan keakraban (Bezhovski, 2016). Kemudahan akan penggunaan *digital payment* yang telah dirasakan oleh konsumen dimana saja dan kapan saja mereka ingin melakukan transaksi juga menjadi sebab semakin tingginya minat pengguna *digital payment* (Pricewaterhouse Coopers, 2019; Suryanto, Herwan Abdul Muhyi, 2022).

Digital payment saat ini menjadi primadona bagi masyarakat Indonesia dan hampir menguasai pasar. Untuk mencapai intensi penggunaan *digital payment* yang berkelanjutan pada mahasiswa, perlu dilakukan literasi tentang layanan dan kemudahan yang didapatkan, konfirmasi harapan dan kepercayaan. Sebab jika tidak demikian, maka perbankan akan kehilangan nasabah pengguna *digital payment*. Jika pengalaman atas pelayanan yang dirasakan tidak memenuhi harapan pengguna *digital payment*, mereka akan berhenti memanfaatkan fasilitas tersebut dan mengakibatkan ketidakpuasan atau ketidakpercayaan (Nguyen et al., 2017; Franque et al., 2021).

Digital payment telah banyak dipromosikan oleh pemerintah untuk inklusi keuangan guna pembangunan sosial-ekonomi (Kaaronen, 2017). Namun masih sedikit penelitian yang membahas tentang analisis faktor yang mempengaruhi intensi kontinuitas pengguna *digital payment* khususnya pada mahasiswa. Pal et al. (2021) meneliti tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan aktual dan niat penggunaan di masa depan dengan pendekatan *Technology Affordances and Constraints Theory (TACT)*, dengan mempertimbangkan atribut positif dan negatif atas teknologi *digital payment*. Penelitian tentang perilaku individu dalam menggunakan *digital payment* juga dilakukan oleh Abrahão et al. (2016) yang mengevaluasi niat menggunakan *digital payment* dalam jangka panjang dan jangka pendek dengan menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Dahlberg et al. (2008) menganalisis faktor yang mempengaruhi penggunaan *digital payment* dengan pendekatan bibliografi analisis. Dampak faktor sosial dan budaya pada *digital payment*, serta perbandingan antara *digital payment* dan pembayaran konvensional adalah fokus investigasi.

Berdasarkan teori dan *research gap* pada penelitian terdahulu, penelitian ini bertujuan untuk mengatasi perbedaan penelitian terdahulu dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi intensi kontinuitas penggunaan *digital payment* dari aspek konfirmasi, persepsi kemanfaatan dan kepuasan. Untuk mencapai tujuan penelitian, penelitian ini mengaplikasikan teori *Expectation Confirmation Model (ECM)* yang bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan diantara variabel-variabel yang dianalisa (Singhania & Saini, 2020). Model ECM banyak digunakan dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi intensi keberlanjutan penggunaan suatu teknologi (Gong et al., 2020). Keterbatasan dalam penelitian ini hanya berfokus pada intensi kontinuitas penggunaan *digital payment*, terutama

peran mahasiswa sebagai warga keuangan digital yang menjadi figur dan penggerak utama percepatan implementasi digitalisasi di berbagai sektor. Dengan menggunakan teori *Expectation Confirmation Model (ECM)* diharapkan mampu menjelaskan variabel konfirmasi, persepsi kemanfaatan dan kepuasan dalam mempengaruhi intensi mahasiswa untuk terus menggunakan *digital payment*.

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Expectation Confirmation Model (ECM)*

Bhattacharjee (2001) telah berhasil merilis teori *Expectation Confirmation Model (ECM)* sebagai model pertama yang mampu membuktikan motivasi seorang individu dalam melanjutkan penggunaan teknologi tertentu. Fokus ECM terkait hubungan antara persepsi kemanfaatan, konfirmasi, kepuasan, dan intensi kontinuitas penggunaan. Sebagaimana konsep ECM mengkonfirmasi bahwa harapan dan persepsi kemanfaatan mampu meningkatkan kepuasan pasca penggunaan, selanjutnya mempengaruhi keinginan untuk terus menggunakannya. Adapun beberapa temuan sebelumnya telah berhasil membuktikan efektivitas model ECM dalam mengidentifikasi intensi kontinuitas penggunaan dalam konteks teknologi yang berbeda, seperti penggunaan *mobile banking* (Siyal et al., 2019), *e-wallet* (Halim et al., 2021), *mobile payment* (Jena, 2022), *online shopping apps* (Al-Hattami, 2021), dan juga *online learning* (Wang et al., 2021).

2. Konfirmasi

Konfirmasi ialah persepsi pengguna tentang kesesuaian penggunaan yang diharapkan dan kinerja aktualnya. Konfirmasi merupakan prediktor utama kepuasan dan kemanfaatan yang dirasakan, yang pada akhirnya menentukan intensi pengguna untuk terus menggunakan suatu teknologi, terkhusus penggunaan *digital payment* (Bhattacharjee, 2001). Sesuai dengan model *Expectation Confirmation Model (ECM)* disebutkan bahwa konfirmasi harapan awal penggunaan teknologi berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan pengguna. Kemudian, konfirmasi harapan awal penggunaan juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Ketika harapan pengguna terkonfirmasi, maka pengguna akan lebih puas dengan penggunaan teknologi tersebut (Park, 2020).

Dalam studi ini, para mahasiswa sebagai pengguna *digital payment* berharap bahwa *digital payment* mampu memenuhi harapan penerimaan awal yang dapat meningkatkan persepsi kemanfaatan mereka, sehingga mendorong tingkat penggunaan yang lebih tinggi dan berkelanjutan. Dengan demikian, konfirmasi diharapkan mampu meningkatkan persepsi kemanfaatan dan kepuasan pengguna *digital payment* secara signifikan. Seperti halnya beberapa literatur sebelumnya yang memvalidasi

temuan bahwa konfirmasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemanfaatan dan kepuasan, diantaranya Rahi et al. (2021), Alshurideh et al. (2019), dan Rabaa'i dan ALMaati (2021).

3. Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan dianggap sebagai faktor terpenting yang mempengaruhi intensi seorang individu untuk terus menggunakan teknologi, yakni *digital payment*. Sebagaimana Davis (1989) memaknai persepsi kemanfaatan sebagai ukuran dimana individu percaya bahwa penggunaan teknologi dapat memberi mereka keuntungan dalam menjalankan aktivitasnya. Diantara manfaat yang dirasakan ialah mencakup percepatan pekerjaan, peningkatan kinerja, efektivitas, produktivitas, penyederhanaan pekerjaan, dan juga kegunaan.

Temuan sebelumnya oleh Park (2020) dan Wang et al. (2021) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan secara signifikan mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan teknologi. Dimana saat para mahasiswa merasakan kemanfaatan dari penggunaan *digital payment*, maka mereka akan memiliki kecenderungan untuk terus menggunakannya dalam transaksi sehari-harinya. Artinya bahwa jika dibandingkan dengan metode pembayaran tunai, kegunaan dan kenyamanan *digital payment* menjadi alasan yang kuat untuk menentukan persepsi kemanfaatan dari intensi untuk terus menggunakannya.

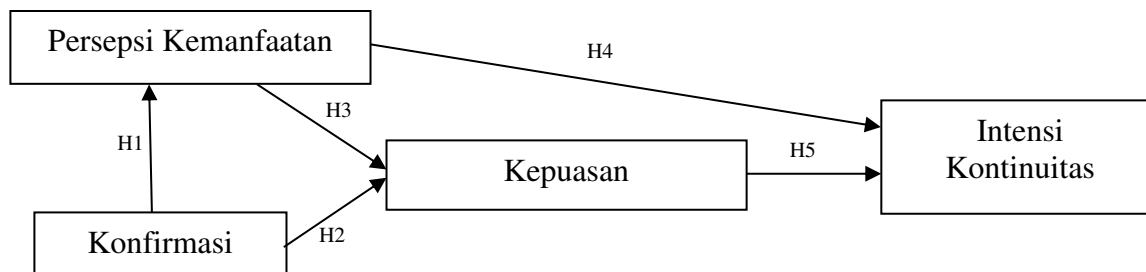
4. Kepuasan

Kepuasan juga merupakan salah satu faktor yang tidak kalah penting dengan faktor lainnya dalam mempengaruhi intensi kontinuitas penggunaan teknologi. Definisi kepuasan ialah perbedaan yang dirasakan antara harapan awal dan kinerja yang dirasakan dari suatu teknologi setelah digunakan. Oleh sebab itu, kepuasan tercapai ketika kinerja aktual melebihi harapan pengguna (Bhattacharjee, 2001). Dengan demikian, intensi kontinuitas penggunaan *digital payment* bergantung pada kepuasan pengguna dengan pengalaman pengguna sebelumnya. Sebagaimana Tam et al. (2020), Chaveesuk et al. (2022), dan Halim et al. (2021) menemukan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan dan intensi kontinuitas penggunaan.

Berlandaskan pembahasan tersebut, maka hipotesis yang diterapkan pada studi ini mencakup:

- H1 : Konfirmasi berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kemanfaatan
- H2 : Konfirmasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan
- H3 : Persepsi Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan
- H4 : Persepsi Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap Intensi Kontinuitas Penggunaan
- H5 : Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Intensi Kontinuitas Penggunaan

Adapun kerangka konseptual menggambarkan paradigma penelitian untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, sebagaimana tersajikan pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain kausal dan bertujuan untuk menjelaskan bagaimana satu variabel mempengaruhi atau bertanggung jawab terhadap perubahan variabel lainnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan populasi penelitian ialah para pengguna *digital payment* dari kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang berjumlah 2.404. Teknik *sampling* yang digunakan ialah *simple random sampling*. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan sesuai prosedur yang dinyatakan oleh Hair Jr et al. (2016), yakni lima kali jumlah konstruk, sehingga didapatkan 100 responden untuk dibagikan survey dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*.

Jumlah pertanyaan dalam penelitian sebanyak 20 pertanyaan dengan menggunakan *skala likert* lima poin. Variabel laten dalam studi ini adalah persepsi kemanfaatan yang diukur dengan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Bhattacharjee (2001), Davis (1989), dan A. Gupta et al. (2020). Variabel konfirmasi menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Bhattacharjee (2001) dan Rabaa'i dan ALMaati (2021). Variabel kepuasan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Bhattacharjee (2001), Nikou (2021), dan Rahi et al. (2021). Variabel intensi kontinuitas menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Bhattacharjee (2001), A. Gupta et al. (2020), dan Nikou (2021).

Teknik analisis yang digunakan dalam studi ini adalah *Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS)* untuk menguji pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogennya. SEM merupakan metode analisis multivariat yang dapat dimanfaatkan untuk memprediksi keterkaitan hubungan linier secara simultan antara variabel yang diamati (indikator) dan variabel laten. Secara umum, sistem persamaan struktural meliputi *structural model* dan *measurement model*. Karenanya, metode ini cocok untuk diterapkan pada studi ini. Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS* versi 3.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah diperoleh hasil survey dari 100 mahasiswa pengguna *digital payment*, terlebih dahulu dilakukan evaluasi model pengukuran untuk verifikasi indikator dan variabel laten yang dapat diuji selanjutnya melalui uji validitas dan reliabilitas. Sebagai berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Konfirmasi	CO1	0.738	0.658	0.827	0.835	0.885
	CO2	0.846				
	CO3	0.832				
	CO4	0.823				
Persepsi Kemanfaatan	PU1	0.825	0.713	0.798	0.798	0.881
	PU3	0.857				
	PU6	0.850				
	SA1	0.837				
Kepuasan	SA2	0.825	0.711	0.898	0.900	0.925
	SA3	0.836				
	SA4	0.866				
	SA5	0.851				
Intensi Kontinuitas	CI1	0.734	0.591	0.829	0.836	0.878
	CI2	0.789				
	CI3	0.786				
	CI4	0.794				
	CI5	0.738				

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Berdasarkan Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa nilai *loading factor* sudah lebih dari 0.7, artinya semua indikator yang digunakan sudah bisa mewakili variabel penelitian. Nilai AVE juga menunjukkan sudah lebih dari 0.5, artinya indikator sudah memenuhi validitas. Hasil dari *Cronbach's Alpha*, rho A, dan *Composite Reliability* menunjukkan nilai lebih dari 0.7, artinya seluruh item dinyatakan *reliable*.

Selanjutnya perlu dilakukan evaluasi terhadap model struktural. Sebagaimana hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Original Sample	T Statistics	P Values	Informasi
H1	Konfirmasi -> Persepsi Kemanfaatan	0.520	8.033	0.000	Signifikan
H2	Konfirmasi -> Kepuasan	0.464	6.476	0.000	Signifikan
H3	Persepsi Kemanfaatan -> Kepuasan	0.496	6.582	0.000	Signifikan
H4	Persepsi Kemanfaatan -> Intensi Kontinuitas	0.283	2.798	0.005	Signifikan
H5	Kepuasan -> Intensi Kontinuitas	0.506	4.787	0.000	Signifikan

Sumber: Hasil Penelitian (2023)

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 4, No. 2, Januari 2023

Tabel 2 di atas menunjukkan hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa konfirmasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemanfaatan dan kepuasan, dikarenakan nilai *t-statistic* > 1.96 dan nilai *p-value* < 0.05. Kemudian, persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan intensi kontinuitas. Selain itu, kepuasan juga berpengaruh signifikan terhadap intensi kontinuitas. Artinya bahwa H1, H2, H3, H4, dan H5 diterima.

Adapun berdasarkan hasil uji kelayakan model dengan menggunakan nilai R-Square diperoleh nilai sebesar 0.547, artinya bahwa model struktural yang didapat adalah model yang cukup layak. Angka tersebut menjelaskan bahwa variabilitas variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel eksogen sebesar 54,7%.

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa konfirmasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemanfaatan dan juga kepuasan. Hal ini membuktikan bahwa konfirmasi berperan penting dalam meningkatkan persepsi kemanfaatan dan kepuasan yang dirasakan oleh para mahasiswa atas penggunaan *digital payment*. Adapun indikator yang paling mendominasi pengaruh tersebut ialah tingkat layanan atau fitur yang tersedia pada *digital payment* lebih baik dari yang diharapkan oleh para mahasiswa. Dengan demikian, temuan ini konsisten dengan beberapa literatur sebelumnya, misalnya Susanto et al. (2016) menyebutkan bahwa peran pengetahuan terkait *digital payment* sangat penting untuk meyakinkan pengguna tentang manfaat dan kepuasan penggunaan, serta untuk meningkatkan kesinambungan mereka dalam menggunakan *digital payment*. Selain itu, Park (2020) dan Rahi et al. (2021) juga menyebutkan bahwa ketika harapan pengguna terkonfirmasi, pengguna lebih puas dengan penggunaan teknologi, yang mengarah pada manfaat yang dirasakan pengguna.

Selanjutnya, persepsi kemanfaatan juga memiliki peran yang sangat penting terhadap terciptanya kepuasan dikalangan para pengguna, sehingga dapat meningkatkan intensi kontinuitas penggunaan *digital payment* oleh para mahasiswa. Diantara indikator yang paling berperan ialah adanya anggapan bahwa penggunaan *digital payment* dapat meningkatkan produktivitas dan efektivitas para mahasiswa dalam melakukan pembayaran. Banyak referensi yang menekankan pentingnya persepsi kemanfaatan untuk meningkatkan kegunaan dan kepuasan pengguna, misalnya: Alshurideh et al. (2019) dan Wang et al. (2021) menyebutkan bahwa manfaat merupakan hal terpenting untuk dipertimbangkan oleh para mahasiswa dalam penggunaan *digital payment* secara terus menerus. Ketika para mahasiswa merasakan adanya kepuasan atas kemanfaatan yang dirasakan, maka mereka akan senantiasa terbiasa untuk menggunakan *digital payment* dalam transaksi pembayarannya sehari-hari.

Terakhir, hasil studi ini menggarisbawahi adanya peran penting dari kepuasan terhadap intensi kontinuitas penggunaan *digital payment*, dimana kepuasan yang dirasakan oleh para mahasiswa sebagai pengguna *digital payment* merupakan faktor kunci dalam meningkatkan intensi untuk menggunakan

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 4, No. 2, Januari 2023

teknologi jasa keuangan secara berkelanjutan. Selain itu, para mahasiswa sebagai generasi yang berpendidikan dan terbiasa dengan penggunaan teknologi sudah seharusnya dapat menjadi figur bagi masyarakat luas dalam percepatan implementasi digitalisasi di berbagai sektor. Sehingga, hasil studi ini sejalan dengan temuan dari Shaikh dan Karjaluoto (2015), Tam et al. (2020), dan Chaveesuk et al. (2022) yang mengkonfirmasi bahwa tingginya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh para pengguna teknologi memiliki dampak yang signifikan terhadap intensi kontinuitas penggunaannya.

KESIMPULAN

Hasil studi ini telah mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi para Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo untuk terus menggunakan *digital payment*, diantaranya faktor persepsi kemanfaatan dan kepuasan yang dirasakan oleh para mahasiswa saat menggunakan *digital payment*. Adapun faktor kepuasan menjadi faktor utama yang berdampak pada intensi kontinuitas penggunaan *digital payment* dikalangan para mahasiswa. Sebagaimana pendekatan model yang diaplikasikan ialah *Expectation Confirmation Model (ECM)* dengan hasil analisis model yang cukup layak, yakni 54,7%.

Sebagaimana mayoritas penduduk Indonesia saat ini didominasi oleh generasi muda yang dalam aktivitas kesehariannya terbiasa dengan digitalisasi dan otomatisasi, terutama para mahasiswa yang dikenal peka akan perubahan dan fleksibilitas. Riset ini akan membantu pemangku kepentingan dalam menyusun strategi dan kebijakan dalam menawarkan teknologi produk dan jasa yang lebih inovatif dan fleksibel. Keterbatasan dari studi ini ialah bahwa sampel hanya terdiri dari mahasiswa di suatu perguruan tinggi, sehingga belum bisa mengeneralisasi hasil temuan. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi dan mempertimbangkan penambahan cakupan sampel dari mahasiswa di beberapa perguruan tinggi agar didapatkan hasil temuan yang lebih baik. Selain itu, pengaplikasian integrasi model atau konsep yang berbeda juga diperlukan sebagai cerminan hasil penelitian yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrahão, R. de S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>
- Al-Hattami, H. M. (2021). Determinants of intention to continue usage of online shopping under a pandemic: COVID-19. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1936368>
- Alshurideh, M., Al Kurdi, B., & Salloum, S. A. (2019). Examining the main mobile learning system drivers' effects: A mix empirical examination of both the Expectation-Confirmation Model (ECM) and the Technology Acceptance Model (TAM). *International Conference on Advanced Intelligent Systems and Informatics*, 406–417.

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 4, No. 2, Januari 2023

- Ariffin, S. K., Abd Rahman, M. F. R., Muhammad, A. M., & Zhang, Q. (2021). Understanding the consumer's intention to use the e-wallet services. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(3), 446–461. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2021-0138>
- Arifin, M. S., & Wahyuastuti, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Kontinuitas Pengguna E-Wallet Pada Mahasiswa Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*, 02(01), 76–87.
- Bezhovski, Z. (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127–132.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 25(3), 351–370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaياسoonthorn, W. (2022). Continuance intention to use digital payments in mitigating the spread of COVID-19 virus. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 527–536. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.001>
- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J., & Zmijewska, A. (2008). Past, present and future of mobile payments research: A literature review. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(2), 165–181. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2007.02.001>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Franque, F. B., Oliveira, T., & Tam, C. (2021). Understanding the factors of mobile payment continuance intention: empirical test in an African context. *Heliyon*, 7(8), e07807. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07807>
- Gong, X., Lee, M. K. O., Liu, Z., & Zheng, X. (2020). Examining the Role of Tie Strength in Users' Continuance Intention of Second-Generation Mobile Instant Messaging Services. *Information Systems Frontiers*, 22(1), 149–170. <https://doi.org/10.1007/s10796-018-9852-9>
- Gupta, A., Yousaf, A., & Mishra, A. (2020). How pre-adoption expectancies shape post-adoption continuance intentions: An extended expectation-confirmation model. *International Journal of Information Management*, 52(April 2019), 102094. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102094>
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Halim, E., Chandra, A. N., Salim, J., Margarita, V., Destiano, R., & Hebrard, M. (2021). Predicting the determinants of continuance intention to use e-wallet in indonesia post-covid-19 pandemic. *2021 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 1, 545–550.
- Jena, R. K. (2022). Investigating and Predicting Intentions to Continue Using Mobile Payment Platforms after the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study among Retailers in India. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(7), 314. <https://doi.org/10.3390/jrfm15070314>
- Kaaronen, R. O. (2017). Affording sustainability: Adopting a theory of affordances as a guiding heuristic

- for environmental policy. *Frontiers in Psychology*, 8(NOV), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01974>
- Kalinić, Z., Marinković, V., Kalinić, L., & Liébana-Cabanillas, F. (2021). Neural network modeling of consumer satisfaction in mobile commerce: An empirical analysis. *Expert Systems with Applications*, 175(March), 0–3. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2021.114803>
- Nguyen, B. H., Zhuang, X., Wriggers, P., Rabczuk, T., Mear, M. E., & Tran, H. D. (2017). Isogeometric symmetric Galerkin boundary element method for three-dimensional elasticity problems. *Computer Methods in Applied Mechanics and Engineering*, 323, 132–150. <https://doi.org/10.1016/j.cma.2017.05.011>
- Nikou, S. A. (2021). Web-based videoconferencing for teaching online: Continuance intention to use in the post-COVID-19 period. *Interaction Design and Architecture(S)*, 47, 123–143.
- Pal, A., Herath, T., De', R., & Raghav Rao, H. (2021). Why do people use mobile payment technologies and why would they continue? An examination and implications from India. *Research Policy*, 50(6), 104228. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104228>
- Park, E. (2020). User acceptance of smart wearable devices: An expectation-confirmation model approach. *Telematics and Informatics*, 47(September 2019). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101318>
- Pricewaterhouse Coopers. (2019). It's time for a consumer-centred metric: introducing 'return on experience.' *Global Consumer Insights Survey*.
- Rabaa'i, A. A., & ALMaati, S. A. (2021). Exploring the Determinants of Users' Continuance Intention to Use Mobile Banking Services in Kuwait: Extending the Expectation-Confirmation Model. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 31(2), 141–184. <https://doi.org/10.14329/apjis.2021.31.2.141>
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alharafsheh, M., & Alghizzawi, M. (2021). The post-adoption behavior of internet banking users through the eyes of self-determination theory and expectation confirmation model. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(6), 1874–1892. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2020-0156>
- Sari, R. K., Utama, S. P., & Zairina, A. (2021). The Effect of Online Shopping and E-Wallet on Consumer Impulse Buying. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 231–242. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.3>
- Sarkar, S., Chauhan, S., & Khare, A. (2020). A meta-analysis of antecedents and consequences of trust in mobile commerce. *International Journal of Information Management*, 50(March 2019), 286–301. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.008>
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- Sharma, S. K., Mangla, S. K., Luthra, S., & Al-Salti, Z. (2018). Mobile wallet inhibitors: Developing a comprehensive theory using an integrated model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 45(June), 52–63. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.08.008>
- Singhania, M., & Saini, N. (2020). Revisiting environmental degradation and economic growth nexus using

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 4, No. 2, Januari 2023

- autoregressive distributed lag approach. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(8), 1765–1796. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-10-2019-0509>
- Siyal, A. W., Ding, D., & Siyal, S. (2019). M-banking barriers in Pakistan: a customer perspective of adoption and continuity intention. *Data Technologies and Applications*, 53(1), 58–84. <https://doi.org/10.1108/DTA-04-2018-0022>
- Suryanto, Herwan Abdul Muhyi, P. S. K. (2022). USE OF DIGITAL PAYMENT IN MICRO, SMALL AND MEDIUM BUSINESS. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(1), 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2016). Determinants of continuance intention to use the smartphone banking services: An extension to the expectation-confirmation model. *Industrial Management and Data Systems*, 116(3), 508–525. <https://doi.org/10.1108/IMDS-05-2015-0195>
- Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2020). Exploring the influential factors of continuance intention to use mobile Apps: Extending the expectation confirmation model. *Information Systems Frontiers*, 22(1), 243–257. <https://doi.org/10.1007/s10796-018-9864-5>
- Wang, T., Lin, C. L., & Su, Y. S. (2021). Continuance intention of university students and online learning during the covid-19 pandemic: A modified expectation confirmation model perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8). <https://doi.org/10.3390/su13084586>