



Determinasi financial technology pada generasi milenial dengan pendekatan unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT)

R. Suryanti Ismail*, Mozes David Istia, Hajar Manuhaneny

Universitas Kristen Indonesia Maluku, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Oct 12th, 2024

Revised Nov 20th, 2024

Accepted Des 22th, 2024

Keywords:

Financial technology

Millennials

UTAUT model

Technology acceptance

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan mengukur pengaruh faktor-faktor yang terdapat dalam UTAUT (unified Theory of acceptance and use of technology) yaitu pengaruh Ekspektasi kerja (performance expectancy), ekspektasi usaha (effort expectancy), pengaruh social (social influence), dan kondisi yang memfasilitasi (facilitation conditons) terhadap minat menggunakan (behavior intention) e-wallet pada generasi milenial. Adapun sampel yang digunakan yaitu generasi milenial yang berada pada lima kecamatan di Kota Ambon. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purpose sampling. Penggunaan purpose sampling karena penelitian ini membutuhkan kriteria tertentu seperti usia responden berada pada rentang kelahiran 1981-2000, menggunakan e-wallet dan berdomisili di Kota Ambon. Metode Pengumpulan data menggunakan kuisioner yang disebarluaskan kepada generasi milenial yang bersedia dijadikan sampel. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dan menyimpulkan bahwa Finansial Technologi (fintech) memiliki determinasi yang kuat pada generasi milenial sebesar 68,3% dimana minat menggunakan e-wallet yang dipengaruhi oleh Ekspektasi kerja (98,3%), pengaruh social (91,65), ekspektasi usaha (81,9%) dan kondisi yang memfasilitasi (25,3%). Presentase ini merujuk pada harapan kinerja fintech (e-wallet) dalam mendukung aktifitas sehari-hari, kemudahan penggunaan, dan juga pengalaman berbagai pihak ketika menggunakan aplikasi tersebut serta kemungkinan teknologi ini bisa beroperasi secara baik dan dapat terus digunakan dimasa yang akan datang.



© 2024 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Corresponding Author:

R. Suryanti Ismail,

Universitas Kristen Indonesia Maluku

Email: suryantiismail18@gmail.com

Pendahuluan

Penerapan teknologi dalam bisnis semakin berkembang yang ditandai dengan munculnya berbagai model inovasi dalam transaksi keuangan. Determinasi teknologi keuangan ini telah merambah berbagai sektor bisnis dan terintegrasi melalui aplikasi-aplikasi keuangan yang ditawarkan kepada konsumen. Sebagai contoh adalah penggunaan Dompet Digital atau *e-wallet* pada generasi milenial. *E-wallet* merupakan suatu bentuk teknologi yang memungkinkan individu untuk menyimpan, mengelola, dan menggunakan uang elektronik melalui perangkat digital seperti ponsel pintar, tablet, atau Komputer (Suyanto, 2023). *E-wallet* berfungsi sebagai pengganti fisik dari dompet konvensional yang biasanya digunakan untuk menyimpan uang tunai. Inovasi dalam *e-wallet* telah membawa perubahan dan kemajuan dimana *e-wallet* mampu menggeser sistem pembayaran

konvensional menjadi sistem pembayaran digital. Fitur-fitur baru yang memudahkan penggunaanya dalam bertransaksi juga mampu menumbuhkan minat konsumen untuk menjadikan *e-wallet* sebagai salah satu alat pembayaran. Selain itu minat generasi milenial dalam menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh Ekspektasi kerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh social (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitation conditons*) (Viswanath Vekantesh, 2012).

Berdasarkan uraian tersebut maka penilitian ini mengukur determinasi fintech pada generasi milenial berdasarkan besaran pengaruh Ekspektasi kerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh social (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitation conditons*) terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial. Faktor-faktor tersebut menjadi instrumen yang dipakai dalam model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) untuk mengukur bagaimana tingkat penerimaan generasi milenial dalam menggunakan financial Technology (teknologi keuangan) atau penggunaan *e-wallet* sebagai alat dalam transaksi keuangan.

Landasan Teori

Financial Technology

Financial Technologi (Fintech) merupakan inovasi modern yang mengkombinasikan teknologi informasi dan transaksi bisnis khususnya yang berkaitan dengan bidang keuangan. Fintech membentuk suatu sistem pengelolaan transaksi keuangan dengan memanfaatkan teknologi. Sistem ini dirancang untuk mempercepat dan mempermudah aktivitas keuangan, baik individu maupun secara kelembagaan atau bisnis. Fintech menunjukkan sebuah layanan jasa finansial yang menggunakan media online berupa teknologi informasi untuk mengembangkan sektor keuangan.

UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Thecnology*)

The Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT) merupakan salah satu model penerimaan teknologi yang mensintetisikan elemenelemen pada delapan model penerimaan teknologi yang pernah ada yaitu theory of reasoned action (TRA), technology acceptance model (TAM), motivation model (MM), theory of planned behavior (TPB), combined TAM & TPB, model of PC utilization (MPTU), innovation diffusion theory (IDT) dan social cognitive theory (SCT) untuk memperoleh kesatuan pandangan mengenai penerimaan teknologi terkini (Venkatesh et al., 2003). UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70 persen varian pengguna (Venkatesh et al., 2003). Model UTAUT adalah model yang baru dimana model ini dikembangkan karena adanya keterbatasan pada model TAM yang kurang komprehensif dalam mempertimbangkan beberapa aspek yang berpengaruh pada prilaku penerimaan pengguna terhadap penerapan teknologi.

Model ini menunjukkan bahwa terdapat empat konstruk utama yang dapat mempengaruhi niat berprilaku (*behavioral intention*) dan perilaku pengguna atau perilaku untuk menggunakan teknologi (*use behavior*) yang dibentuk oleh persepsi orang-orang terhadap ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effory expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung/ fasilitas (*facilitating condition*) yang dimoderatori oleh jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*), dan kesukarelaan (*voluntariness*) (Venkatesh et al., 2003).

Performance expectancy atau ekspektasi Kinerja merujuk pada sejauh mana individu percaya bahwa sistem yang digunakan dapat memberikan manfaat dalam melakukan tugas pekerjaan (Bayumi, 2023). Performance expectancy adalah sebuah kriteria yang mendefinisikan kepercayaan atau harapan user untuk meningkatkan performance pekerjaannya dengan menggunakan sistem yang diimplementasikan. Menurut (Venkatesh V. et al., 2012). Performance expectancy mengukur sejauh mana konsumen merasa bahwa menggunakan sistem pembayaran elektronik akan membantu dan memberikan keuntungan dalam melakukan transaksi online seperti dalam hal kecepatan, keamanan, dan kenyamanan bertransaksi. Dengan demikian performance expectancy dapat diartikan sebagai seberapa tinggi seseorang akan percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan membantu untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja di pekerjaannya. Pengukuran performance expectancy dapat dilakukan melalui dimensi *Perceived Usefulness* yaitu persepsi kegunaan secara menguntungkan, *Extrinsic motivation* yaitu perilaku yang didorong oleh imbalan eksternal, *Job fit* yaitu kapabilitas sistem dalam meningkatkan sebuah formasi kerja individu atau kinerja, *Relative Advantage* yaitu seberaoa jauh menggunakan sesuatu inovasi yang dipersepsikan akan lebih baik dibandingkan pendahulunya, *Outcome Expectation* yaitu ekspektasi hasil yang berhubungan dengan konsekuensi-konsekuensi dari perilaku (Venkatesh V. et al., 2012).

Effory Expectancy merupakan sebuah kriteria yang mendefinisikan kepercayaan atau harapan pengguna untuk mengurangi usaha yang diperlukan dalam menyelesaikan tugasnya (Mutlu et al., 2017). *Effort expectancy* juga merupakan tingkatan upaya setiap individu dalam penggunaan sebuah sistem untuk mendukung melakukan pekerjaannya (Venkatesh V. et al., 2012). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kemudahan yang didapatkan dari penggunaan aplikasi tersebut maka semakin rendah tingkat kesulitan yang dihadapi dalam menyelesaikan

pekerjaannya atau semakin mudah pengguna dalam menyelesaikan pekerjaannya. Pengukuran *Effort expectancy* dapat dilakukan melalui dimensi *Perceived ease of use* yaitu kepercayaan pengguna terhadap sistem yang digunakan yang berkaitan dengan kemudahan kenyamanan dalam menyelesaikan pekerjaan, *Ease of use* yaitu kemudahan yang dirasakan pengguna yang berkaitan dengan inovasi dari sistem yang sulit digunakan, *Complexity* atau tingkat kerumitan yaitu tingkat dimana inovasi dapat dipresesikan sebagai sesuatu yang relative sulit untuk dipahami dan digunakan oleh individu.

Social Influence merupakan tingkat dimana seseorang menganggap penting untuk orang lain meyakinkan dirinya dalam menggunakan sistem baru (Venkatesh et al., 2003). *Social Influence* menunjukkan sejauhmana seseorang dapat mempengaruhi perilaku individu lain yang memfasilitasi perilaku dengan sistem teknologi yang digunakan (Haryono, 2015). Pengaruh sosial berkaitan dengan tekanan eksternal dari orang-orang penting dalam hidup seseorang seperti keluarga, teman, supervisor di tempat kerja, atau orang tertentu yang memiliki pengaruh dalam kehidupan seseorang. Kondisi ini akan memberikan pesan tentang harapan sosial dan menampilkan perilaku yang diamati dari orang lain. *Social Influence* dibentuk oleh dua dimensi yaitu *subjective norms* dan *visibility* (Shih-Tse Wang & Pei-Yu Chou, 2014). *subjective norms* berhubungan dengan persepsi konsumen terhadap apa yang harus dan yang tidak boleh dilakukan. *subjective norms* dijelaskan oleh indikator (Tanakinjal et al., 2012) *Behavioral belief* yaitu *subjective norms* yang menimbulkan kepercayaan pada diri konsumen tentang bagaimana meyikapi suatu hal, misalnya keyakinan akan dampak positif jika ia melakukan hal-hal baik atau sebaliknya; dan *Normative belief* yaitu *subjective norms* yang menimbulkan kepercayaan pada diri konsumen tentang apa yang harus dan yang tidak boleh dilakukan atau kepercayaan yang timbul karena melihat orang penting yang dipercaya melakukan hal tersebut. Sedangkan *visibility* adalah pengaruh sosial yang terbentuk oleh suatu keadaan dari perilaku konsumen yang dapat diamati oleh konsumen lain atau dengan kata lain keputusan konsumen dipengaruhi oleh bagaimana persepsi konsumen tersebut terhadap perilaku konsumen lain yang dilihatnya. *Visibility* dapat dijelaskan melalui indikator (Shih-Tse Wang & Pei-Yu Chou, 2014) perilaku konsumen lain, yaitu perilaku yang mendorong konsumen melakukan hal yang sama ketika ia mendapati konsumen lain melakukan sesuatu; dan indikator pengaruh lingkungan, yaitu dorongan yang mempengaruhi konsumen melakukan sesuatu hal ketika ia mengamati bahwa lingkungan disekitarnya banyak melakukan hal tertentu atau menggunakan sesuatu.

Facilitating condition menunjukkan sejauh mana tingkat kepercayaan individu dalam menggunakan sistem atau aplikasi berdasarkan ketersediaan infrastruktur teknis dan organisasi yang mengelola penggunaan sistem atau teknologi tersebut, serta pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki pengguna untuk mengaplikasikannya. *Facilitating conditions* juga termasuk dalam keyakinan seseorang terhadap fasilitas dilingkungannya termasuk jangkauan, jaringan dan ketersediaan perangkat untuk menjadikan keyakinan seseorang menerima sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2003). Seseorang yang memiliki akses ke suatu fasilitas yang mendukung kondisi untuk menggunakan suatu teknologi, lebih berpotensi memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan teknologi (Mahendra et al., 2017). *Facilitating conditions* merupakan representasi dari tiga konstruk antara lain *control of conscious behavior (technology acceptance model and theory of planned behavior)*, *promoting condition (model of personal computer utilization)* and *compatibility (innovation diffusion theory)*. *Control of conscious behavior* adalah kontrol perilaku dimana seseorang menggunakan kesadaran dan niatnya untuk mengatur dan mengarahkan perilaku, emosi dan pikiran untuk mencapai tujuan tertentu serta menghalau tindakan yang bertentangan dengan tujuannya. *Promoting condition* adalah suatu kondisi yang mendorong atau meningkatkan penerimaan terhadap suatu produk, ide atau konsep tertentu. Sedangkan *compatibility* adalah sejauhmana sebuah inovasi atau sistem teknologi dapat dirasakan konsistensinya dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman masa lalu pengguna, serta memiliki kesesuaian dengan praktik kerja pengguna yang telah ada sebelumnya, juga memiliki dampak kemudahan dan kecepatan dalam mengadopsi inovasi tersebut.

Behavior Intention (minat)

Minat pemanfaatan suatu sistem merupakan niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap sistem tersebut (Venkatesh et al., 2003). *Behavior Intention* menunjukkan ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu dimasa yang akan datang seperti menggunakan suatu seisten atau teknologi secara berkelanjutan yang didasarkan pada persepsi individu terhadap manfaat dan kemudahan sistem tersebut. Dengan demikian minat atau niat perilaku seseorang terbentuk atas persepsi positif terhadap manfaat teknologi yang diyakini dapat meningkatkan kinerjanya, serta Persepsi positif terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi atau inovasi baru.

Generasi Milenial

Generasi Langgas (Millennials) merupakan generasi yang berkembang dimana banyak inovasi-inovasi ilmu teknologi informasi. Menurut (Bruce, 2012) generasi milenial merupakan sekelompok anak-anak muda yang lahir pada awal tahun 1980 hingga awal tahun 2000 an. Generasi ini juga nyaman dengan keberagaman, teknologi, dan komunikasi online untuk tetap terkoneksi dengan teman-temannya. Generasi ini lebih fleksibel

terhadap hal-hal yang baru dan segala kemungkinan yang akan terjadi, dalam hal pekerjaan generasi millenial menaruh harapan yang tinggi dan mencari arti pekerjaan mereka.

E-Wallet

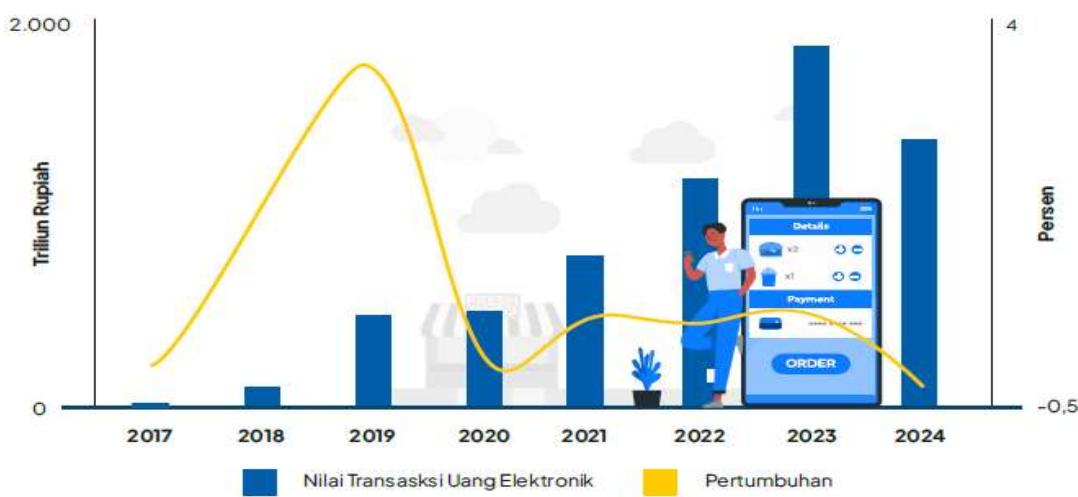
Dompet digital atau e-wallet sebagai alternatif dalam sistem pembayaran yang memberi kemudahan kepada penggunanya dalam melakukan transaksi keuangan. E-Wallet adalah produk layanan uang elektronik yang digunakan secara mudah, cepat dan aman (Tazkiyyaturrohmah, 2018). E-Wallet juga merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data-data instrument pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik dan dapat menampung dana dan melakukan pembayaran (Noer et al., 2020). Selain itu E-Wallet merupakan bentuk uang elektronik yang menggunakan sistem digital berbasis server sebagai bagian dari implementasinya (Silalahi et al., 2022). E-Wallet juga berperan dalam pengelolaan keuangan pribadi terutama dikalangan generasi milenial. Data Outlook Ekonomi digital tahun 2025 (Nailul Huda et al., 2025) menunjukkan perubahan penggunaan alat pembayaran sejak tahun 2017 hingga tahun 2024.



Gambar 1. Perbandingan Volume Transaksi Alat Pembayaran.

Sumber: Outlook Ekonomi digital tahun 2025

Gambar diatas menunjukkan lonjakan signifikan dalam penggunaan e-money sebagai alat pembayaran. Kemudahan penggunaan e-money menjadi faktor utama dalam membentuk preferensi pengguna yang juga didukung oleh perbaikan infrastruktur keuangan digital. E-Money juga sering menawarkan berbagai stimulus seperti cashback, diskon, dan program loyalitas lainnya yang menambah nilai bagi pengguna.



Gambar 2. Pertumbuhan Nilai Transaksi E-Money (Persen)

Sumber: Outlook Ekonomi digital tahun 2025

Pertumbuhan Transaksi E-Money mencapai puncak pertumbuhannya pada tahun 2019 dan mengalami penurunan tajam ditahun 2020. Penurunan ini juga mengakibatkan menurunnya nilai transaksi keuangan akibat

pandemi. Tingkat pertumbuhan mulai mengalami perubahan fluktuatif pada tahun-tahun berikutnya yang juga diiringi dengan fluktuasi nilai transaksi non tunai.

Metode

Penilitian ini bertujuan untuk mengukur minat (*Behavior Intention*) generasi milenial dalam menggunakan e-wallet yang dibentuk oleh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung/ fasilitas (*facilitating condition*). Penilitian ini berlokasi di Kota Ambon dan memilih 100 orang generasi milenial yang lahir dalam tahun 1980 – 2000 atau yang saat ini berusia 24 – 45 tahun sebagai sampel yang dikelompokkan berdasarkan area domisili anggota populasi. Anggota populasi tersebar pada 5 Kecamatan di Kota Ambon yaitu kecamatan, Nusaniwe, Sirimau, Baguala, Teluk Ambon, dan Leitimur selatan. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada responden dan selanjutnya dianalisis menggunakan Analisis Regresi linier Berganda.

Analisis dan Pembahasan

Analisis penilitian yang dilakukan ini adalah untuk menguji determinasi *Financial Teknology* pada Generasi Milenial dengan Pendekatan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). Uji ini menekankan pada Minat generasi milenial dalam menggunakan e-wallet yang dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung/ fasilitas (*facilitating condition*). Karakteristik data responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Data Responden berdasarkan Gender, Usia, dan Alamat Domisili

Gender	Usia (Tahun)	Nusaniwe	Sirimau	Alamat Baguala	Tel. Ambon	Letisel	Total
Laki-Laki	<= 30	2	3	1	3	3	12
	31 – 35	6	4	4	5	4	23
	36 – 40	0	1	2	1	3	7
	40 – 45	1	1	4	1	0	7
		9	9	11	10	10	49
Perempuan	<= 30	2	5	2	3	3	15
	31 – 35	7	3	5	5	3	23
	36 – 40	2	2	1	0	3	8
	40 – 45	0	1	1	2	1	5
		11	11	9	10	10	51
Total	<= 30	4	8	3	6	6	27
	31 – 35	13	7	9	10	7	46
	36 – 40	2	3	3	1	6	15
	40 – 45	1	2	5	3	1	12
		20	20	20	20	20	20

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memenuhi syarat sebagai responden berjumlah 100 orang yang terdiri dari 49 orang laki-laki dan 51 orang perempuan dan masing-masing kecamatan sebanyak 20 orang. Jika dikategorikan berdasarkan usia maka terdapat 27 % berusia \leq 30 tahun, 46 % berusia 31 – 35 tahun, 15 % berusia 36 – 40 tahun, 12 % berusia 40 – 45 tahun.

Tabel 2. Data Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Jenis E-Walet yang Digunakan

Pendapatan (Rp)	Jenis E- Walet				Total	
	Ovo	Go Pay	Dana	Bank Payment		
<= 1.000.000	6	9	3	1	1	20
1.000.001 – 3.000.000	10	10	11	3	1	35
3.000.001 – 5.000.000	4	7	9	2	2	24
> 5.000.000	8	5	4	3	1	21
Total	28	31	27	9	5	100

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden pengguna e-walet memiliki tingkat pendapatan yang beragam. Sebanyak 35 % pengguna memiliki pendapatan diantara satu juta rupiah hingga tiga juta rupiah. Sedangkan pengguna dengan pendapatan dibawah satu juta rupiah menjadi yang paling sedikit dalam penggunaan e-walet yaitu sebesar 20 %. Sementara itu jenis e-walet yang paling banyak digunakan adalah Go Pay sebanyak 31 % dan jenis e-walet lainnya yang paling sedikit yaitu sebanyak 5 %.

Tabel 3. Data Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Usia

Pendapatan (Rp)	Usia				Total
	<= 30	31 – 35	36 – 40	41 - 45	
<= 1.000.000	16	2	1	1	20
1.000.001 – 3.000.000	11	24	3	0	38
3.000.001 – 5.000.000	4	10	9	2	25
> 5.000.000	1	5	2	9	17
Total	32	41	15	12	100

Data diatas menunjukkan responden dalam penitian ini merupakan generasi milenial yang berumur antara 25 tahun hingga 45 tahun yang berada dalam 3 kategori yaitu dibawah 30 tahun sebanyak 32 % , 31-35 tahun sebanyak 41 %, 36-40 tahun sebanyak 15 %, dan 41-45 tahun sebanyak 12%. Sedangkan tingkat pendapatan berdasarkan usia responden terdiri dari 20% pada pendapatan dibawah satu juta rupiah, 38 % pada pendapatan antara satu juta rupiah sampai tiga juta rupiah, 25 % pada pendapatan antara tiga juta rupiah hingga lima juta rupiah, dan 17 % pada pendapatan diatas lima juta rupiah.

Tabel 4. Data Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Jenis Pekerjaan

Pendapatan (Rp)	Jenis Pekerjaan				Total
	Buruh Harian	Swasta Tidak Tetap	Swasta Tetap	ASN/ BUMN/ TNI/ POLRI	
<= 1.000.000	13	6	1	0	20
1.000.001 – 3.000.000	7	25	6	0	38
3.000.001 – 5.000.000	0	4	10	11	25
> 5.000.000	0	1	6	10	17
Total	20	38	23	21	100

Selanjutnya tingkat pendapatan ini didasarkan pada jenis pekerjaan responden. Responden yang bekerja sebagai buruh harian sebanyak 20 %, swasta tidak tetap sebanyak 38 %, swasta tetap sebanyak 23 %, dan ASN/ BUMN/ TNI/ POLRI sebanyak 21%.

Tabel 5. Data Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Jenis E-Walet yang Digunakan

Jenis Pekerjaan	Jenis E- Walet				Total
	Ovo	Go Pay	Dana	Bank Payment	
Buruh Harian	6	7	6	1	20
Swasta Tidak Tetap	6	18	9	3	36
Swasta Tetap	9	3	6	5	23
ASN/ BUMN/ TNI/ POLRI	4	4	7	3	21
Total	25	30	28	12	100

Data responden berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa jenis e-walet yang digunakan adalah Ovo, Gopay, Dana, Bank Payment, dan Jenis e-walet lainnya. Terdapat 20% responden dengan pekerjaan sebagai buruh harian dan 23% dengan pekerjaan swasta tetap, menggunakan jenis e-walet seperti yang disebutkan diatas, kecuali e-walet lainnya. Sedangkan 36% responden dengan pekerjaan swasta tidak tetap, dan 21% responden dengan pekerjaan sebagai ASN/ BUMN/ TNI/ POLRI menggunakan semua e-walet seperti yang disebutkan diatas.

Validitas dan Reliabilitas Data

Tabel 6. Validitas dan Reabilitas Data X1 (Performance Expectancy)

Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	X1	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	0,000	0,468	0,703
X1.2	0,000	0,354	0,723
X1.3	0,000	0,536	0,644
X1.4	0,000	0,541	0,676
Cronbach's Alpha			0,728

Uji validitas dan reliabilitas pada variabel dan indikator Performance Expectancy menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan valid dan reliable dengan tingkat signifikansi berada dibawah 5%.

Tabel 7. Validitas dan Reabilitas Data X2 (Effort Expectancy)

Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	X2	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	0,000	0,596	0,840
X2.2	0,000	0,421	0,834
X2.3	0,000	0,526	0,855
X2.4	0,000	0,456	0,903
			0,893

Uji validitas dan reliabilitas pada variabel dan indikator Effort Expectancy menunjukkan bahwa semuavariabel dinyatakan valid dan reliabel dengan tingkat signifikansi berada dibawah 5%.

Tabel 8. Validitas dan Reabilitas Data X3 (Social Influence)

Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	X3	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	0,000	0,493	0,608
X3.2	0,000	0,619	0,742
X3.3	0,000	0,481	0,773
X3.4	0,000	0,334	0,785
			0,787

Uji validitas dan reliabilitas pada variabel dan indikator Social Influence menunjukkan bahwa semuavariabel dinyatakan valid dan reliable dengan tingkat signifikansi berada dibawah 5%.

Tabel 9. Validitas dan Reabilitas Data X3 (Performance Expectancy)

Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	X4	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	0,000	0,413	0,747
X4.2	0,000	0,436	0,680
X4.3	0,000	0,587	0,789
X4.4	0,000	0,470	0,879
			0,858

Uji validitas dan reliabilitas pada variabel dan indikator Facilitating Conditions menunjukkan bahwa semuavariabel dinyatakan valid dan reliable dengan tingkat signifikansi berada dibawah 5%.

Tabel 10. Validitas dan Reabilitas Data X4 (Facilitating Expectancy)

Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	Y	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	0,000	0,434	0,739
Y.2	0,000	0,285	0,720
Y.3	0,000	0,446	0,672
Y.4	0,000	0,275	0,741
			0,767

Uji validitas dan reliabilitas pada variabel dan indikator Behavioral Intention to Use Fintech menunjukkan bahwa semuavariabel dinyatakan valid dan reliable dengan tingkat signifikansi berada dibawah 5%.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui variabel yang digunakan dalam model memiliki distribusi normal atau tidak. Sebab variabel harus berdistribusi norma atau mendekati itu. Pengujian ini dilakukan menggunakan teknik analisis Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov		Keterangan
	Statistic	Sig	
Performance expectancy	0,122	0,170	Normal
Effort expectancy	0,185	0,090	Normal
Social influence	0,244	0,100	Normal

Variabel	Kolmogorov-Smirnov		Keterangan
	Statistic	Sig	
<i>Facilitation conditons</i>	0,190	0,06	Normal
<i>Behavior intention</i>	0,185	0,080	Normal
<i>Sig</i> $\geq 0,05$			

Sumber : Data Diolah

Hasil Uji Normalitas diatas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dimana tingkat signifikansi lebih dari 0,05 atau lebih besar dari $\alpha \geq 5\%$.

b. Uji Liniearitas

Tabel 12. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F	Sig	Keterangan
X1 terhadap Y	2,065	0,077	Linier
X2 terhadap Y	0,314	0,868	Linier
X3 terhadap y	0,519	0,722	Linier
X4 terhadap Y	0,540	0,704	Linier
DFL $\geq 0,05$			
F $\geq 0,05$			

Sumber : Data Diolah

Hasil Uji diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu ekspektasi kerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh social (*social influence*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitation conditons*) memiliki hubungan yang linier dengan Variabel dependen yaitu minat generasi milenial dalam menggunakan e-wallet. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F yang lebih besar dari 0,05 dan nilai Deviation from Linearity lebih besar dari 0,05.

c. Uji Multikoliniearitas

Tabel 13. Hasil Uji Multikoliniearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
<i>Performance expectancy</i>	0,999	1,001	Tidak terjadi gejala
<i>Effort expectancy</i>	0,979	1,021	multikolinieritas
<i>Social influence</i>	0,993	1,007	
<i>Facilitation conditons</i>	0,975	1,026	
Tolerance $\geq 0,1$			
VIF $\leq 10,00$			

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji multikoliniearitas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikoliniearitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai Tolerance $\geq 0,1$ dan nilai VIF $\leq 10,00$.

e. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
<i>Performance expectancy</i>	0,434	Tidak terjadi gejala
<i>Effort expectancy</i>	0,204	heteroskedastisitas
<i>Social influence</i>	0,216	
<i>Facilitation conditons</i>	0,343	
<i>Sig</i> $\geq 0,05$		

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan diatas pada tabel 4.16, maka semua variabel independen menunjukkan nilai lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa semua variabel independen bebas dari heteroskedastisitas.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penilitian yang diperoleh berdasarkan uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa Financial Technologi memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Hal ini dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien
Konstanta	18,578
X1 (<i>performance expectancy</i>)	0,983
X2 (<i>effort expectancy</i>)	0,819
X3 (<i>social influence</i>)	0,916
X4 (<i>facilitation conditons</i>)	0,253
Rhitung	0,827
R Square	0,683
F	51,262
Sig	0,000

Sumber : Data Diolah

Hasil Uji diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 18,578 + 0,983 X1 + 0,819 X2 + 0,916 X3 + 0,253 X4 + e$$

Model persamaan ini bermakna :

- Besarnya nilai koefisien regresi X1 menunjukkan bahwa pada setiap perubahan *performance expectancy* akan berpotensi meningkatkan Minat Menggunakan *E-Wallet* pada generasi milenial
- Besarnya nilai koefisien regresi X2 menunjukkan bahwa pada setiap perubahan *effort expectancy* akan berpotensi meningkatkan Minat Menggunakan *E-Wallet* pada generasi milenial
- Besarnya nilai koefisien regresi X3 menunjukkan bahwa pada setiap perubahan *social influence* akan berpotensi meningkatkan Minat Menggunakan *E-Wallet* pada generasi milenial
- Besarnya nilai koefisien regresi X4 menunjukkan bahwa pada setiap perubahan *facilitation conditons* akan berpotensi meningkatkan Minat Menggunakan *E-Wallet* pada generasi milenial

Selain itu dilakukan juga uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t). Hasil uji menunjukkan bahwa :

Tabel 15. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig
Konstanta	4,665	0,000
X1 (<i>performance expectancy</i>)	8,188	0,000
X2 (<i>effort expectancy</i>)	7,419	0,000
X3 (<i>social influence</i>)	7,921	0,000
X4 (<i>facilitation conditons</i>)	2,061	0,042

Pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel diatas dengan menganggap bahwa variabel lainnya konstantan. Hasil uji ini membuktikan bahwa masing-masing variabel independen yang dimasukkan kedalam model memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan kesimpulan atas hasil pengujian dapat diketahui melalui nilai probability value (sig) yang lebih kecil dari 0,05.

Pembahasan

Tabel 4,2,1 menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,683 yang menjelaskan tentang kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Hasil Uji regresi menunjukkan bahwa financial teknologi yang dijelaskan melalui Ekspektasi kerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Fasilitas mempengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan e-wallet sebagai model financial teknologi. Secara simultan, determinasi Fintech adalah sebesar sebesar 68,3 %. Sedangkan secara parsial, *performance expectancy* memiliki pengaruh dominan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial yaitu sebesar 98,3 %, disusul oleh *social influence* sebesar 91,6 %, *effort expectancy* sebesar 81,9 %, dan *facilitation conditons* sebesar 25,3 %.

4.2.2. Pengaruh *performance expectancy* (Ekspektasi Kerja) Terhadap *Behavior Intention* (Minat Menggunakan) *E-Wallet* pada Generasi Milenial.

Hasil Penilitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* atau Ekspektasi Kerja berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial. Faktor ini sangat dominan yaitu sebesar 98,3 %. Sejauh umum generasi milenial merasa merasa percaya bahwa sistem yang digunakan dapat memberikan manfaat dalam melakukan aktifitasnya. Harapan tentang peningkatan performance pekerjaan melalui penggunaan e-wallet dapat terwujud. Penggunaan e-wallet sebagai aplikasi fintech membantu generasi milenial dalam mengelola keuangan menjadi lebih efektif. Penggunaan e-wallet juga membantu penggunaanya dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari sehingga tujuan pengelolaan keuangan yang diharapkan bisa tercapai. Selain itu, penggunaan e-wallet mampu meningkatkan produktifitas generasi milenial. Melalui penggunaan e-wallet,

transaksi keuangan yang dilakukan menjadi lebih cepat, efisien, tidak dibatasi oleh waktu dan tempat, dan meningkatkan kepercayaan serta transparansi dalam bertransaksi.

4.2.3. Pengaruh *Social Influence* (Pengaruh Sosial) Terhadap *Behavior Intention* (Minat Menggunakan) *E-Wallet* pada Generasi Milenial.

Hasil Penilitian menunjukkan bahwa *Social Influence* atau Pengaruh Sosial turut mempengaruhi minat menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial. Pengaruh sosial menduduki peringkat kedua dalam mempengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan e-wallet sebagai aplikasi fintech. Pengaruh sosial sebesar 91,6 % dibentuk oleh faktor lingkungan seperti pertemanan, keluarga, kolega, relasi, maupun orang-orang yang dianggap penting bagi pengguna (idola, artis, teman dekat, dll) yang turut menggunakan aplikasi fintech. Pengaruh ini juga mencakup pola interaksi yang terjadi antara generasi milenial dengan orang-orang dalam lingkungannya serta norma-norma yang terbentuk dalam interaksi sosial tersebut. Hal ini mempengaruhi minat pengguna dalam mengadopsi fintech dalam kehidupannya sehari-hari. Generasi milenial selanjutnya meyakini bahwa penggunaan e-wallet adalah penting baginya dan akan memberikan nilai positif baginya dalam pergaulan, pekerjaan, dan hal-hal lain dimasa datang. Niat ini muncul dan penggunaan e-wallet dilakukan dengan senang hati tanpa ada tekanan. Artinya bahwa lingkungan riil maupun media sosial tidak memiliki pengaruh negatif terhadap niat generasi milenial dalam mengadopsi fintech. Niat menggunakan e-wallet sebagai aplikasi fintech pada generasi milenial muncul ketika mendapatkan stimulus dan informasi tentang fintech dari lingkungannya termasuk melalui media sosial. Oleh sebab itu secara sadar dan penuh perhitungan, mereka mempertimbangkan untuk menggunakan e-wallet ataupun memutuskan untuk terus menggunakannya dimasa yang akan datang. Niat ini muncul tanpa adanya tekanan yang bersifat negatif sehingga mampu mendorong generasi milenial untuk melakukan hal sama ketika mereka mendapati orang lain melakukan sesuatu terutama hal-hal baru yang dipandang menarik.

4.2.4. Pengaruh *effort expectancy* (Ekspektasi Usaha) Terhadap *Behavior Intention* (Minat Menggunakan) *E-Wallet* pada Generasi Milenial.

Hasil Penilitian menunjukkan bahwa *effort expectancy* atau Ekspektasi Usaha berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial. Pengaruh Ekspektasi usaha sebesar 81,9 % dijelaskan melalui tingkat kepercayaan serta terpenuhinya harapan generasi milenial terhadap manfaat e-wallet sebagai aplikasi fintech dalam menyelesaikan tugasnya. Aplikasi ini sangat mudah dipelajari dan nyaman dalam penggunaannya. Aplikasi fintech ini ringkas digunakan, yaitu pengguna tidak mengalami kesulitan dalam memahami cara kerjanya serta mendukung berbagai aktifitas dan transaksi keuangan sehari-hari. Penggunaan e-wallet juga menjadi simbol modernisasi bagi penggunanya. Penggunaan e-wallet mampu menumbuhkan kepercayaan diri penggunanya oleh karena ragam fitur-fitur yang tersedia mendukung berbagai aktifitas dan sesuai dengan kebutuhan generasi milenial sebagai penggunanya (seperti transaksi pembelian online, transaksi di merchant tertentu, pemesanan tiket, dll).

4.2.5. Pengaruh *facilitation conditons* (Kondisi yang memfasilitasi) Terhadap *Behavior Intention* (Minat Menggunakan) *E-Wallet* pada Generasi Milenial.

Hasil Penilitian menunjukkan bahwa *facilitation conditons* atau Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial. Namun jika dibanding dengan variabel lainnya, *facilitation conditons* memiliki pengaruh yang lebih rendah yaitu sebesar 25,3 %. Secara umum generasi milenial merasa yakin dan mempercayai adanya fasilitas yang mendukung aplikasi fintech. Tersedianya berbagai fitur dalam aplikasi fintech sangat mendukung aktifitas bertransaksi sehari-hari. Akan tetapi ketersediaan infrastruktur seperti akses internet belum merata dibeberapa wilayah menjadikan penggunaan layanan seringkali terhambat dan sulit di akses. Begitu juga dengan perangkat digital seperti smartphone yang belum digunakan secara maksimal. Pada kelas usia 40 tahun ke atas, generasi milenial sebagai pengguna hanya menggunakan aplikasi fintech untuk beberapa layanan saja seperti layanan antar jemput dan pesanan makanan. Hal lainnya adalah, pengguna aplikasi fintech kurang memiliki kesadaran tentang risiko keuangan jika tidak menggunakan layanan fintech secara bijak. Beberapa diantaranya terjebak dalam beban pinjaman, serta fasilitas Paylater yang tersedia.

4.2.6. *Behavior Intention* (Minat Menggunakan) *E-Wallet* pada Generasi Milenial.

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan diatas maka diketahui bahwa generasi milenial memiliki minat dalam menggunakan E-Wallet sebagai aplikasi fintech yang dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*. Generasi Milenial memiliki niat dalam menggunakan e-wallet pada saat ini dan juga memiliki niat untuk tetap menggunakan dimasa yang akan datang. Niat menggunakan e-wallet juga berkaitan dengan sistem maupun fitur-fitur didalam aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan penggunaan sehari-hari, serta rencana untuk menjadikan fintech sebagai media dalam pengelolaan keuangan.

Simpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwa determinasi pemanfaatan finansial teknologi (fintech) pada generasi milenial berada pada tingkat yang kuat berdasarkan pendekatan UTAUT, dengan kontribusi simultan variabel performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions sebesar 68,3% terhadap minat menggunakan e-wallet. Faktor yang paling dominan dalam meningkatkan minat tersebut adalah performance expectancy (98,3%), diikuti social influence (91,6%), effort expectancy (81,9%), dan facilitating conditions (25,3%). Temuan ini menegaskan bahwa minat generasi milenial dalam menggunakan e-wallet terutama ditentukan oleh persepsi manfaat dan kinerja aplikasi, kemudahan operasional, serta pengaruh sosial dari lingkungan pengguna. Meskipun demikian, tersedianya fasilitas pendukung yang memadai tetap menjadi aspek penting agar minat penggunaan e-wallet dapat terjaga secara berkelanjutan.

Referensi

- Bayumi, F. (2023, Maret). Pengaruh performance Expectacy, Effort Expectancy, dan Facilitating Condition Terhadap Kinerja Keuangan Bank Jambi dengan Actual Usege sebagai Variabel mediasi (Studi Pasa Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (MENKEU)*, 12(1).
- Bruce, H. (2012). After Gen X, Millennials, What Should Next Generation Be? USA: USA Today.
- Haryono, S. B. (2015). Pengaruh shopping orientation , social influence , dan system terhadap costumer attitude melalui perceived ease of use (Studi pada Apple Store). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-10.
- Lisa Rosdianan Noer, G. A. (2020). Analisis Loyalitas Pengguna Elektronik Wallet Terhadap Keamanan Transaksi. *SEWAGATI*, 4(2), 88-94.
- Mahendra, Y. A. (2017). Pengaruh Perceived Security terhadap Pengadopsian In-App Purchase pada Aplikasi Mobile. *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi (JNTETI)*, 6(2), 184-193.
- Mutlu M, & D. (2017). Unified theory of acceptance and use of technology: The adoption of mobile messaging application. *Megatrend Revija*, 14(1), 169-186.
- Nurul Huda, D. A. (2025). *Outlook Ekonomi Digital 2025*. (B. Y. Adhinegara, Ed.) Jakarta: Center of Economic and Law Studies (Calios).
- Silalahi P.R, S. R. (2022). Pengaruh Dompet Digital terhadap budaya Belanja Individu di Kota Medan. *EKOMBIS REVIEW : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 867-878.
- Suyanto. (2023). Mengenal Dompet Digital di Indnesia (1 ed.). Serang - Banten: CV. AA RIZKY.
- Tanakinja, G. H. (2012). Relationship Between Perceived Benefits And Social Influence Towards Self-Disclosure And Behavioral Intention In Web 2.0. *European Journal of Business and Social Sciences*, 1(4), 63-75.
- Tazkiyyaturohmah, R. (2018). Eksistensi Iang Elektronok Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 21-39.
- Vekantesh. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified Views. *MIS Quartely*, 425-478.
- Venkatesh. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 1 Viswanath Venkatesh. *MIS Quarterly*, 425-478.
- Viswanath Vekantesh, J. Y. (2012, February 10). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology : Extanding The Unified Theory Of Acceptance And Use Technology. *MIS Quarterly*, 36, 157-178.
- Wang, E. S.-T.-Y. (2014). Consumer Characteristics Social Influence and Systen Factors on Online Group-Buying. *Journal Of Electronic Commerce Research*, 15(2).