



Analisis Perilaku Penggunaan Berkelanjutan Berdasarkan *Coping Theory*, Pengaruh Sosial, dan Niat Penggunaan Berkelanjutan *Mobile Payment System* Bagi Generasi Z dan Milenial

Albert Yeremia*¹, Nonie Magdalena²

^{1,2}Universitas Kristen Maranatha, Indonesia

E-mail: nonie.magdalena@eco.maranatha

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-01-10 Revised: 2025-02-20 Published: 2025-03-03	This study explores the direct and indirect effects of copying theory and social influence on continuous usage behavior through continuous usage intention. 210 respondents of generation Z and Millennials who use Mobile Payment System (MPS) to fulfill their travel needs participated through a questionnaire survey distributed using Google Form. Data were analyzed using a mediation regression method. The results of this study shows an indirect effect of social influence on continuous usage behavior through continuous usage intention of 53.1%. The results also shows no direct and indirect effect of copying theory on continuous usage through continuous usage intention.
Keywords: <i>Copying Theory;</i> <i>Social Influence;</i> <i>Continuous Usage Intention and Behavior.</i>	
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-01-10 Direvisi: 2025-02-20 Dipublikasi: 2025-03-03	Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh langsung dan tidak langsung <i>copying theory</i> dan pengaruh sosial pada perilaku penggunaan berkelanjutan melalui niat penggunaan berkelanjutan. 210 responden generasi Z dan Milenial pengguna <i>Mobile Payment System</i> (MPS) untuk memenuhi kebutuhan <i>travelling</i> berpartisipasi melalui survei kuesioner yang disebarakan dengan <i>google form</i> . Data dianalisis menggunakan uji regresi mediasi. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung pengaruh sosial pada perilaku penggunaan berkelanjutan melalui niat penggunaan berkelanjutan sebesar 53.1%. Hasil juga menunjukkan tidak adanya pengaruh lamngsung dan tidak langsung <i>copying theory</i> pada penggunaan berkelanjutan melalui niat penggunaan berkelanjutan.
Kata kunci: <i>Copying Theory;</i> <i>Pengaruh Sosial;</i> <i>Niat dan Perilaku Penggunaan Berkelanjutan.</i>	

I. PENDAHULUAN

Penelitian perilaku penggunaan berkelanjutan sebagai indikator keberhasilan produk sehingga menarik untuk dianalisis lebih lanjut. Menurut Putritama (2019), jika perusahaan memahami perilaku penggunaan berkelanjutan maka perusahaan dapat memahami dan menunjukkan kemampuan penyedia untuk mempertahankan pengguna dalam jangka waktu yang lama. Perilaku penggunaan berkelanjutan ini merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk dapat mengetahui komitmen pengguna untuk tetap terlibat, yang biasanya dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, kepuasan, manfaat yang dirasakan, dan nilai yang dihasilkan dari penggunaan tersebut, sehingga perusahaan dapat meningkatkan strategi jangka panjang yang efektif (Caraka Anto Yuwono & Ellyawati, 2022).

Perilaku penggunaan berkelanjutan adalah tindakan konsisten dari seseorang untuk terus menggunakan teknologi atau layanan tertentu setelah mereka memutuskan untuk mengadopsinya. (Jun *et al.*, 2020). Keberlanjutan penggunaan sangat dipengaruhi oleh niat pengguna (*intention*), yang bertindak sebagai determinan utama dalam mempertahankan interaksi dengan teknologi tertentu (Venkatesh *et al.*, 2019; Kim &

Lee, 2020). Sebaliknya, jika pengguna merasa adanya risiko, seperti ancaman terhadap keamanan data atau kerugian finansial, mungkin mempertimbangkan kembali niatnya untuk menggunakan teknologi tersebut (Sun *et al.*, 2020). Niat penggunaan berkelanjutan adalah keinginan seseorang untuk terus menggunakan teknologi, layanan, atau produk dalam jangka panjang (Sun *et al.*, 2020). Niat penggunaan berkelanjutan mencerminkan loyalitas pengguna dan berkontribusi pada adopsi teknologi yang lebih luas di masyarakat (Putritama, 2019).

Niat tidak hanya dipengaruhi oleh aspek seperti kegunaan dan kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh faktor emosional (*coping theory* dan *social influence*) yang memainkan peran penting dalam konteks teknologi digital (Zhou, 2020; Hsiao & Tang, 2021). *Coping theory* adalah adopsi teknologi melibatkan berbagai faktor psikologis yang memengaruhi niat dan perilaku individu untuk menggunakan suatu teknologi secara berkelanjutan (Hameed *et al.*, 2023, 2024). Tiga elemen utama yang sering digunakan untuk memahami proses ini adalah nilai yang dirasakan (*perceived value*), ancaman yang dirasakan (*perceived threat*), dan kendali yang dirasakan (*perceived controllability*). Menurut

Hameed *et al.*, (2023), nilai yang dirasakan mencakup manfaat atau keuntungan yang diperoleh dari teknologi, ancaman yang dirasakan berkaitan dengan risiko atau kerugian potensial, dan kendali yang dirasakan merujuk pada kemampuan individu untuk mengatasi tantangan atau risiko yang mungkin timbul. Studi menunjukkan bahwa individu yang mampu mengelola tantangan teknis atau psikologis lebih cenderung memiliki niat penggunaan berkelanjutan terhadap teknologi. Namun, studi tentang peran *coping theory* dalam aspirasi perilaku penggunaan berkelanjutan masih terbatas, yang mana fokus penelitian lebih banyak pada aspek teknis daripada psikologis (Karjaluoto *et al.*, 2020; Shaw & Sergueeva, 2019).

Pengaruh sosial memainkan peran penting dalam mendorong adopsi dan keberlanjutan penggunaan teknologi. Faktor ini mencakup bagaimana norma sosial, rekomendasi dari teman sebaya, dan dukungan dari keluarga atau komunitas memengaruhi niat seseorang untuk mengadopsi teknologi baru (Purohit *et al.*, 2022). Pengaruh sosial bertindak sebagai pendahulu dari niat penggunaan teknologi, karena individu cenderung dipengaruhi oleh lingkungan dalam mengambil keputusan (Purohit *et al.*, 2022). Dukungan sosial dapat meningkatkan rasa percaya diri pengguna terhadap penggunaan teknologi, sehingga membangun kepercayaan dan keyakinan yang lebih kuat serta berperan dalam menciptakan niat berkelanjutan untuk terus menggunakan teknologi. Hal ini menjelaskan mengapa individu yang menerima rekomendasi atau dukungan dari kelompok sosial cenderung memiliki motivasi lebih besar untuk menggunakan teknologi secara konsisten (Shaw & Sergueeva, 2019).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Hameed *et al.*, (2023), Sampel penelitian adalah wisatawan yang pertama kali menggunakan *Mobile Payment System* (MPS) untuk memesan liburan khususnya di negara Malaysia. Pada penelitian tersebut menguji pengaruh tidak langsung *Innovation Resistance Theory* dan *Copying Theory* pada perilaku penggunaan berkelanjutan melalui niat penggunaan berkelanjutan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Hameed *et al.*, (2023), adalah sampel yang digunakan Generasi Z dan Milenial di Indonesia yang menggunakan MPS pada saat melakukan proses *travelling*. Selain itu, penelitian ini menguji dampak langsung dan tidak langsung

copying theory dan pengaruh sosial pada perilaku penggunaan berkelanjutan melalui niat penggunaan berkelanjutan.

Generasi Z dan Milenial, sebagai *digital natives* yang akrab dengan perangkat mobile, sangat adaptif terhadap MPS karena menawarkan kemudahan, keamanan, dan fleksibilitas dalam gaya hidup digital (Hameed *et al.*, 2023; Kumar & Arun Palanisamy, 2019). Ketika melakukan *traveling*, MPS mendukung setiap perjalanan dalam pembayaran di berbagai situasi yaitu mulai dari pemesanan tiket, pembayaran untuk akomodasi, hingga transaksi di tempat wisata. Dengan kemudahan ini, MPS mendukung kebutuhan Generasi Z dan Milenial untuk *traveling* secara efisien dan aman, memperkuat posisi MPS sebagai bagian tak terpisahkan dari gaya hidup modern.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung *Coping Theory* dan pengaruh sosial pada niat dan perilaku penggunaan berkelanjutan MPS bagi Generasi Z dan Milenial. Dengan fokus pada aplikasi MPS dalam *travelling*, penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana *Coping Theory* dan pengaruh sosial memengaruhi keputusan pengguna untuk tetap berniat dan menggunakan teknologi ini secara berkelanjutan.

Sebagai peneliti, berharap kontribusi dari penelitian ini memberikan wawasan praktis yang bermanfaat bagi perusahaan teknologi keuangan, khususnya pengembang MPS. Praktisi dapat memanfaatkan temuan ini untuk meningkatkan elemen *Coping Theory*, seperti fitur keamanan, nilai yang dirasakan, dan juga kemudahan penggunaan, guna mendukung niat penggunaan berkelanjutan yang berdampak pada perilaku penggunaan berkelanjutan. Selain itu, pengaruh sosial dapat diperkuat melalui strategi pemasaran berbasis komunitas dan testimoni pengguna untuk meningkatkan adopsi teknologi, terutama di kalangan Generasi Z dan Milenial. Implementasi hasil penelitian ini berpotensi mempercepat loyalitas pelanggan terhadap teknologi pembayaran digital, khususnya dalam sektor perjalanan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kausal karena bertujuan untuk menguji pengaruh variabel *coping theory* (independen), pengaruh sosial (independen), niat penggunaan berkelanjutan (mediasi), dan perilaku penggunaan berkelanjutan (dependen). Pendekatan ini dipilih

karena memungkinkan pengumpulan data yang luas dan memberikan hasil yang dapat digeneralisasi (Hameed *et al.*, 2023).

Populasi penelitian berfokus pada Generasi Z dan Milenial yang menggunakan MPS untuk kebutuhan *travelling*. Sampel diambil dari populasi pengguna aktif MPS di Indonesia yang dianggap relevan mengingat tingginya penetrasi teknologi digital di kalangan kelompok usia ini. Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* agar adanya kesesuaian tujuan penelitian dan kriteria sampel. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 210 responden.

Pengumpulan data menggunakan survei kuesioner dengan cara menyebarnya melalui *google form*. Pada penelitian ini, terdapat 21 Indikator pernyataan yang terdiri 4 variabel dan diukur menggunakan skala likert dengan poin dari 1 sangat tidak setuju sampai 5 sangat setuju. Indikator dari keempat variabel tersebut diadopsi dan dikembangkan dari Hameed *et al.*, (2023) dan Purohit *et al.*, (2022).

Keakuratan instrumen diuji menggunakan uji validitas dengan metode korelasi *product moment*. Sedangkan konsistensi instrumen penelitian menggunakan uji reliabilitas dengan metode Cronbach alpha. Penelitian ini menggunakan metode regresi mediasi sebagai metode pengujian hipotesis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Responden

Berdasarkan 210 orang yang berpartisipasi mengisi kuesioner ini, sesuai dengan penelitian sebelumnya dari (Hair *et al.*, 2019) maka diperoleh (21 x 10) responden. Terdapat total 63,8% responden wanita lebih besar dari 36,2% pria. Terdapat 100% responden memenuhi kriteria sample yaitu sebagai pengguna MPS aktif dan juga memiliki KTP. Berdasarkan usia, 99,1% responden dengan usia 14 – 29 tahun (generasi Z) lebih banyak daripada 0,9% dengan usia 30 – 43 tahun (generasi Milenial). Berdasarkan profil responden maka kriteria sampel penelitian ini terpenuhi. Platform media MPS yang paling sering digunakan adalah 73,1% M-Banking, Selanjutnya 45,2%, shopeePay, 43,4% Gopay, 33,8% OVO, 21,5% Dana, dan Linkaja 3,7%.

2. Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas

Pengujian validitas menggunakan korelasi *product moment*. Jika nilai *r* hitung > *r* tabel dengan $\alpha = 5\%$ maka indikator dikatakan valid data yang didapat, *r* tabel dari hasil penelitian ini adalah 0,1138 dan hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	Cronbach Alpha
CT	CT6	0.820	0.916
	CT7	0.810	
	CT8	0.786	
	CT9	0.817	
SI	SI1	0.629	0.808
	SI2	0.641	
	SI3	0.701	
CUI	CUI1	0.709	0.833
	CUI2	0.607	
	CUI3	0.690	
	CUI4	0.643	
CUB	CUB1	0.593	0,765
	CUB2	0.582	
	CUB3	0.623	

Sumber: Olah data SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat dari setiap variabel *r* hitung lebih besar daripada 0,1138. Maka dari itu variabel di atas seluruhnya valid. Secara detail nilai indikator CT terdiri dari CT6 (0.820), CT7 (0.810), CT8 (0.786), CT9 (0.817). Nilai indikator SI terdiri dari SI1 (0.778), SI2 (0.739), SI3 (0.760). Nilai indikator CUI terdiri dari CUI1 (0.712), CUI2 (0.678), CUI3 (0.744), CUI4 (0.692). Nilai indikator CUB terdiri dari CUB1 (0.587) CUB2 (0.677) CUB3 (0.676).

3. Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan regresi mediasi. Menurut (Ghozali, 2018), kriteria pengujian hipotesis (H_a) diterima jika nilai $sig \leq 0.05$ yang diartikan terdapat pengaruh antara setiap variabel. Sedangkan, kriteria pengujian hipotesis (H_a) ditolak jika nilai $sig > 0.05$ yang diartikan bahwa tidak ada pengaruh antara setiap variabel. Model persamaan regresi untuk pengaruh langsung variabel independen pada variabel dependen dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$CUI = - 0.008 CT + e \quad (H1)$$

$$CUI = 0,660 SI + e \quad (H2)$$

$$CUB = 0.013 CT + e \quad (H3)$$

$$CUB = 0.025 SI + e \quad (H4)$$

$$CUB = 0,804 CUI + e \quad (H5)$$

Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 2 dan hasil menunjukkan bahwa sebagian hipotesis diterima. H1 $\beta = -0.008$ ($sig = 0.882$), secara signifikansi *coping theory* tidak memengaruhi langsung pada niat penggunaan berkelanjutan. H2 $\beta = 0.660$ ($sig = <0.001$), secara signifikansi pengaruh sosial memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan. Selanjutnya, H3 $\beta = 0.013$ ($sig = 0.760$) secara signifikan *coping theory* tidak memengaruhi langsung pada perilaku penggunaan Berkelanjutan. H4 $\beta = 0.025$ ($sig = 0.640$) secara signifikan pengaruh sosial tidak memengaruhi langsung pada perilaku penggunaan berkelanjutan. H5 $\beta = 0.804$ ($sig = 0.001$) secara signifikan niat penggunaan berkelanjutan memengaruhi langsung pada perilaku penggunaan berkelanjutan.

Tabel 2 juga menunjukkan hasil pengujian mediasi (H6) dan (H7) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung *coping theory* dan pengaruh sosial pada niat penggunaan berkelanjutan melalui perilaku penggunaan berkelanjutan. Model persamaan regresi mediasi sebagai berikut:

$$CUI = 0,660 SI + e$$

$$CUB = 0,804 CUI + e$$

$$SI \rightarrow CUI \rightarrow CUB$$

$$CUB = 0.660 \cdot 0.804 = 0.531 \quad (H7)$$

Model persamaan regresi mediasi H6: $CT \rightarrow CUI \rightarrow CUB$ ditolak karena H1: $CT \rightarrow CUI$ ditolak, artinya CUI tidak berperan sebagai variabel mediasi.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Model Jalur	Standardized β	Sig.
H1	$CT \rightarrow CUI$	- 0.008	0.882
H2	$SI \rightarrow CUI$	0.660	< 0.001
H3	$CT \rightarrow CUB$	0.013	0,760
H4	$SI \rightarrow CUB$	0,025	0,643
H5	$CUI \rightarrow CUB$	0,804	< 0,001
H6	$CT \rightarrow CUI \rightarrow CUB$		Ha ditolak
H7	$SI \rightarrow CUI \rightarrow CUB$		0,531

Sumber: Olah data SPSS (2025)

B. Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh langsung pengaruh sosial pada niat

penggunaan berkelanjutan sebesar 66% dan pengaruh langsung niat penggunaan berkelanjutan pada perilaku penggunaan berkelanjutan sebesar 80.4%. Penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung pengaruh sosial pada perilaku penggunaan berkelanjutan melalui niat penggunaan berkelanjutan sebesar 53.1%

Penelitian ini juga menunjukkan tidak adanya pengaruh langsung *copying theory* pada niat penggunaan berkelanjutan dan perilaku penggunaan berkelanjutan, serta tidak adanya pengaruh langsung pengaruh sosial pada perilaku penggunaan berkelanjutan. Selanjutnya hasil penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh tidak langsung *copying theory* pada perilaku penggunaan berkelanjutan melalui niat penggunaan berkelanjutan.

Jika perusahaan yang bergerak di bisnis *travelling* dan memiliki target pasar generasi Z dan Milenial sebaiknya memberikan fasilitas MPS yang berkualitas baik sehingga konsumen mencintai serta merasa nyaman dalam memakai MPS ini secara berkelanjutan. Generasi Z dan Milenial akan merasa nyaman dalam menggunakan MPS dan membantu perjalanan *travelling* menjadi lebih menyenangkan sesuai dengan fungsinya (efektif). MPS yang berkualitas dapat mendorong generasi Z dan Milenial untuk memengaruhi konsumen lain melalui testimonial sehingga mendorong konsumen lain memiliki niat untuk menggunakan MPS dan akhirnya memiliki perilaku penggunaan berkelanjutan yang nyaman dan aman untuk perjalanannya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh secara langsung pengaruh sosial dan niat penggunaan berkelanjutan pada perilaku penggunaan berkelanjutan. Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung pengaruh sosial pada perilaku penggunaan berkelanjutan melalui niat penggunaan berkelanjutan.

B. Saran

Penelitian ini hanya menggunakan variabel *copying theory*, pengaruh sosial, niat penggunaan berkelanjutan, dan perilaku penggunaan berkelanjutan. Peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat memperluas pengujian dengan menambah variabel kepuasan dan loyalitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business and Management*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Ariel, J., & Iriyanty, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Penggunaan Berkelanjutan E-Wallet. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia* •, 46(2), 113–130.
- Caraka Anto Yuwono, & Ellyawati, J. (2022). Anteseden Niat Penggunaan Berkelanjutan Dan Pengaruhnya Pada Niat Merekomendasikan Telemedisin Pasca-Pandemi Covid-19. *Modus*, 34(2), 224–247. <https://doi.org/10.24002/modus.v34i2.6063>
- Franque, F. B., Oliveira, T., & Tam, C. (2021). Understanding the factors of mobile payment continuance intention: empirical test in an African context. *Heliyon*, 7(8), e07807. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07807>
- Ghozali, I. (2018). Application of multivariate analysis with IBM SPSS 25 Program edisi ke - 9. 9.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). The Results of PLS-SEM Article information. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hameed, I., Akram, U., & Ashraf, A. (2023). Consumers' usage of mobile payment systems: an application of the innovation resistance and coping theory on the tourism sector. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-03-2023-0495>
- Hameed, I., Akram, U., Khan, Y., Khan, N. R., & Hameed, I. (2024). Exploring consumer mobile payment innovations: An investigation into the relationship between coping theory factors, individual motivations, social influence and word of mouth. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77(November 2023), 103687. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103687>
- Jun, S. P., Lee, J. S., & Lee, J. (2020). Method of improving the performance of public-private innovation networks by linking heterogeneous DBs: Prediction using ensemble and PPDM models. *Technological Forecasting and Social Change*, 161(October 2019). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120258>
- Kandi, N. R., Hafiar, H., & Subekti, P. (2024). Faktor Pengaruh Penggunaan Teknologi terhadap Niat dan Perilaku pada Penggunaan DANA. *Prologia*, 8(1), 251–264. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i1.29045>
- Khairani, G. A., & Giri, R. R. W. (2020). Analisis Adopsi Penggunaan Mobile Banking Menggunakan Model Utaut Modifikasi Dengan Budaya Sebagai Moderator Di Kalimantan Timur. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(7), 1025–1035. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i7.420>
- Kumar, A. S., & Arun Palanisamy, Y. (2019). Examining the consumers' preference towards adopting the mobile payment system. *International Journal of Electronic Finance*, 9(4), 268–286. <https://doi.org/10.1504/IJEF.2019.104071>
- Liu, W., Wang, Y., & Wang, Z. (2020). An empirical study of continuous use behavior in virtual learning community. *PLoS ONE*, 15(7 July), 1–17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0235814>
- Purohit, S., Kaur, J., & Chaturvedi, S. (2022). Mobile Payment Adoption Among Youth: Generation Z and Developing Country Perspective. *Journal of Content, Community and Communication*, 15(8), 194–209. <https://doi.org/10.31620/JCCC.06.22/14>
- Putritama, A. (2019). The Mobile Payment Fintech Continuance Usage Intention in Indonesia. *Jurnal Economia*, 15(2), 243–258. <https://doi.org/10.21831/economia.v15i2.26403>
- Song, Y., Gui, L., Wang, H., & Yang, Y. (2023). Determinants of Continuous Usage Intention in Community Group Buying Platform in China: Based on the

- Information System Success Model and the Expanded Technology Acceptance Model. *Behavioral Sciences*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/bs13110941>
- Sun, S., Law, R., & Schuckert, M. (2020). Mediating effects of attitude, subjective norms and perceived behavioural control for mobile payment-based hotel reservations. *International Journal of Hospitality Management*, 84(June 2019), 102331. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102331>
- Suryana, N. A. (2022). Strategi Coping Mahasiswa Dalam Menyelesaikan Tugas Akhir Di Masa Pandemi Covid-19. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 11(2). <https://doi.org/10.15408/empati.v11i2.27042>
- Zhou, Q., Jie, F., Yu, H., Xu, G., Ren, X., Liu, D., Wang, X., Mai, X., & Xu, H. (2021). Journal of Retailing and Consumer Services A study on factors affecting service quality and loyalty intention in mobile banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(June 2020), 102424. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102424>