

Faktor-Faktor yang mendorong generasi milenial dalam adopsi mobile banking: Pendekatan UTAUT2 dan literasi keuangan

Mustar Sarif*, R. Ayu Ida Aryani, Baiq Dinda Puspita Ayu
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: mustarsyarief1@gmail.com)

Abstract

Mobile banking is one of the digital financial services that plays an important role in promoting financial inclusion by providing fast and flexible transaction facilities. However, in practice, it still faces several challenges, such as system disruptions, security risks, and low levels of financial understanding among users. This study aims to analyze the factors influencing mobile banking adoption among the millennial generation by integrating the technology acceptance model and financial literacy as a conceptual foundation. This research employs a quantitative causal approach, with data collected through structured questionnaires distributed to 100 millennial respondents. The data were analyzed using Structural Equation Modeling with the Partial Least Squares method. The results show that most variables, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and financial literacy, do not have a significant effect on mobile banking adoption. In contrast, habit has a significant influence. These findings indicate that mobile banking usage among millennials has become habitual or automatic behavior, meaning that rational and motivational factors are no longer the primary considerations in usage decisions.

Keywords: Mobile Banking, Financial Inclusion, Millennials, UTAUT2, Financial Literacy.

Abstrak

Mobile banking merupakan salah satu layanan keuangan digital yang berperan penting dalam mendorong inklusi keuangan karena memberikan kemudahan transaksi secara cepat dan fleksibel. Namun, dalam praktiknya masih terdapat berbagai permasalahan, seperti gangguan sistem, risiko keamanan, serta rendahnya pemahaman keuangan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menguji berbagai faktor yang berperan dalam mendorong keputusan generasi milenial dalam mengadopsi layanan mobile banking dengan mengintegrasikan model penerimaan teknologi dan literasi keuangan sebagai landasan konseptual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kausal kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur terhadap 100 responden generasi milenial. Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling Partial Least Squares. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar variabel, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan literasi keuangan, tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking. Sebaliknya, kebiasaan terbukti berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan mobile banking oleh generasi milenial telah menjadi kebiasaan atau perilaku otomatis, sehingga faktor rasional dan motivasional tidak lagi menjadi pertimbangan utama.

Kata kunci: Mobile Banking, Inklusi keuangan, Generasi Milenial, UTAUT2, Literasi Keuangan.

How to cite: Sarif, M., Aryani, R. A. I., & Ayu, B. D. P. (2026). Faktor-Faktor yang mendorong generasi milenial dalam adopsi mobile banking: Pendekatan UTAUT2 dan literasi keuangan. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 6(1), 113–135. <https://doi.org/10.53088/jadfi.v6i1.2850>



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah merubah banyak aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan. (Erwin et al., 2023). Transformasi digital di bidang keuangan tidak hanya mengubah cara masyarakat melakukan transaksi, tetapi juga diharapkan mampu meningkatkan efisiensi aktivitas ekonomi, mendorong produktivitas, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Badrawani et al., 2024). Dalam situasi ini, mobile banking muncul sebagai salah satu inovasi utama yang merepresentasikan transformasi keuangan digital melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Mobile banking merupakan layanan perbankan berbasis aplikasi memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan, seperti pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, dan transaksi lainnya tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu (Emly et al., 2024). Kehadiran layanan ini memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi pengguna, sehingga mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam mengelola aktivitas keuangan sehari-hari.

Di Indonesia, tingkat adopsi mobile banking menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Data Bank Indonesia (2025) mencatat bahwa nilai transaksi mobile banking meningkat dari Rp7.730.865 miliar pada tahun 2021 menjadi Rp23.077.473 miliar pada tahun 2024, dan tren peningkatan tersebut terus berlanjut pada awal tahun 2025. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa mobile banking telah menjadi bagian penting dalam sistem keuangan masyarakat. Pertumbuhan tersebut juga mencerminkan perubahan preferensi konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital, didukung oleh tingginya penetrasi smartphone serta perkembangan infrastruktur digital yang semakin memadai (Putra & Mukhlason, 2025).

Namun, di balik pertumbuhan yang pesat tersebut, penggunaan mobile banking juga menghadapi berbagai permasalahan yang bertentangan dengan tujuan utama layanan keuangan digital. Gangguan sistem teknis masih kerap terjadi dan menghambat kelancaran transaksi, sebagaimana diberitakan oleh LombokPost (2025) terkait kesulitan nasabah dalam mengakses layanan mobile banking Bank NTB Syariah. Selain itu, meningkatnya risiko serangan siber juga menjadi ancaman serius terhadap keamanan data dan dana nasabah, seperti kasus kehilangan dana tanpa transaksi yang dialami oleh nasabah Bank BRI (IDN Times NTB, 2025). Permasalahan lain yang juga muncul adalah rendahnya pemanfaatan mobile banking sebagai alat pengelolaan keuangan pribadi. Berdasarkan laporan Detik.com (2025), masih terdapat nasabah yang mengalami kerugian akibat kurangnya pemahaman terhadap informasi keuangan yang sebenarnya dapat diakses melalui aplikasi mobile banking.

Berbagai permasalahan tersebut berpotensi menimbulkan ketidaknyamanan, kerugian finansial, serta menurunkan tingkat kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap layanan mobile banking. Kondisi ini secara logis seharusnya dapat menurunkan minat masyarakat untuk mengadopsi layanan mobile banking. Namun, fenomena empiris menunjukkan sebaliknya, yaitu tingkat adopsi mobile banking justru terus meningkat. Hal ini menunjukkan adanya faktor-faktor tertentu yang mendorong

individu tetap menggunakan mobile banking meskipun dihadapkan pada berbagai risiko dan keterbatasan. Menurut Fitriah & Garbo (2024) menyatakan meskipun penggunaan mobile banking telah mengalami peningkatan yang signifikan, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi layanan tersebut masih menjadi isu yang penting untuk dikaji lebih lanjut.

Generasi milenial merupakan kelompok yang relevan untuk dikaji dalam adopsi mobile banking. Sebagai generasi yang tumbuh bersamaan dengan kemajuan teknologi digital, sehingga generasi milenial memiliki tingkat penggunaan teknologi yang relatif tinggi. Laporan Indonesian Millennial Report menunjukkan bahwa tingkat kepemilikan smartphone pada generasi milenial di Indonesia mencapai 95%, sehingga mempermudah akses terhadap berbagai layanan keuangan digital (IDN Research Institute, 2024). Karakteristik ini menjadikan generasi milenial sebagai segmen pengguna potensial sekaligus penentu keberhasilan transformasi keuangan digital di Indonesia.

Dalam rangka menganalisis determinan adopsi mobile banking, penelitian ini mengacu pada kerangka teoritis Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) yang diperkenalkan oleh Venkatesh et al. (2012) sebagai landasan konseptual utama. Model ini mampu menjelaskan niat dan perilaku penggunaan teknologi dari perspektif konsumen melalui tujuh konstruk utama, yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, dan habit. UTAUT2 telah banyak digunakan dalam penelitian adopsi teknologi karena kemampuannya menjelaskan variasi niat dan perilaku penggunaan secara komprehensif.

Hasil penelitian terdahulu terkait adopsi mobile banking menunjukkan adanya ketidakkonsistenan pengaruh pada seluruh variabel utama dalam model UTAUT2. Pada variabel performance expectancy, penelitian Homoly et al., (2024) dan Sugiharto et al., (2021) menemukan pengaruh positif signifikan terhadap adopsi mobile banking, sementara penelitian Tiwa et al. (2025) menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan, khususnya pada masyarakat yang lebih mengutamakan kenyamanan metode konvensional. Hal serupa juga terjadi pada effort expectancy, pada studi Sugiharto et al. (2021) dan Yudistira & Abidin (2024) menyatakan kemudahan penggunaan mendorong adopsi, namun studi Sari & Budi (2023) dan Pramana & Suryani (2024) menemukan bahwa kemudahan tidak lagi menjadi faktor penentu karena pengguna telah terbiasa dengan teknologi.

Variabel *social influence*, terdapat perbedaan temuan antara penelitian Sugiharto et al. (2021) dan Pramana & Suryani (2024) yang menyatakan bahwa pengaruh lingkungan sosial mendorong penggunaan mobile banking dan penelitian Pratama & Renny (2022) dan Homoly et al., (2024) menunjukkan bahwa keputusan penggunaan lebih bersifat individual, terutama pada generasi muda. Variabel *facilitating conditions* juga menunjukkan inkonsistensi, dalam penelitian Yudistira & Abidin (2024) dan Putra & Mukhlason (2025) ketersediaan infrastruktur dan dukungan teknis terbukti berpengaruh, namun pada penelitian Homoly et al. (2024) Tiwa et al. (2025)

menunjukkan tidak signifikan karena pengguna dianggap telah mandiri secara teknologi. Pada variabel *hedonic motivation*, terdapat perbedaan hasil antara penelitian Homoly et al. (2024) yang menunjukkan bahwa aspek kesenangan seperti fitur menarik dan reward meningkatkan adopsi, tetapi penelitian Pratama & Renny (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan mobile banking lebih didorong oleh kebutuhan fungsional daripada kesenangan.

Variabel *price value* juga menunjukkan hasil yang beragam, dalam penelitian Pramana & Suryani (2024) dan Homoly et al. (2024) menemukan bahwa persepsi manfaat yang lebih besar dibanding biaya mendorong adopsi, sementara penelitian Susilowatia et al. (2021) dan Pratama & Renny (2022) tidak menemukan pengaruh signifikan karena biaya layanan dianggap bukan faktor utama. Dalam penelitian Pramana & Suryani (2024) dan Homoly et al. (2024), variabel habit menunjukkan bahwa kebiasaan penggunaan dapat mendorong adopsi secara otomatis, namun penelitian Wardana (2023) dan Pratama & Renny (2022) menemukan bahwa kebiasaan belum terbentuk secara konsisten sehingga tidak berpengaruh signifikan.

Selain faktor teknologi, literasi keuangan juga menjadi aspek penting dalam konteks adopsi mobile banking. Literasi keuangan merepresentasikan kapasitas individu dalam memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep fundamental keuangan, termasuk pengelolaan anggaran, perencanaan tabungan, investasi, serta pemahaman terhadap risiko keuangan (Puteri et al., 2024). Menurut Anwar & Elistia (2024) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan yang baik memungkinkan individu memanfaatkan layanan mobile banking secara lebih optimal dan bijak. Tetapi temuan Pradini & Susanti (2021) dan Lestari et al. (2023) yang menunjukkan pengaruh negatif, akibat rendahnya pemahaman keuangan yang justru meningkatkan risiko kesalahan penggunaan.

Dalam *Financial Inclusion Theory* yaitu menekankan betapa pentingnya mendapatkan akses ke layanan keuangan yang aman, mudah, dan terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi (Ozili, 2020). Dalam era digital, mobile banking dipandang sebagai salah satu instrumen strategis untuk mewujudkan inklusi keuangan secara efektif (Emly et al., 2024). Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mendorong adopsi mobile banking, khususnya pada generasi milenial, menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa layanan ini dapat berfungsi secara optimal sebagai sarana inklusi keuangan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi model UTAUT2 dengan variabel literasi keuangan dalam konteks generasi milenial di Kota Mataram, sebagai representasi wilayah berkembang di Indonesia bagian timur, khususnya Nusa Tenggara Barat. Yang memiliki karakteristik infrastruktur digital dan perilaku pengguna yang berbeda dibandingkan wilayah perkotaan besar. Integrasi ini didasarkan pada masih adanya permasalahan yang menimbulkan kerugian finansial di masyarakat akibat rendahnya tingkat literasi keuangan dalam penggunaan layanan keuangan digital. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menitikberatkan pada faktor adopsi teknologi, penelitian ini menempatkan literasi keuangan sebagai

determinan penting yang tidak hanya mendorong adopsi mobile banking, tetapi juga berperan dalam meminimalkan risiko kesalahan penggunaan dan potensi kerugian finansial. Harapannya adalah bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi teoritis melalui pengayaan model adopsi teknologi, serta kontribusi praktis bagi perbankan dan regulator dalam merumuskan strategi memaksimalkan layanan mobile banking yang lebih aman, inklusif, dan berkelanjutan.

2. Tinjauan Pustaka

Financial Inclusion Theory

Financial Inclusion Theory menekankan pentingnya pengembangan sistem keuangan yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat secara luas dan merata, terutama melalui penyediaan layanan keuangan yang mudah dijangkau, terjangkau secara biaya, serta terjamin keamanannya. Dalam konteks keuangan digital, teori ini menyoroti pentingnya sistem pembayaran yang andal, infrastruktur yang memadai, regulasi yang tepat, serta perlindungan konsumen (Demirgüç-Kunt et al., 2017). Dalam perspektif *Financial Inclusion Theory*, inklusi keuangan tidak hanya diartikan sebagai ketersediaan layanan keuangan formal, tetapi juga mencakup kemampuan masyarakat untuk mengakses, menggunakan, dan memperoleh manfaat dari layanan tersebut secara berkelanjutan. Oleh karena itu, inklusi keuangan dipandang sebagai proses multidimensional yang meliputi aspek akses, penggunaan, keterjangkauan, dan keberlanjutan layanan keuangan (World Bank, 2014). Literasi keuangan berperan sebagai faktor pendukung penting dalam memastikan pemanfaatan layanan keuangan secara optimal (OJK, 2017).

Dengan demikian, tingkat penerimaan terhadap layanan keuangan merupakan salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan implementasi inklusi keuangan. Melalui faktor-faktor dalam model teoritis UTAUT2, dapat dianalisis sejauh mana perilaku generasi milenial dalam menilai akses serta kualitas layanan keuangan yang disediakan mampu diterima dan dimanfaatkan secara optimal, sehingga mendorong peningkatan penggunaan layanan keuangan formal. Selain itu, literasi keuangan berperan sebagai faktor pendukung yang memperkuat proses inklusi keuangan, karena individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami manfaat dan risiko penggunaan mobile banking, serta mengadopsinya secara aktif dan bertanggung jawab.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model yang diperkenalkan oleh Venkatesh et al. (2003) untuk menjelaskan niat perilaku serta penggunaan aktual suatu teknologi, terutama dalam lingkungan organisasi. Model ini disusun melalui sintesis delapan teori adopsi teknologi utama yaitu yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (CTAM-TPB), *Social Cognitive Theory* (SCT), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan Model of PC Utilization (MPCU), sehingga mampu memberikan kerangka komprehensif dalam memahami penerimaan teknologi informasi.

UTAUT2 relevan dalam menjelaskan perilaku penggunaan teknologi oleh konsumen, termasuk dalam layanan mobile banking dan platform digital. Secara keseluruhan, UTAUT2 digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari. Model ini mencakup beberapa variabel independen utama yang berperan dalam memprediksi niat dan perilaku penggunaan teknologi.

Ekspektasi Kinerja

Ekspektasi kinerja merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem informasi dapat meningkatkan kinerja dalam menyelesaikan tugas. Konsep ini berakar pada pandangan Schultz & Slevin (1975) yang menegaskan bahwa persepsi terhadap dampak sistem terhadap kinerja pekerjaan merupakan prediktor utama penggunaan sistem, karena individu cenderung menggunakan sistem yang diyakini mampu meningkatkan kinerja kerja. Sejalan dengan pandangan tersebut, Robey (1979) menyatakan bahwa penerimaan sistem informasi sangat dipengaruhi oleh ekspektasi individu terhadap peningkatan kinerja yang dihasilkan. Individu akan lebih menerima dan menggunakan sistem apabila mereka merasakan manfaat nyata berupa peningkatan produktivitas dan efisiensi kerja. Sebaliknya, sistem yang tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja cenderung sulit diterima, meskipun telah dirancang secara teknis dengan baik.

H1: Ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial

Ekspektasi Upaya

Ekspektasi upaya menggambarkan persepsi individu mengenai tingkat kemudahan penggunaan suatu sistem informasi dalam mendukung aktivitasnya. Tingkat kompleksitas sistem menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi, karena sistem yang dipersepsikan mudah dipelajari dan tidak rumit dalam pengoperasiannya akan mengurangi usaha yang harus dikeluarkan oleh pengguna, sehingga mendorong penggunaan sistem. Menurut Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap sikap serta niat individu dalam memanfaatkan sistem informasi. Sistem cenderung lebih mudah diterima apabila pengguna merasa bahwa sistem tersebut tidak memerlukan usaha yang besar untuk dipelajari maupun dioperasikan. Sebaliknya, sistem yang dipersepsikan sulit dan membutuhkan usaha tinggi dapat menjadi hambatan penggunaan, meskipun sistem tersebut memiliki fungsi dan manfaat yang baik.

H2: Ekspektasi upaya berpengaruh terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial

Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial menggambarkan sejauh mana individu mempersepsikan bahwa orang-orang yang dianggap penting memengaruhi keputusan untuk menggunakan suatu teknologi. Konsep ini sejalan dengan pandangan Fishbein & Ajzen (1975) yang menjelaskan bahwa norma subjektif adalah persepsi pribadi individu mengenai tekanan sosial yang mendorong mereka untuk melakukan suatu tindakan. Norma

subjektif terbentuk dari keyakinan bahwa pihak-pihak yang dianggap penting memberikan dukungan atau persetujuan terhadap penggunaan teknologi. Dalam konteks adopsi teknologi, pengaruh sosial dari lingkungan terdekat, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, berperan dalam membentuk keputusan individu. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tidak hanya didasarkan pada pertimbangan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh harapan dan pandangan lingkungan sosial. Dengan demikian, dukungan sosial yang positif dapat meningkatkan niat individu untuk menerima dan menggunakan teknologi.

H3: Pengaruh sosial berpengaruh terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial

Kondisi yang Memfasilitasi

Kondisi yang memfasilitasi merujuk pada faktor lingkungan yang secara objektif mendukung atau mempermudah individu dalam melakukan suatu perilaku. Konsep ini sejalan dengan pandangan Triandis (1980) yang menjelaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi merupakan faktor-faktor di luar individu yang dapat membuat suatu tindakan menjadi mudah atau memungkinkan untuk dilakukan. Dengan demikian, meskipun individu memiliki sikap dan niat yang positif, perilaku tersebut tidak akan terwujud apabila lingkungan tidak menyediakan dukungan yang memadai. Thompson et al. (1991) menegaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi berkaitan dengan ketersediaan dukungan teknis dan organisasi, seperti pelatihan, bantuan teknis, serta panduan penggunaan teknologi. Dukungan tersebut dapat mengurangi hambatan penggunaan dan memungkinkan individu menggunakan teknologi secara efektif.

H4: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial

Motivasi Hedonis

Motivasi hedonis merupakan faktor penting dalam adopsi teknologi, khususnya pada teknologi yang digunakan secara sukarela oleh konsumen. Dalam model UTAUT2, Venkatesh et al. (2012) menjelaskan bahwa motivasi hedonis merujuk pada tingkat kesenangan atau kepuasan yang diperoleh individu dari penggunaan teknologi, yang berperan sebagai determinan penting dalam membentuk niat penggunaan pada konteks konsumen. Sejalan dengan hal tersebut, Holbrook & Hirschman (1982) menegaskan bahwa perilaku penggunaan tidak hanya didasarkan pada manfaat fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek emosional dan pengalaman menyenangkan yang dirasakan pengguna. Dalam konteks teknologi informasi, Van der Heijden (2004) menyatakan bahwa kepuasan yang dirasakan saat berinteraksi dengan sistem (perceived enjoyment) dapat meningkatkan ketertarikan pengguna dan mendorong niat penggunaan teknologi. Dengan demikian, teknologi yang mampu memberikan pengalaman penggunaan yang menyenangkan cenderung lebih mudah diterima oleh pengguna.

H5: Motivasi hedonis berpengaruh terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial

Nilai Harga

Nilai harga merupakan faktor yang memengaruhi adopsi teknologi dalam konteks konsumen, karena pengguna secara langsung menanggung biaya penggunaan teknologi. Dalam model UTAUT2, Venkatesh et al. (2012) mendefinisikan nilai harga (*price value*) sebagai hasil pertimbangan kognitif antara manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi dan biaya moneter yang harus dikeluarkan oleh pengguna. Sejalan dengan kajian perilaku konsumen, Zeithaml (1988) menjelaskan bahwa nilai yang dirasakan terbentuk dari perbandingan antara manfaat yang diperoleh dengan pengorbanan yang dikeluarkan, termasuk biaya moneter. Menurut Dodds et al.. (1991) menyatakan bahwa persepsi nilai akan meningkat apabila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan harga yang dibayar. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan individu dalam menggunakan teknologi sangat dipengaruhi oleh pertimbangan keseimbangan antara biaya dan manfaat yang dirasakan.

H6: Nilai harga berpengaruh terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial

Kebiasaan

Kebiasaan merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan suatu perilaku secara otomatis sebagai hasil dari pembelajaran dan pengalaman penggunaan sebelumnya. Limayem et al., (2007) menjelaskan bahwa kebiasaan terbentuk melalui perilaku yang dilakukan secara berulang, sehingga menjadi respons otomatis tanpa memerlukan pertimbangan yang mendalam. Dalam konteks penggunaan teknologi, kebiasaan berperan penting terutama pada tahap penggunaan berkelanjutan. Sejalan dengan hal tersebut, Venkatesh et al. (2012) mendefinisikan kebiasaan sebagai tingkat kecenderungan individu untuk menggunakan teknologi secara otomatis akibat pengalaman penggunaan di masa lalu. Penggunaan teknologi yang dilakukan secara konsisten akan membentuk pola perilaku otomatis, sehingga keputusan penggunaan tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada pertimbangan rasional atau niat sadar. Oleh karena itu, kebiasaan menjadi determinan penting dalam menjelaskan penggunaan teknologi secara berkelanjutan dalam konteks konsumen.

H7: Kebiasaan berpengaruh terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial

Literasi Keuangan

Literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola aspek keuangan secara rasional. Wicaksono (2016) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan mengenai produk dan prinsip keuangan yang diperoleh melalui informasi dan pengalaman, yang tercermin dalam kemampuan individu memahami risiko finansial serta mengambil keputusan keuangan secara tepat. Pemahaman terhadap risiko menjadi elemen penting karena keputusan keuangan yang diambil tanpa dasar pengetahuan yang memadai berpotensi menimbulkan kerugian di masa mendatang. Salah satu faktor kunci yang mendorong adopsi mobile banking adalah tingkat literasi keuangan (Anwar & Elistia, 2024). Menurut Lusardi & Mitchell (2014) menyatakan bahwa individu yang mempunyai literasi keuangan tinggi biasanya lebih mudah menyesuaikan diri dan merasa lebih yakin saat adopsi layanan perbankan digital. Hal ini dikarena mereka lebih mahir memahami dan menjalankan

teknologi dengan baik. Jadi, makin tinggi tingkat literasi keuangan mereka, makin besar pula peluang generasi ini untuk benar-benar memanfaatkan mobile banking secara maksimal (Anwar & Elistia, 2024).

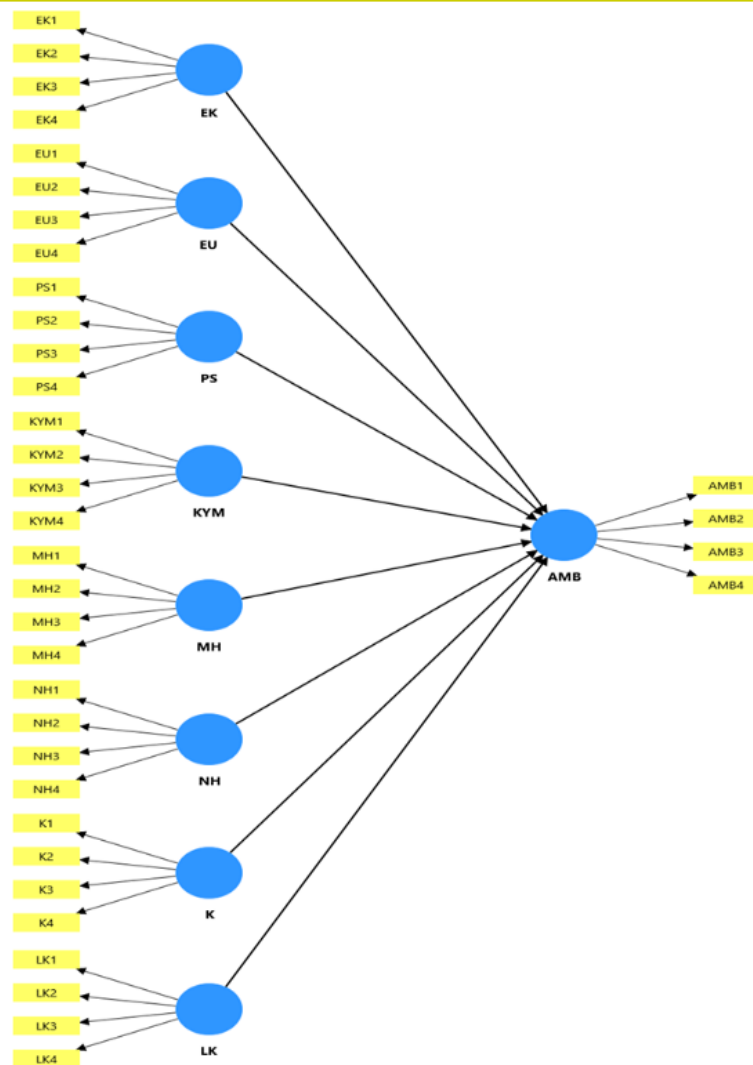
H8: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian kausal. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menganalisis suatu fenomena berdasarkan data yang diukur secara objektif (Hardani et al., 2020) Dan metode kausal diterapkan untuk menilai seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial pengguna mobile banking yang berdomisili di Kota Mataram. Pemilihan wilayah ini didasarkan pada karakteristik Kota Mataram sebagai kawasan di Indonesia bagian timur yang memiliki visi sebagai kota digital, namun masih dihadapkan pada permasalahan mobile banking yang berpotensi menimbulkan kerugian finansial. Selain itu, generasi milenial dipilih karena merupakan *digital native* dengan tingkat penggunaan teknologi yang tinggi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden yaitu individu yang lahir pada periode 1980–2000 dan menggunakan layanan mobile banking. Penetapan rentang usia tersebut mengacu pada definisi generasi milenial menurut Faiza et al., (2018), Arif (2021), serta Amira & Siregar (2019). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Taro Yamane (Slovin) sehingga diperoleh sebanyak 100 responden.

Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form dan secara luring melalui distribusi langsung kepada responden. Instrumen penelitian disusun secara terstruktur dengan mengadaptasi item dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan model UTAUT2 dan literasi keuangan. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Secara detail dijabarkan pada Lampiran 1.

Data yang sudah terkumpul kemudian diolah menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis pada *Partial Least Squares* (PLS), dengan bantuan software SMART-PLS 4.0. Proses analisis ini melibatkan evaluasi model pengukuran (*outer model*), pemeriksaan model struktural (*inner model*), serta uji hipotesis. Outer model berfungsi untuk menilai indikator-indikator pada masing-masing variabel laten, sementara inner model difokuskan pada pengujian keterkaitan antara variabel laten satu sama lain.



Gambar 1. Model Analisis

Berdasarkan gambar dapat dijelaskan bahwa model dalam melakukan analisis model pengukuran (Outer Model) dan struktural (Inner Model) dalam analisis Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil penelitian

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji Validitas Konvergen

Tabel 1. Uji Validitas Konvergen

Indikator	AMB	Indikator	EK	Indikator	EU	Indikator	PS	Indikator	KYM
AMB1	0,816	EK1	0,882	EU1	0,879	PS1	0,886	KYM1	0,81
AMB2	0,865	EK2	0,745	EU2	0,865	PS2	0,701	KYM2	0,788
AMB3	0,861	EK3	0,879	EU3	0,886	PS3	0,718	KYM3	0,734
AMB4	0,801	EK4	0,863	EU4	0,88	PS4	0,776	KYM4	0,775
Indikator	MH	Indikator	NH	Indikator	K	Indikator	LK		
MH1	0,73	NH1	0,882	K1	0,851	LK1	0,886		
MH2	0,919	NH2	0,745	K2	0,804	LK2	0,701		
MH3	0,793	NH3	0,879	K3	0,91	LK3	0,718		
MH4	0,905	NH4	0,863	K4	0,873	LK4	0,776		

Berdasarkan Tabel 1. hasil pengujian validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Setiap indikator memiliki nilai loading factor > 0,70, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak untuk analisis lanjutan. Temuan ini mengindikasikan bahwa indikator mampu merepresentasikan variabel laten secara akurat dan konsisten.

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 2. Uji Validitas Diskriminan

Variabel	AMB	EK	EU	K	KYM	LK	MH	NH	PS
AMB	0,836								
EK	0,677	0,844							
EU	0,681	0,774	0,878						
K	0,672	0,616	0,751	0,86					
KYM	0,649	0,606	0,683	0,516	0,777				
LK	0,602	0,561	0,551	0,426	0,645	0,855			
MH	0,702	0,687	0,71	0,603	0,722	0,698	0,84		
NH	0,605	0,503	0,581	0,489	0,574	0,591	0,577	0,864	
PS	0,564	0,475	0,5	0,516	0,65	0,444	0,452	0,421	0,774

Berdasarkan Tabel 2. dapat disimpulkan bahwa nilai Fornell–Larcker menunjukkan nilai akar kuadrat AVE pada setiap variabel lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasinya terhadap variabel lain. Dengan demikian, seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas diskriminan dan menunjukkan bahwa setiap variabel mengukur konstruk yang berbeda.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Kategori
EK	0,863	0,865	0,908	Baik
EU	0,901	0,905	0,931	Baik
PS	0,781	0,818	0,856	Baik
KYM	0,784	0,794	0,859	Baik
MH	0,861	0,899	0,905	Baik
NH	0,886	0,888	0,922	Baik
K	0,883	0,893	0,919	Baik
LK	0,876	0,894	0,915	Baik
AMB	0,856	0,856	0,903	Baik

Berdasarkan Tabel 3. hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel laten memiliki nilai Cronbach's Alpha, Composite Reliability (rho_a), dan Composite Reliability (rho_c) > 0,70. Dengan demikian, seluruh variabel memenuhi kriteria reliabilitas. Hal ini menunjukkan adanya konsistensi internal yang tinggi, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak untuk analisis lebih lanjut.

Model Struktural (Inner Model)

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Variabel	R-square	R-square adjusted	Kategori
AMB	0,669	0,639	Kuat

Berdasarkan Tabel 4. nilai R^2 untuk variabel dependen Adopsi Mobile Banking sebesar 0,669 ($\approx 0,67$), dengan nilai R^2 adjusted sebesar 0,639. Nilai R^2 adjusted menunjukkan kemampuan model yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan ukuran sampel. Dengan demikian, variabel independen dalam model memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan varians Adopsi Mobile Banking, sehingga model memiliki daya prediksi yang substansial.

Ukuran Efek (Effect Size – f^2)

Tabel 5. Ukuran Efek

Hubungan	f-square	Kategori
EK -> AMB	0,041	Efek kecil
EU -> AMB	0,001	Sangat kecil / tidak signifikan
PS -> AMB	0,026	Efek kecil
KYM -> AMB	0,003	Sangat kecil / tidak signifikan
MH -> AMB	0,033	Efek kecil
NH -> AMB	0,04	Efek kecil
K -> AMB	0,076	Efek kecil
LK -> AMB	0,009	Sangat kecil / tidak signifikan

Berdasarkan Tabel 5. hasil pengujian ukuran efek (F-Square) menunjukkan bahwa sebagian besar variabel independen memiliki efek kecil terhadap Adopsi Mobile Banking. Ekspektasi Kinerja ($f^2 = 0,041$), Pengaruh Sosial ($f^2 = 0,026$), Motivasi Hedonis ($f^2 = 0,033$), Nilai Harga ($f^2 = 0,040$), dan Kebiasaan ($f^2 = 0,076$) berada pada rentang 0,02–0,15, yang mengindikasikan adanya efek kecil terhadap Adopsi Mobile Banking. Sementara itu, Ekspektasi Usaha ($f^2 = 0,001$), Kondisi Fasilitas ($f^2 = 0,003$), dan Literasi Keuangan ($f^2 = 0,009$) memiliki nilai $f^2 < 0,02$, sehingga menunjukkan pengaruh yang sangat kecil atau tidak signifikan terhadap Adopsi Mobile Banking.

Relevansi Prediktif (Predictive Relevance – Q^2)

Tabel 6. Relevansi Prediktif

Variabel	Q^2_{predict}	Kategori
AMB	0,514	Baik

Berdasarkan Tabel 6. nilai relevansi prediktif (Q^2) untuk variabel laten Adopsi Mobile Banking sebesar 0,514. Nilai yang lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik. Besar nilai Q^2 menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kemampuan yang kuat untuk memprediksi adopsi mobile banking.

Koefisien Jalur (β) (Path Coefficients)

Tabel 7. Koefisien Jalur

Hubungan	Original sample (O)	Keterangan
EK -> AMB	0,197	Positif, Lemah
EU -> AMB	-0,044	Negatif, Sangat lemah
PS -> AMB	0,131	Positif, Lemah
KYM -> AMB	0,059	Positif, Sangat Lemah
MH -> AMB	0,193	Positif, Lemah
NH -> AMB	0,157	Positif, Lemah
K -> AMB	0,257	Positif, Sedang
LK -> AMB	0,083	Positif, Lemah

Berdasarkan Tabel 7. hasil pengujian koefisien jalur (β) menunjukkan bahwa sebagian besar variabel memiliki hubungan positif namun lemah terhadap Adopsi Mobile Banking. Ekspektasi Kinerja ($\beta = 0,197$), Pengaruh Sosial ($\beta = 0,131$), Motivasi Hedonis ($\beta = 0,193$), Nilai Harga ($\beta = 0,157$), dan Literasi Keuangan ($\beta = 0,083$) menunjukkan hubungan positif dengan kekuatan yang tergolong lemah. Kondisi yang Memfasilitasi ($\beta = 0,059$) juga memiliki hubungan positif, namun dengan pengaruh yang sangat lemah. Sementara itu, Ekspektasi Upaya menunjukkan hubungan negatif yang sangat lemah terhadap Adopsi Mobile Banking ($\beta = -0,044$). Kebiasaan memiliki nilai koefisien jalur terbesar ($\beta = 0,257$), sehingga dapat dikatakan sebagai variabel yang paling dominan dalam menjelaskan Adopsi Mobile Banking, meskipun kekuatannya masih berada pada kategori lemah hingga mendekati sedang.

Pengujian Hipotesis

Tabel 8. Pengujian Hipotesis

Hubungan	<i>T-statistics</i>	<i>P-values</i>	Kategori
EK -> AMB	1,498	0,134	Ditolak
EU -> AMB	0,292	0,77	Ditolak
PS -> AMB	1,442	0,149	Ditolak
KYM -> AMB	0,489	0,625	Ditolak
MH -> AMB	1,286	0,199	Ditolak
NH -> AMB	1,098	0,272	Ditolak
K -> AMB	2,065	0,039	Diterima
LK -> AMB	0,73	0,466	Ditolak

Berdasarkan Tabel 8. hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Ekspektasi Kinerja ($p = 0,134$; $t = 1,498$), Ekspektasi Usaha ($p = 0,77$; $t = 0,292$), Pengaruh Sosial ($p = 0,149$; $t = 1,442$), Kondisi Fasilitas ($p = 0,625$; $t = 0,489$), Motivasi Hedonis ($p = 0,199$; $t = 1,286$), Nilai Harga ($p = 0,272$; $t = 1,098$), dan Literasi Keuangan ($p = 0,466$; $t = 0,730$) memiliki nilai p -value $> 0,05$ dan t -statistic $< 1,96$, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Adopsi Mobile Banking pada generasi milenial (H1, H2, H3, H4, H5, H6, dan H8 ditolak). Sementara itu, variabel Kebiasaan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Adopsi Mobile Banking dengan nilai p -value sebesar $0,039 < 0,05$ dan t -statistic sebesar $2,065 > 1,96$, sehingga hipotesis diterima (H7 diterima).

4.2. Pembahasan

Ekspektasi Kinerja terhadap Adopsi Mobile Banking oleh Generasi Milenial

Hasil dari pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini menemukan bahwa ekspektasi kinerja tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking pada generasi milenial. Pada generasi milenial yang telah mengadopsi mobile banking, persepsi terhadap manfaat layanan tersebut umumnya telah terbentuk dan dirasakan sejak tahap awal penggunaan. Kondisi ini menyebabkan keputusan penggunaan mobile banking pada tahap selanjutnya tidak lagi didasarkan pada pertimbangan ekspektasi kinerja. Sejalan dengan *Expectation–Confirmation Model* yang dikemukakan oleh Bhattacharjee (2001), setelah sistem digunakan dan pengguna memperoleh pengalaman aktual, peran persepsi manfaat cenderung

melemah. Evaluasi pengguna tidak lagi berfokus pada manfaat yang diharapkan pada fase awal adopsi, melainkan pada hasil penggunaan nyata yang telah dirasakan. Dapat dikatakan, pada fase pasca-adopsi, keberlanjutan penggunaan mobile banking tidak lagi ditentukan oleh ekspektasi kinerja.

Ekspektasi Upaya terhadap Adopsi Mobile Banking oleh Generasi Milenial

Hasil dari pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini menemukan ekspektasi upaya tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking pada generasi milenial. Ekspektasi upaya umumnya memiliki peran yang lebih dominan pada tahap awal adopsi teknologi, yaitu ketika pengguna masih berada dalam proses pembelajaran dan penyesuaian terhadap sistem yang digunakan. Seiring dengan meningkatnya pengalaman penggunaan, pengaruh persepsi kemudahan penggunaan cenderung menurun karena pengguna menjadi semakin familiar dan terbiasa dengan teknologi (Davis, 1989). Menurut Thong et al., (2006) yang menyatakan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan akan berkurang seiring dengan meningkatnya tingkat familiaritas pengguna terhadap teknologi. Dapat dikatakan, pada generasi milenial yang telah menggunakan mobile banking, kemudahan penggunaan tidak lagi menjadi faktor dalam keputusan adopsi.

Pengaruh sosial terhadap Adopsi Mobile Banking oleh Generasi Milenial

Hasil dari pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini menemukan pengaruh sosial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial. Temuan ini mengindikasikan bahwa dorongan dari pihak lain, seperti teman, keluarga, maupun lingkungan sosial, bukan merupakan faktor utama dalam mendorong keputusan penggunaan mobile banking oleh generasi milenial. Menurut Taylor & Todd (1995) menyatakan bahwa penggunaan teknologi yang bersifat tidak wajib atau sukarela, pengaruh sosial menjadi semakin lemah. Sehingga generasi milenial yang memiliki tingkat literasi dan adopsi teknologi yang tinggi menyebabkan keputusan penggunaan mobile banking lebih didasarkan pada evaluasi dan penilaian pribadi dibandingkan pengaruh sosial. Menurut La Pade & Wahyu Prayoga (2023) yang menyatakan bahwa norma subjektif tidak memengaruhi minat penggunaan teknologi digital pada generasi milenial, karena kelompok ini lebih mandiri dan mengandalkan penilaian pribadi dalam membuat keputusan. Dapat dikatakan, generasi milenial mengadopsi mobile banking bukan karena dorongan dari pengaruh sosial mereka.

Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Adopsi Mobile Banking oleh Generasi Milenial

Hasil dari pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini menemukan kondisi yang memfasilitasi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking pada generasi milenial. Sehingga kondisi yang memfasilitasi, seperti jaringan, perangkat, dan bantuan teknis, yang tersedia tidak memengaruhi keputusan adopsi mobile banking oleh generasi milenial. Berdasarkan practice lens yang dikemukakan oleh Orlikowski (2000), penggunaan teknologi tidak ditentukan oleh keberadaan infrastruktur. Menurut Setiawan (2021) sebagian besar generasi milenial tidak dapat menjalani banyak aktivitas keseharian mereka tanpa internet, sebab

internet sudah menjadi elemen yang sudah jadi bagian tak terpisahkan dari rutinitas harian. Sehingga infrastruktur berperan sebagai sarana, bukan menjadi faktor yang mendorong keputusan adopsi mobile banking oleh generasi milenial.

Motivasi hedonis terhadap Adopsi Mobile Banking oleh Generasi Milenial

Hasil dari pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini menemukan motivasi hedonis tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking pada generasi milenial. Ketika generasi milenial sudah menggunakan mobile banking sehingga pengguna cenderung melanjutkan penggunaan tanpa melakukan evaluasi ulang terhadap pengalaman penggunaan. Menurut Polites & Karahanna (2012) menyatakan bahwa dalam penggunaan teknologi jangka panjang, perilaku pengguna tidak lagi didorong oleh evaluasi sadar terhadap pengalaman penggunaan, termasuk perasaan senang atau kepuasan. Sehingga penggunaan mobile banking oleh generasi milenial bukan merupakan hasil dari pencarian pengalaman senang. Dapat dikatakan, motivasi hedonis tidak berperan sebagai faktor dalam mendorong adopsi mobile banking oleh generasi milenial, melainkan telah menjadi bagian dari pengalaman penggunaan yang tidak lagi menentukan perilaku pengguna.

Nilai Harga terhadap adopsi mobile Banking oleh Generasi Milenial

Hasil dari pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini menemukan nilai harga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking pada generasi milenial. Menurut Venkatesh et al., (2012) yang menyatakan bahwa nilai harga cenderung tidak menjadi pertimbangan utama ketika manfaat penggunaan teknologi dirasakan lebih besar. Pengguna memersepsikan layanan mobile banking sebagai sarana transaksi yang lebih efisien dan hemat biaya dibandingkan dengan transaksi secara langsung di kantor bank, baik dari segi biaya transportasi, waktu, maupun tenaga. Maria Mersiana Suri et al., (2024) menyatakan dengan manfaat yang dirasakan ternyata lebih besar daripada biaya yang harus dikeluarkan, generasi milenial tidak lagi melakukan evaluasi atau perbandingan antara manfaat dan biaya dalam penggunaan mobile banking. Dapat dikatakan, adopsi mobile banking pada generasi milenial tidak didorong oleh nilai harga yang dirasakan.

Kebiasaan terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial

Hasil dari pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini menemukan kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking oleh generasi milenial. Temuan ini diperkuat oleh data penelitian yang menunjukkan bahwa sekitar 72% responden generasi milenial telah menggunakan mobile banking selama lebih dari satu tahun, yang mengindikasikan bahwa layanan tersebut telah dimanfaatkan secara aktif dalam keperluan transaksi. Menurut Limayem et al., (2007), ketika suatu respons dalam interaksi penggunaan teknologi dinilai memuaskan, perilaku tersebut cenderung direproduksi kembali dalam kondisi yang serupa berdasarkan kebiasaan, bukan melalui proses pemikiran sadar. Dalam konteks mobile banking, kemudahan dalam melakukan transaksi mendorong pengguna untuk mengulangi perilaku penggunaan dalam situasi yang serupa hingga berkembang menjadi kebiasaan yang bersifat otomatis, sehingga evaluasi kognitif semakin berkurang. Oleh karena itu, penggunaan mobile banking dalam aktivitas keuangan sehari-hari bukan lagi

dipengaruhi oleh faktor kognitif, tetapi menjadikan kebiasaan sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan generasi milenial dalam mengadopsi mobile banking.

Literasi Keuangan terhadap Adopsi Mobile Banking oleh Generasi Milenial

Hasil dari pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa penelitian ini menemukan bahwa tingkat literasi keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking pada generasi milenial. Generasi milenial menggunakan mobile banking bukan karena dorongan memiliki pemahaman atau kemampuan literasi keuangan yang tinggi. Menurut Anggraeni et al., (2025) menyatakan bahwa literasi keuangan secara konseptual tidak diposisikan sebagai satu-satunya faktor yang menentukan keputusan penggunaan mobile banking. Penggunaan mobile banking dipahami sebagai perilaku yang dapat dilakukan oleh pengguna dengan tingkat literasi keuangan yang beragam, karena keputusan bertransaksi tidak hanya bergantung pada kemampuan keuangan individu. Menurut Lusardi & Mitchell, (2014), menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan penentu penting dalam pengambilan keputusan keuangan dan kesejahteraan finansial. Dapat dikatakan, literasi keuangan tetap berperan dalam memastikan penggunaan layanan tersebut dilakukan secara bijak, bukan sebagai faktor utama yang mendorong adopsi mobile banking.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kebiasaan merupakan faktor utama yang mendorong generasi milenial dalam mengadopsi mobile banking. Artinya, penggunaan mobile banking tidak lagi didasarkan pada pertimbangan manfaat atau evaluasi kognitif, tetapi karena sudah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari. Temuan ini memberikan perspektif baru bahwa pada tahap adopsi yang matang, strategi peningkatan penggunaan tidak cukup hanya menekankan manfaat atau promosi, tetapi harus diarahkan pada pembentukan perilaku penggunaan yang berulang hingga menjadi kebiasaan. Oleh karena itu, penguatan aspek keamanan sistem dan penyediaan fitur pengelolaan keuangan yang relevan menjadi penting untuk menjaga kepercayaan dan keberlanjutan penggunaan. Implikasinya, keberlanjutan penggunaan mobile banking yang berbasis kebiasaan dapat menjadi indikator tercapainya inklusi keuangan digital, karena layanan keuangan tidak hanya tersedia dan dapat diakses, tetapi juga dimanfaatkan secara konsisten dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan rasa terima kasihnya kepada seluruh dosen Program Studi Akuntansi atas ilmu, bimbingan, serta arahan yang sangat bermanfaat. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada masyarakat, khususnya generasi milenial, yang telah berpartisipasi sebagai responden dan memberikan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada para peneliti dan akademisi yang karya ilmiahnya telah memberikan kontribusi signifikan sebagai landasan teoritis dan referensi utama dalam penyusunan penelitian ini. Selain itu, penulis berterima kasih kepada teman-teman yang membantu dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Referensi

- 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>
- Amira, D. S., & Siregar, P. M. J. (2019). #MilennialIvestor “Investasi ala Milenial.” Grasindo.
- Anggraeni, S. F., Budiasih, Y., & Mahroji, D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Risiko Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Pada Siswa/I SMK Negeri 25 Jakarta. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 6(November), 0–6. <https://doi.org/10.24929/missy.v6i2.4594>
- Anwar, K., & Elistia, E. (2024). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Fintech Adoption Pada Generasi Milenial. *YUME: Journal of Management*, 7(2), 588–611. <https://doi.org/10.37531/yum.v7i2.6753>
- Arif, M. (2021). *Generasi Millenial Dalam Internalisasi Karakter Nusantara* (N. L. Yuhana (ed.); 1st ed.). IAIN Kediri Press.
- Badrawani, W., Amanda, C., Maryaningsih, N., Wulandari, C. S., & Badrawani. (2024). *Transaksi Digital Dan Pertumbuhan Ekonomi: Velositas Uang Menggunakan Data Sistem Pembayaran* (WP/14/2024).
- Bank Indonesia. (2025). *Proprietary Channel. Metadata*. https://www.bi.go.id/id/statistik/Metadata/metadata-SPIP/Documents/Tabel-7.Proprietary-Channel_ID.pdf
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/s1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7)
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2017). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and Opportunities to Expand Access to and Use of Financial Services. *World Bank Economic Review*, 34(2018), S2–S8. <https://doi.org/10.1093/wber/lhz013>
- Detik.com. (2025). *Tergiur Bunga Tinggi, Deposito Nasabah Bank BUMN di Bima Rp 100 Juta Raib*. Rafiin. <https://www.detik.com/bali/hukum-dan-kriminal/d-7740942/tergiur-bunga-tinggi-deposito-nasabah-bank-bumn-di-bima-rp-100-juta-raib>
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers’ Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307–319. <https://doi.org/10.1177/002224379102800305>
- Emlya, N., Fasa, M. I., & Sisdianto, E. (2024). Peran Mbanking dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(November),

7712–7717.

- Erwin, P, M. A. C., Pasaribu, A. W., Novel, N. J. A., Sepriano, Thaha, A. R., Adhichandra, I., Suardi, C., Nasir, A., & Syafaat, M. (2023). *Transformasi Digital* (Issue June). Sonpedia.com.
- Faiza, A., Firda, S. J., Febriyanti, A., Maidatur, N., Humaidi, F., & Nathisa, K. (2018). *Arus Metamorfosa Milenial*. Penerbit Ernest.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior : an introduction to theory and research*. Reading, Mass. : Addison-Wesley Pub. Co.
- Fitriah, Y. N., & Garbo, A. (2024). Factors influencing the decision to use BSI Mobile Banking among Gen Z and Millennials in Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(2), 1143–1168. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss2.art26>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, M. P. J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Homoly, H., Sokha, N., & Bunteng, L. (2024). Factors Influencing University Student Decision to Utilize Mobile Banking in Cambodia : An Extension of UTAUT-2 with SERVQUAL and DIT. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 10(2), 254–272. <https://doi.org/10.26905/ap.v10i2.15055>
- IDN Research Institute. (2024). *Indonesia Milenial Report 2024*. IDN Research Institute.
- IDN Times NTB. (2025). *Transaksi Misterius Dianggap Sah, Nasabah BRI Selong Akan Tempuh Jalur Hukum*. IDN Times NTB. <https://ntb.idntimes.com/news/ntb/transaksi-misterius-dianggap-sah-nasabah-bri-selong-akan-tempuh-jalur-hukum-00-r6yv7-h25dpr>
- La Pade, A., & Wahyu Prayoga, J. (2023). Subjective Norms Are Not Important for Millennials in Determining Their Interest in Technology: TAM and TPB Models Examines. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(2), 143. [https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12\(2\).162-181](https://doi.org/10.21927/10.21927/jesi.2022.12(2).162-181)
- Lestari, W., Sihabudin, & Fauji, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Menggunakan Bank Digital (Seabank) (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(04), 1140–1154. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i04.28135>
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M. K. (2007). How Habit Limits The Predictive Power of Intention: The Case of Information Systems Continuance. *MIS Quarterly*, 31(4), 705–737. <https://doi.org/10.2307/25148817>
- LombokPost. (2025). *Bank NTB Syariah Alami Gangguan IT, Gubernur Pastikan Dana Nasabah Aman*. Lombok Post. https://lombokpost.jawapos.com/ntb/2504120039/bank-ntb-syariah-alami-gangguan-it-gubernur-pastikan-dana-nasabah-aman#goog_rewarded
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy:

- Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192–222. <https://doi.org/10.1287/isre.2.3.192>
- OJK. (2017). *Strategi Nasional Literasi Indonesia (Revisit 2017)*. Otoritas Jasa Keuangan. Publikasi. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)-.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-.aspx)
- Orlikowski, W. J. (2000). Using Technology and Constituting Structures : A Practice Lens for Studying Technology in Organizations. *Organization Science*, 11(4), 404–428. <http://www.jstor.org/stable/2640412>
- Ozili, P. K. (2020). Theories of Financial Inclusion. *SSRN Electronic Journal*, September. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3526548>
- Polites, G. L., & Karahanna, E. (2012). Shackled to The Status Quo : The Inhibiting Effects of Incumbent System Habit, Switching Costs, And Inertia on New System Acceptance. *MIS Quarterly*, 36(1), 21–42. <https://doi.org/10.2307/41410404>
- Pramana, A. M., & Suryani, E. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Digital Banking Di Indonesia Menggunakan Model UTAUT2. *IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System*, 7(1), 31–40. <https://doi.org/10.36080/idealis.v7i1.3114>
- Pratama, R. R. D., & Renny, R. (2022). The Role Of Behavioral Intentions To Use Mobile Banking: Application Of The UTAUT2 Method With Security, Trust And Risk Factors. *Dinasti International Journal*, 3(4), 728–741. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i4.1141>
- Puteri, A. M., Inanda, I., Prasetyo, R. B., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Preferensi Bank Bank Digital di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 16–25. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i3.4467>
- Putra, A. D. E., & Mukhlason, A. (2025). Analisis Model Penerimaan Teknologi Mobile Banking Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(1), 215–229. <https://doi.org/10.59141/japendi.v6i1.7113>
- Robey, D. (1979). User Attitudes and Management Information System Use. *Academy of Management Journal*, 22(3), 527–538. <https://doi.org/10.2307/255742>
- Sari, A., & Budi, Y. A. B. (2023). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1437–1446. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16132>
- Schultz, R. L., & Slevin, D. P. (1975). *Implementation and Organizational Validity : An empirical Investigation*. Institute for Research in the Behavioral, Economic, and Management Sciences, Purdue University.
- Setiawan, R. (2021). Keterlekatan Internet Dalam Aktivitas Keseharian Dan Pendidikan Generasi Milenial. *Jurnal Sosioteknologi*, 20(1), 66–79. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2021.20.1.7>

- Sugiharto, B., Umiyati, I., Sholihah, N. N., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Subang, S. (2021). Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Model To the Intention To Using Mobile Banking Service. *Accounting Research Journal of Sutaatmadja (ACCRUALS)*, 5(January), 137–160. <https://doi.org/10.35310/accruals.v5i02.885>
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suri, M. M., Pakael, R. L., Keluanan, R. A., Im, M. E., Klau, M., & Lian, Y. P. (2024). Peran Aplikasi Mobile Banking Dalam Kemudahan Transaksi. *Jurnal Ekbis (Ekonomi & Bisnis) Politeknik Piksi Ganesha*, 12(2), 32–35. <https://doi.org/10.56689/ekbis.v12i2.1474>
- Susilowatia, A., Riantob, B., Wijayac, N., & Lim, S. (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>
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding Information Technology Usage : A Test Competing Models. *Information Systems Research*, 6(22), 144–176. <http://www.jstor.org/stable/23011007>
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125. <https://doi.org/10.2307/249443>
- Thong, J. Y. L., Hong, S., & Yan, K. (2006). The effects of post-adoption beliefs on the expectation-confirmation model for information technology continuance. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64, 799–810. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.05.001>
- Tiwa, A. S., Kindangen, P., & Wangke, S. J. C. (2025). What Sparks Rural Intention to Use Mobile Banking Services? *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(1), 812–825. <https://doi.org/10.35794/emba.v13i01.61031>
- Triandis, H. C. (1980). Values, attitudes, and interpersonal behavior. *Nebraska Symposium on Motivation*, 27, 195–259. <https://psycnet.apa.org/record/1982-21073-001>
- Tunggal, K., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI, BRI. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 859–872. <https://doi.org/10.24843/EEB.2021.v10.i10.p04>
- Van der Heijden, H. (2004). User Acceptance of Hedonic Information Systems1. *MIS Quarterly*, 28(4), 695–704. <https://doi.org/10.2307/25148660>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wardana, L. K., & Bisma, R. (2023). Analisis adopsi teknologi layanan digital banking dengan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (Utaut-3) pada studi kasus PT Bank Raya Indonesia Tbk. *JEISBI: Journal of Emerging Information System and Business Intelligence*, 04(03), 73–82. <https://doi.org/10.26740/jeisbi.v4i3.54241>

- Wicaksono, E. D. (2015). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembayaran Kartu Kredit Pada Karyawan di Surabaya. *Finesta*, 3(1), 85–90. <https://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-keuangan/article/view/2971>
- World Bank. (2014). *Financial Inclusion: Lessons from World Bank Group Experience, Fiscal Years 2014–22*. Independent Evaluation Group. <https://doi.org/10.1596/IEG184011>
- Yudistira, M., & Abidin, D. Z. (2024). Analisis Penerimaan Layanan Mobile Banking dengan Integrasi Task Technology Fit (TTF) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Manajemen Sistem Informasi*, 9(1), 93–104. <https://doi.org/10.33998/jurnalmsi.2024.9.1.1689>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>

Lampiran 1. Definisi Operasional Dan Indikator-Indikator Variabel

Definisi Operasional	Indikator dan item pernyataan
Ekspektasi Kinerja yaitu keyakinan bahwa mobile banking meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan	Indikator : Menghemat Waktu Saya menggunakan mobile banking karena aplikasi ini dapat membantu saya menghemat banyak waktu dalam melakukan transaksi keuangan Indikator : Manfaat yang Dirasakan Saya menggunakan mobile banking karena dapat meningkatkan kemampuan saya dalam mengelola keuangan dengan efektif Indikator : Kecepatan Saya cenderung menggunakan mobile banking karena transaksi perbankan melalui aplikasi ini dapat lebih cepat dibanding dengan metode tradisional. Indikator : Kepraktisan Saya merasa menggunakan mobile banking itu lebih praktis karena bisa dipakai kapan saja dan dimana saja Indikator menurut Davis (1989)
Ekspektasi Upaya yaitu tingkat kemudahan yang dirasakan individu dalam memahami dan menggunakan layanan mobile banking	Indikator : Kemudahan Penggunaan Saya merasa mobile banking bisa mudah dipelajari dan digunakan untuk transaksi keuangan Indikator : Kompleksitas Saya menggunakan mobile banking karena saya merasa bahwa proses pendaftaran dan pengaturannya dapat diatur dengan mudah. Indikator : Kesederhanaan Pengguna Saya dapat menggunakan mobile banking dengan mudah tanpa perlu bantuan Indikator : Kemudahan dipahami Saya merasa tampilan dan interaksi di mobile banking jelas dan mudah dimengerti Indikator menurut Thompson et al., (1991)
Pengaruh sosial yaitu pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan individu dalam menggunakan mobile banking, yang meliputi dorongan dari keluarga, teman dan pengaruh informasi di media sosial	Indikator : Faktor Sosial Keluarga dan teman saya merekomendasikan penggunaan mobile banking untuk transaksi keuangan. Indikator : Media Sosial Saya menggunakan mobile banking karena ulasan positif dan pengalaman yang dibagikan oleh orang lain di media sosial Indikator : Citra Saya percaya bahwa menggunakan mobile banking akan membuat saya terlihat lebih modern dan canggih dimata orang lain Indikator : Norma Subjektif Saya menggunakan mobile banking karena tertarik dengan event atau promo dari penyedia layanan (perusahaan) Indikator menurut Moore & Benbasat, (1991)
Kondisi yang Memfasilitasi yaitu persepsi individu terhadap ketersediaan sumber daya dan dukungan yang memungkinkan penggunaan mobile banking secara optimal.	Indikator : Ketersediaan Infrastruktur Saya menggunakan mobile banking karena kualitas jaringan internet di Kota Mataram bisa diandalkan untuk menggunakan aplikasi ini Indikator : Persepsi Kontrol Perilaku Saya menggunakan mobile banking karena perangkat seluler saya sepenuhnya bisa mendukung aplikasi ini Indikator : Dukungan Organisasi Saya menggunakan mobile banking secara rutin karena saya merasa mudah mendapatkan bantuan atau layanan pendukung saat mengalami masalah dengan aplikasi ini Indikator : Pengalaman Teknologi Saya merasa mobile banking setara dengan aplikasi lain yang sering saya gunakan Indikator menurut Thompson et al., (1991)
Motivasi Hedonis yaitu tingkat kesenangan atau kepuasan yang dirasakan individu	Indikator : Pengalaman Positif Selama menggunakan mobile banking , saya tidak pernah mengalami masalah teknis yang mengganggu. Indikator : Kepuasan Pengguna

Definisi Operasional	Indikator dan item pernyataan
selama menggunakan mobile banking	Saya merasa menggunakan mobile banking mudah dan menyenangkan Indikator : Persepsi Kenyamanan Saya merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi melalui mobile banking. Indikator : Pengalaman pengguna Saya menikmati pengalaman menggunakan mobile banking Indikator menurut Venkatesh et al. (2012)
Nilai harga yaitu persepsi individu mengenai keseimbangan antara manfaat yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan dalam penggunaan layanan tersebut	Indikator : Kelayakan Biaya Saya merasa manfaat menggunakan mobile banking sepadan dengan biaya yang saya keluarkan Indikator : Harga Terjangkau Saya menggunakan mobile banking karena biaya administrasinya yang terjangkau Indikator : Kesesuaian Biaya Saya merasa mobile banking dapat menghemat waktu dan biaya Indikator : Efisiensi Penggunaan Saya merasa mobile banking dapat menghemat waktu dan biaya Indikator menurut Venkatesh et al. (2012)
Kebiasaan yaitu kecenderungan individu untuk menggunakan mobile banking secara berulang berdasarkan pengalaman sebelumnya.	Indikator : Frekuensi Pengguna Saya sering menggunakan mobile banking untuk melakukan transaksi keuangan Indikator : Rutinitas Pengguna Saya sudah terbiasa menggunakan mobile banking Indikator : Ketergantungan Saya selalu bergantung dengan mobile banking untuk melakukan transaksi keuangan Indikator : Penggunaan Berkelanjutan Saya akan selalu menggunakan mobile banking untuk melakukan berbagai transaksi keuangan Indikator menurut Venkatesh et al. (2012)
Literasi keuangan yaitu kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan terkait keuangan secara tepat.	Indikator : Pemahaman Keuangan secara Keseluruhan Saya memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana mengelola keuangan pribadi saya Indikator : Pemahaman terkait Produk dan Layanan Saya mengetahui fungsi berbagai produk keuangan yang tersedia di mobile banking seperti tabungan, deposito, kredit, asuransi, dan investasi. Indikator : Pinjaman Saya memahami terkait pinjaman atau kredit jadi tidak ragu dalam pengambilan keputusan finansial. Indikator : Pemahaman Cara Berinvestasi Dengan Baik Saya memahami bahwa setiap investasi memiliki resiko dan imbalan hasil yang berbeda Indikator menurut Chen & Volpe (1998)
Adopsi mobile banking yaitu tingkat penerimaan dan penggunaan layanan mobile banking yang tercermin dari perilaku aktual	Indikator : Keamanan Saya menggunakan mobile banking karena menawarkan platform yang aman untuk semua transaksi saya Indikator : Akses Saya menggunakan mobile banking secara rutin karena memungkinkan saya untuk memantau keuangan saya secara rutin. Indikator : Nilai yang dirasakan Saya menggunakan mobile banking karena dapat membuat penganggaran dan pelacakan pengeluaran saya jauh lebih mudah Indikator : Niat Perilaku Saya akan selalu menggunakan mobile banking dalam kehidupan sehari-hari untuk berbagai keperluan Indikator menurut Abrahão et al.,(2016)