JIUBJ

Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 22(1), Februari 2022, 417-421
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat universitas Batanghari Jambi
ISSN 1411-8939 (Online), ISSN 2549-4236 (Print)
DOI 10.33087/jiubj.v22i1.1162

Hambatan Generasi Baby Boomers dalam Mengadopsi Dompet Digital di Indonesia

Agusta Ika Prihanti Nugraheni*, Neni Pancawati, Nova Perwira Yuda
Departemen Ekonomika dan Bisnis, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada
*Correspondence email: agusta.nugraheni@ugm.ac.id

Abstrak. Saat ini *fintech* menjadi bagian penting dalam gaya hidup dan situasi keuangan dunia karena membatu pengembangan *startup* baru dan bahkan mampu meningkatkan standar hidup masyarakat. Contoh dari inovasi *fintech* adalah *electronic money* atau e-money yang terdiri dari dua jenis yaitu e-money yang berjenis chip (*chip based*) dan juga *e-wallet* atau dompet digital yang berbasis server (*server based*). Saat ini, sebagian besar pengguna *fintech* berasal dari generasi milenial. Sedangkan generasi *baby boomers* memiliki tantangan terhadap penggunaan teknologi sehingga dianggap sebagai pasar yang kurang potensial. Generasi Baby Boomers dianggap sebagai generasi yang konservatif dalam mengadopsi teknologi yang baru atau produk dengan teknologi baru. Disisi lain, pemerintah dan Bank Indonesia sedang berupaya untuk mendorong transaksi non tunai yang lebih dikenal dengan nama Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang menghambat generasi *baby boomers* dalam mengadopsi dompet digital di Indonesia. Model penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara yang mengacu pada *Innovation Resistance Theory*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik informan yang telah menggunakan dompet digital maupun yang belum menggunakan dompet digital menyatakan hambatan terbesar adalah pada *risk barrier* dan *usage barrier*, yaitu kekhawatiran mereka terhadap risiko penggunaan dompet digital dan kesalahan dalam menggunakan dompet digital. Hasil penelitian diharapkan dapat diterima sebagai kontribusi untuk meningkatkan pemahaman atas kendala yang dihadapi generasi *baby boomers* dalam pemanfaatan dompet digital, sehingga perusahaan atau pemasar yang dapat memanfaatkannya dalam menyusun strategi pemasaran dompet digital dan pengembangan pelayanan mereka dan dapat mendukung program GNNT.

Kata kunci: Baby boomers; Dompet digital; Fintech; Hambatan Adopsi; Innovation Resistance Theory

Abstract. *Currently, fintech has become an important part of the lifestyle and financial situation in the world because it helps develop new startups and can even improve people's living standards. An example of fintech innovation is electronic money or e-money which consists of two types, namely e-money which is chip based and also server based. Currently, most of the fintech users are the millennial's generation. Meanwhile, the baby boomer's generation has challenges in using technology so that it is considered a less potential market. The baby boomer's generation is considered a conservative generation in adopting new technology or products with new technology. On the other hand, the government and Bank Indonesia are working to encourage non-cash transactions, which are better known as the Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). This study aims to explore the factors that hinder the baby boomer's generation from adopting digital wallets in Indonesia. The research model is qualitative research. Data collection was carried out by interviews based on Innovation Resistance Theory. The results show form the informan who already used digital wallet and who haven't used stated that the biggest barrier in using digital wallet are risk and usage barrier. Hopefully the results can be used to comprehend more about the obstacles faced by the baby boomer's generation in utilizing digital wallets, so that companies or marketers who can use them in developing digital wallet marketing strategies and developing their services and also to support GNNT program.*

Keywords**:** *Adoption Barriers; Baby boomers; Digital wallet; Fintech; Innovation Resistance Theory*.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini telah berkembang pesat dan memberikan dampak yang luas bagi bisnis serta gaya hidup masyarakat. Perkembangan teknologi informasi tersebut juga meliputi segala bidang termasuk industri keuangan atau yang sering dikenal denga *financial technology* atau *fintech*. Saat ini *fintech* menjadi bagian penting dalam gaya hidup dan situasi keuangan dunia karena membatu pengembangan *startup* baru dan bahkan mampu meningkatkan standar hidup masyarakat (Amelia, 2019). Contoh dari inovasi *fintech* adalah *electronic money* atau e-money yang terdiri dari dua jenis yaitu e-money yang berjenis (*chip based*) dan juga *e-wallet* yang berbasis (*server based*). E-money yang berbentuk kartu (chip Based) biasa dikenal e-money yang lebih umum digunakan untuk transaksi di gerbang tol, pembayaran tiket transportasi publik dan lain-lain. Contohnya adalah E-Money Mandiri, Brizzi, Flazz BCA dan lainnya. Jenis kedua adalah *e-wallet* yang berbasis aplikasi (*server based*). Untuk *e-wallet* jangkuan penggunannya lebih dominan untuk transaksi non tunai sehari–hari oleh masyarakat mulai dari keperluan belanja secara *offline* di gerai ritel maupun *online***.** Transaksi finansial tanpa uang tunai mampu terlaksana melalui pemanfaatan uang elektronik atau dompet digital. Inovasi produk finansial digital antara lain Go-Pay, OVO, TCash, LinkAja dan lain sebagainya.

Potensi jumlah penduduk Indonesia yang cukup besar yaitu 260 Juta dengan bonus demografi dan pasar milenial merupakan peluang yang baik bagi perusahaan-

perusahaan fintech di Indonesia untuk tumbuh dan berkembang. Saat ini, sebagian besar pengguna *fintech* berasal dari generasi milenial. Sedangkan generasi *baby boomers* memiliki tantangan terhadap penggunaan teknologi sehingga dianggap sebagai pasar yang kurang potensial. Generasi Baby Boomers dianggap sebagai generasi yang konservatif dalam mengadopsi teknologi yang baru atau produk dengan teknologi baru (Badowska *et al.*, 2015). Sebuah survei terbaru Kaspersky telah menemukan bahwa lebih dari sepertiga (35%) orang-orang yang berusia 55-an ke atas mengalami kesulitan dalam menghadapi tantangan teknologi jika itu tidak dibantu oleh anak-anak mereka (Indotelko, 2019).

Padahal, pemerintah dan Bank Indonesia sedang berupaya untuk mendorong transaksi non tunai yang lebih dikenal dengan nama Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Contohnya, pembelian tiket kereta api lokal saat ini tidak lagi dilayani melalui loket-loket dan telah beralih melalui aplikasi KAI dengan pembayaran yang harus dilakukan dengan LinkAja. Perubahan tersebut tentunya cukup menyulitkan bagi generasi baby boomers. Berdasarkan wawancara informal awal dengan beberapa *generasi baby boomers* pengguna kereta api lokal pada Desember 2019, mereka mengeluhkan sulitnya membeli tiket kereta api lokal karena pemesanan dan pembayaran harus menggunakan aplikasi online. Selain itu, mereka mengeluhkan sisa uang yang ada di dompet digital untuk pembayaran tersebut tidak dapat diuangkan lagi, sedangkan untuk transaksi lainnya mereka tidak menggunakan dompet digital tersebut.

Generasi *Baby Boomer* merupakan generasi yang lahir pada rentang tahun 1946 - 1960 yang terlahir pada masa perang dunia kedua telah berakhir sehingga perlu penataan ulang kehidupan. Generasi tersebut disebut sebagai Generasi *Baby Boom* karena di era tersebut kelahiran bayi sangat tinggi (Badan Pusat Statistik, 2018). Generasi *baby boomers* secara umum percaya pada adanya peluang, dan seringkali terlalu idealis untuk membuat perubahan positif didunia. Selain itu, generasi ini juga kompetitif dan mencari cara untuk melakukan perubahan dari sistem yang sudah ada, memiliki rasa optimis yang tinggi, pekerja keras yang menginginkan penghargaan secara personal, percaya pada perubahan dan perkembangan diri sendiri (Putra, 2016).

Generasi *baby boomers* sendiri merupakan segmen pasar yang cukup menjanjikan karena pada umumnya generasi tersebut sudah mapan, memiliki pendapatan yang cukup tinggi dan juga karir yang sukses. Namun, jika pemerintah ingin menerapkan Gerakan Nasional Non Tunai, maka hendaknya tetap memperhatikan segmen *baby boomers* ini. Untuk itu, perlu dilakukan upaya untuk mensosialisasikan dan mengedukasi generasi *baby boomers* ini dalam penggunaan *fintech*. Upaya tersebut perlu didukung dengan memahami perilaku generasi *baby boomers* baik terkait tingkat penerimaan maupun mengeksplorasi hambatan-hambatan yang dihadapi oleh generasi *baby boomers* dalam mengadopsi dompet digital. Dengan memahami perilaku generasi *baby boomers*, terutama hambatan yang dihadapi, maka penyedia jasa dompet digital akan mampu memperbaiki, mempermudah dan mencarikan jalan keluar bagi hambatan tersebut sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pelayanan dompet digital.

Beberapa penelitian terdahulu telah dilakukan dengan fokus pada Technology Acceptance Model (TAM) dari berbagai pengguna dari kelompok usia yang berbeda-beda. Selain itu, terdapat penelitian yang melakukan studi terhadap persepsi konsumen terhadap *mobile banking* berdasarkan TAM, Theory of Planned Behaviour (TPB), and Mobile-TAM (Berraies *et al.*, 2017; Ward *et al.*, 2017; Ooi & Tan, 2016). Selain itu, Tan and Lau (2016) menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) untuk menganalisis niat perilaku konsumen untuk mengadopsi pembayaran *mobile*. Studi dari Ramos-de-Luna *et al.*, (2015) juga menggunakan TAM, namun mereka menganalisis niat pengguna dalam penggunaan teknologi Near Field Communication (NFC). Disisi lain, Laukkanen (2016) melakukan studi atas hambatan yang dialami oleh pengguna mobile dan internet banking dengan Innovation Resistance Theory (IRT). Namun, studi yang fokus pada resistensi atau penolakan inovasi khususnya oleh generasi *baby boomers* di Indonesia masih sedikit karena pada umumnya sebagian besar orang menganggap bahwa inovasi merupakan hal yang baik yang dapat meningkatkan kondisi saat ini, sehingga seringkali mereka cenderung mengabaikan penolakan terhadap inovasi (Joachim *et al.*, 2017).

Manfaat praktis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat diterima sebagai kontribusi untuk meningkatkan pemahaman atas kendala yang dihadapi generasi *baby boomers* dalam pemanfaatan dompet digital, sehingga perusahaan atau pemasar yang dapat memanfaatkannya dalam menyusun strategi pemasaran dompet digital dan pengembangan pelayanan mereka. Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan penelitian-penelitian perilaku konsumen terutama dalam bidang *financial technology*. Selain itu, diharapkan berguna untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap perilaku konsumen di era bisnis digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang menghambat generasi *baby boomers* dalam mengadopsi dompet digital di Indonesia. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, pertanyaan penelitian yang dapat ditarik adalah faktor-faktor apa saja yang menghambat generasi *baby boomers* dalam mengadopsi dompet digital di Indonesia?

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai hambatan yang dihadapi oleh generasi *baby boomers* dalam mengadopsi dompet digital di Indonesia.

Model penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitiatif. Analisis dalam penelitian kualitatif hanya sampai pada tingkat deskripsi yaitu menganalisis dan menyajikan data secara sistematis, sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Penelitian eksploratif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan sesuatu yang baru dalam bentuk pengelompokan gejala, fakta dan fenomena tertentu. Penelitian kualitatif eksploratif bertujuan untuk menggambarkan keadaan suatu fenomena, dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan data, fakta dan tren yang terjadi, kemudian dianalisis dan direkomendasikan apa yang harus dilakukan untuk mencapai suatu situasi.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan (responden) yang dipilih oleh peneliti. Pemilihan informan atau responden dipilih dengan menggunakan *criterion sampling*, bertujuan mendapatkan informan/kasus yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Kriteria informan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah yang termasuk dalam generasi *baby boomers* dan bersedia untuk diwawancarai. Jumlah informan berkisar diantara 10 sampai 30 (Latham, 2020; Dworkin, 2012). Sedangkan data sekunder didapat dari media *online* maupun cetak.

Penyajian data diarahkan pada hasil analisis data yang terorganisir, diatur dalam suatu pola hubungan sehingga lebih mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk deskripsi naratif, bagan, hubungan antara kategori dan diagram alir. Penyajian data dalam bentuk itu memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi. Pada langkah ini, peneliti mencoba untuk mengatur data yang relevan sehingga informasi yang diperoleh disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang menghambat generasi *baby boomers* dalam mengadopsi dompet digital di Indonesia. Penelitian ini mengacu pada *Innovation Resistance Theory* (IRT). Menurut Wallendorf & Zaltman (1983), inovasi didefinisikan sebagai "ide, praktik atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya". Perlawanan inovasi mengacu pada reaksi konsumen terhadap suatu inovasi, baik karena itu menciptakan potensi perubahan dari *status quo* yang memuaskan yang mengarah pada hambatan fungsional atau bentrok dengan struktur kepercayaan mereka yang menghasilkan hambatan psikologis (Ram & Sheth, 1989). Hai ini diklasifikasikan sebagai resistensi aktif karena hasil sikap terbentuk setelah evaluasi produk yang tidak menguntungkan (Ram & Sheth, 1989). IRT telah diterapkan dalam banyak topik penelitian misalnya perdagangan seluler (Heinze *et al.*, 2017; Laukkanen, 2015; Gupta & Arora, 2017; Chemingui & Ben Lallouna, 2013), perdagangan elektronik, dan belanja online (Kwon & Noh, 2010; Laukkanen *et al.*, 2008). Berbagai hambatan atau resistensi terhadap inovasi diklasifikasikan menjadi hambatan fungsional dan psikologis. Hambatan fungsional terdiri dari *Usage Barrier, Value Barrier*, dan *Risk Barrier*, sedangkan hambatan psikologis terdiri dari *Tradition Barrier* dan *Image Barrier*. Selain hambatan diatas, terdapat pandangan bahwa informasi dapat menjadi hambatan dalam adopsi suatu inovasi karena inovasi yang intensif membutuhkan usaha yang besar untuk belajar atau mempelajari inovasi tersebut (Laukkanen *et al.*, 2007). Sehingga, Information Barrier ditambahkan menjadi variabel IRT dalam studi ini. Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa orang dewasa manula menjadi bingung dan kurang pengetahuan saat penyedia layanan gagal memberikan panduan yang cukup **(**Kuerbis *et al.*, 2017) yang menghalangi adopsi teknologi tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada 16 informan (responden). Informan atau responden dalam penelitian ini adalah warga negara Indonesia yang masuk dalam generasi *baby boomers.* Generasi *baby boomers* merupakan generasi yang lahir pada rentang tahun 1946- 1960. Generasi baby boomers secara umum percaya pada adanya peluang, dan seringkali terlalu idealis untuk membuat perubahan positif didunia. Selain itu, generasi ini juga kompetitif dan mencari cara untuk melakukan perubahan dari sistem yang sudah ada, memiliki rasa optimis yang tinggi, pekerja keras yang menginginkan penghargaan secara personal, percaya pada perubahan dan perkembangan diri sendiri (Putra, 2016).

Pertanyaan wawancara disusun mengacu pada variabel dari *Innovation Resistance Theory* (IRT), yaitu hambatan fungsional yang terdiri dari *Usage Barrier, Value Barrier,* dan *Risk Barrier,* hambatan psikologis terdiri dari *Tradition Barrier* dan *Image Barrier*, serta *Information Barrier*. Informan dalam penelitian ini berusia antara 60 sampai 68 tahun, dengan informan berjenis kelamin laki-laki sebanyak tujuh orang dan informan wanita sebanyak sembilan orang. Wawancara dilakukan secara langsung, melalui aplikasi *chat* dan melalui telepon.

Informan dalam penelitian ini sebanyak 16 orang. 10 informan menyatakan bahwa mereka telah menggunakan dompet digital dan 6 informan belum menggunakan dompet digital Terkait dengan hambatan dalam penggunaan (*usage barrier*), dari 10 informan yang menggunakan dompet digital terdapat satu orang yang menyatakan bahwa dompet digital sulit digunakan. Sedangkan sembilan informan lainnya menyatakan bahwa dompet digital cukup mudah digunakan, terutama jika hanya mengakses fitur-fitur dasar dan instruksi yang diberikan oleh dompet digital jelas serta dompet digital lebih efisien dibandingkan pembayaran tunai dan menggantikan.

Terkait *value barrier*, beberapa informan

menyatakan bahwa dompet digital tidak membantu meningkatkan kemampuan untuk mengontrol masalah keuangan mereja, serta tidak menawarkan keuntungan tambahan jika dibandingkan dengan pembayaran tunai. Sedangkan mereka menganggap bahwa dompet digital cukup ekonomis, dapat menghilangkan kendala waktu saat melakukan transaksi dan empat informan menyatakan bahwa dompet digital bukan pengganti yang baik untuk pembayaran tunai tradisional sedangkan enam informan lainnya menganggap bahwa dompet digital merupakan pengganti yang baik untuk pembayaran tunai tradisional.

Persepsi informan dalam hal risk barrier, hampir seluruh informan menyatakan bahwa mereka takut terjadi kesalahan dalam proses menggunakan dompet digital, baik salah memasukkan infomasi selama melakukan pembayaran digital, khawatir privasinya terbongkar, khawatir terdapat kesalahan dalam fungsi dompet digital maupun khawatir dengan biaya yang tidak masuk akal yang akan dikenakan pada mereka saat mereka menggunakan layanan dompet digital.

Persepsi informan dalam hal tradition barrier menunjukkan bahwa informan menyatakan bahwa mereka seringkali tidak sabar dengan aplikasi dompet digital. Selain itu, mereka masih lebih menyukai bertransaksi tatap muka dengan penjual untuk membeli barang dan jasa yang mereka butuhkan serta lebih suaka menggunakan bentuk pembayaran fisik untuk transaksi mereka, walaupun mereka sendiri sudah menggunakan dompet digital.

Persepsi informan dalam hal image barrier, informan berpendapat bahwa dompet digital tidak memiliki citra yang negatif walaupun mereka menanggap resiko dompet digital masih cukup besar. Mereka juga menyatakan bahwa dompet digital tidak dianggap sulit digunakan, teknologi baru tidak selalu rumit untuk digunakan dan selama ini reputasi penyedia layanan dompet digital cukup baik.

Persepsi informan dalam hal information barrier menunjukkan terdapat tiga informan yang menyatakan bahwa informasi yang tersedia tentang layanan dompet digital tidak membantu dan tidak jelas serta panduan dari penyedia layanan terkait dengan layanan dompet digital tidak cukup. Selain itu informasi yang tersedia mengenai layanan dompet digital tidak terlalu banyak.

Informan yang telah menggunakan dompet digital menyatakan akan terus menggunakan dompet digital walaupun masih terdapat kekhawatiran dan kesulitan dalam menggunakannya. Hal tersebut karena memang membutuhkannya, seperti membutuhkan jasa transportasi untuk mobilitas mereka sehari-hari. Mereka juga menyatakan bahwa akan berusaha mempelajari penggunaan dompet digital untuk melakukan transaksi mereka di masa yang akan datang.

Sedangkan informan yang belum menggunakan dompet digital menyatakan bahwa mereka malas mempelajari dan menggunakan dompet digital karena saat ini mereka masih belum membutuhkannya. Selain itu, mereka menyatakan bahwa mereka di masa yang akan datang juga belum tertarik menggunakan dompet digital. Informan menyatakan bahwa transaksi sebagian besar masih dapat mereka lakukan dengan tatap muka dan pembayaran tunai. Selain karena faktor malas mempelajari teknologi baru dan belum membutuhkan dompet digital, mereka juga masih merasa khawatir dan takut untuk menggunakan dompet digital. Selain itu, mereka menyatakan bahwa jika sudah sangat terpaksa menggunakan dompet digital, baru mereka akan mempertimbangkan menggunakannya. Sedangkan saat ini mereka masih bisa meminta bantuan baik dari anak maupun kerabat.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hambatan generasi *baby boomers* dalam mengadopsi dompet digital di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan 16 informan dengan berdasar pada *Innovation Resistance Theory* (IRT) dengan variabel *usage barrier, value barrier, risk barrier, tradition barrier, image barrier* dan *information barrier*. Informan terbagi menjadi dua kelompok, yaitu informan yang telah menggunakan dompet digital dan informan yang belum menggunakan dompet digital. Berdasarkan hasil wawancara, infoman yang telah menggunakan dompet digital menyatakan bahwa mereka telah cukup mampu menggunakan dompet digital walaupun terbatas pada fungsi-fungsi dasar. Selain itu, mereka menyatakan bahwa dompet digital tidak lebih menguntungkan dibandingkan transaksi tunai dan mereka sebenarnya masih lebih suka bertransaksi tunai tatap muka. Namun begitu, mereka menyatakan bahwa kekhawatiran mereka masih cukup tinggi atas keamanan penggunaan dompet digital dan walaupun mereka tidak menganggap bahwa citra dompet digital negatif. Informasi terkait dompet digital menurut informan cukup tersedia dan dapat diakses.

Hasil wawancara dengan informan yang belum menggunakan dompet digital, mereka menyatakan malas mempelajari dan menggunakan dompet digital karena saat ini mereka masih belum membutuhkannya. Selain itu, mereka menyatakan bahwa mereka di masa yang akan datang juga belum tertarik menggunakan dompet digital. Informan menyatakan bahwa transaksi sebagian besar masih dapat mereka lakukan dengan tatap muka dan pembayaran tunai. Selain karena faktor malas mempelajari teknologi baru dan belum membutuhkan dompet digital, mereka juga masih merasa khawatir dan takut untuk menggunakan dompet digital. Selain itu, mereka menyatakan bahwa jika sudah sangat terpaksa menggunakan dompet digital, baru mereka akan mempertimbangkan menggunakannya. Sedangkan saat ini mereka masih bisa meminta bantuan baik dari anak maupun kerabat.

Secara keseluruhan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa baik informan yang telah menggunakan dompet digital maupun yang belum

menggunakan dompet digital menunjukkan bahwa hambatan terbesar adalah pada risk barrier dan usage barrier, yaitu kekhawatiran mereka terhadap risiko penggunaan dompet digital dan kesalahan dalam menggunakan dompet digital.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, A. (2019). *Analisis Perilaku Minat Menggunakan Mobile Payment Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model.* Universitas Pendidikan Indonesia

Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik gender tematik: profil generasi milenial Indonesia.* Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Jakarta.

Badowska, S., Zamojska, A., dan Rogala, A. (2015). Baby boomers' attitudes toward innovations: Empirical research in Poland. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 213*, 1050-1056.

Berraies, S., Ben Yahia, K., dan Hannachi, M. (2017). Identifying the effects of perceived values of mobile banking applications on customers: Comparative study between baby boomers, generation X and generation Y. *International Journal of Bank Marketing*.

Chemingui, H., dan Ben Lallouna, H. (2013). Resistance, motivations, trust and intention to use mobile financial services. *International Journal of Bank Marketing, 31*(7), 574-592.

Dworkin, S.L. (2012). Sample Size Policy for Qualitative Studies Using In-Depth Interviews. *Arch Sex Behav* **41,** 1319–1320. https://doi.org/10.1007/s10508-012-0016-6

Gupta, A., dan Arora, N. (2017). Understanding determinants and barriers of mobile shopping adoption using behavioral reasoning theory. *Journal of Retailing and Consumer Services, 36*, 1-7.

Heinze, J., Thomann, M., dan Fischer, P. (2017). Ladders to m-commerce resistance: A qualitative means-end approach. *Computers in Human Behavior, 73*, 362-374.

Indotelko. (2019). Generasi tua banyak kesulitan hadapi tantangan teknologi. 13 Juni. https://www.indotelko.com/read/1560395506/generasi-tua

Joachim, V., Spieth, P., dan Heidenreich, S. (2017). Active innovation resistance: An empirical study on functional and psychological barriers to innovation adoption in different contexts. *Industrial Marketing Management.*

Kuerbis, A., Mulliken, A., Muench, F., Moore, A. A., dan Gardner, D. (2017). Older adults and mobile technology: Factors that enhance and inhibit utilization in the context of behavioral health. *Mental Health and Addiction Research, 2*(2), 1-11.

Kwon, W., dan Noh, M. (2010). The influence of prior experience and age on mature consumers' perceptions and intentions of internet apparel shopping. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 14*(3), 335-349.

Latham, J. (2020). *Qualitative Sample Size: how many participants is enough?*. https://www.drjohnlatham.com/many-participants-enough/

Laukkanen, P., Sinkkonen, S., dan Laukkanen, T. (2008). Consumer resistance to internet banking: Postponers, opponents and rejectors. *International Journal of Bank Marketing, 26*(6), 440-455.

Laukkanen, T. (2015). How uncertainty avoidance affects innovation resistance in mobile banking: The moderating role of age and gender. *48th Hawaii International Conference on System Sciences, IEEE Computer Society Washington*, 3601-3610.

Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and mobile banking. *Journal of Business Research, 69*(7), 2432-2439.

Laukkanen, T., Sinkkonen, S., dan Laukkanen, P. (2007). Information as a barrier to innovation adoption. *Proceedings of ANZMAC*, 3-5.

Ooi, K., dan Tan, G. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Expert Systems with Applications, 59*, 33-46.

Putra, Y.S. (2016). Theoretical Review: teori perbedaan generasi. *Among Makarti, 9*(18), Desember.

Ram, S., & Sheth, J. N. (1989). Consumer resistance to innovations: The marketing problem and its solutions. *The Journal of Consumer Marketing, 6*(2), 5-14.

Ramos-de-Luna, I., Montoro-Ríos, F., dan Liébana-Cabanillas, F. (2015). Determinants of the intention to use NFC technology as a payment system: An acceptance model approach. *Information Systems and e-Business Management, 14*(2), 293-314.

Tan, E., & Lau, J. L. (2016). *Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation*. *17*(1). https://doi.org/10.1108/YC-072015-00537

Wallendorf, Melanie, dan Zaltman, Gerald. 1983. *Readings in Consumer Behavior: Individuals, Groups, and Organizations*, 2nd Edition. NY: John Wiley

Ward, C., Raue, M., Lee, C., Ambrosio, L. D., dan Coughlin, J. F. (2017). Acceptance of automated driving across generations: The role of risk and benefit perception, knowledge, and trust. *Massachusetts Institute of Technology AgeLab*, 254-266.