

# Determinan keputusan penggunaan pembayaran digital: Peran niat sebagai mediasi literasi keuangan

JBB  
14, 1

Muchamad Khozin Chanafaro, Linda Purnama Sari\*  
Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

133

## ABSTRACT

*This study aims to examine the influence of financial literacy, risk perception, lifestyle, and the use of digital payments, all of which are mediated by intention, on Generation Z in Surabaya. This study uses quantitative methods and purposive sampling techniques involving 175 Generation Z respondents in Surabaya. The data analysis technique uses a structural equation model with partial least squares (SEM-PLS). The results of the study indicate that financial literacy has a direct influence on the intention and use of digital payments, while risk perception does not directly affect the intention to use digital payments but directly affects the use of digital payments. Meanwhile, lifestyle does not directly affect the use of digital payments. This study proves that the intention to use digital payment applications is able to mediate the influence of financial literacy on the use of digital payments. Yet, the intention to use digital payment applications is not able to mediate the perception of risk in the use of digital payments. It can be implied that financial literacy is important for increasing the use of digital payment applications for Generation Z in Surabaya through high intentions.*

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, gaya hidup terhadap penggunaan pembayaran digital, yang dimediasi oleh niat pada generasi Z di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik purposive sampling yang melibatkan 175 responden generasi Z di Surabaya. Teknik analisis data menggunakan structural equation model dengan partial least squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh langsung terhadap niat dan penggunaan pembayaran digital, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh langsung terhadap niat menggunakan pembayaran digital, namun berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan pembayaran digital. Sedangkan, gaya hidup tidak berpengaruh langsung terhadap penggunaan pembayaran digital. Penelitian ini membuktikan bahwa niat menggunakan aplikasi pembayaran digital mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan pembayaran digital. Sedangkan niat menggunakan aplikasi pembayaran digital tidak mampu memediasi persepsi risiko terhadap penggunaan pembayaran digital. Implikasi hasil penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya literasi keuangan dalam meningkatkan penggunaan aplikasi pembayaran digital generasi Z di Surabaya melalui niat yang tinggi.*

## Kata Kunci:

*Keputusan penggunaan pembayaran digital, Literasi keuangan, Persepsi risiko, Gaya hidup, Niat.*

Received August 12, 2024

Revised October 25, 2024

Accepted October 31, 2024

## JEL Classification:

G40

## DOI:

[10.14414/jbb.v14i1.4993](https://doi.org/10.14414/jbb.v14i1.4993)

Journal of  
Business and Banking

ISSN 2088-7841

Volume 14 Number 1  
May 2024 - October 2024

pp. 133-148



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

## 1. PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi di era modern saat ini berkembang dengan pesat untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam perolehan informasi dan berbagai layanan elektronik. Perkembangan internet dan teknologi ini menyebabkan banyak inovasi baru di berbagai industri. Salah satunya adalah pada industri keuangan, misalnya aplikasi pembayaran digital untuk mempermudah bertransaksi. Menurut Palimbong dkk., (2023), pembayaran digital merupakan pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti *internet banking*, *mobile banking*, dan *e-wallet*. Pembayaran digital memerlukan bantuan media elektronik sebagai metode pembayarannya, misalnya *smartphone* untuk melakukan transaksi yang dilakukan melalui transfer bank, *e-money*, dan kartu pembayaran termasuk kredit, debit dan Prabayar. Pada data Visa Consumer Payment Attitudes Study (2024), peningkatan pembayaran melalui aplikasi digital terus terjadi, dengan penggunaan tertinggi sebesar 92% di kalangan masyarakat Indonesia pada tahun 2023. Namun, penggunaan uang tunai ini akhirnya turun menjadi 80% dari sebelumnya 84% pada 2022. Studi ini menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital non tunai itu beragam, terutama keputusan penggunaan pembayaran digital semakin meningkat di kalangan penduduk Indonesia. Di sinilah terdapat pergeseran ke era digital saat ini.

Aktivitas penggunaan pembayaran digital dilakukan oleh berbagai generasi, terutama generasi Z. Generasi yang dikenal dengan sebutan generasi Z yang lahir antara 1997 hingga 2012 sering berinteraksi dengan dunia digital (Dayan, 2020). Oleh karena itu, keputusan penggunaan pembayaran digital yang dilakukan generasi Z menjadi suatu fenomena menarik untuk dipelajari lebih lanjut. Survey yang dilakukan oleh Visa Consumer Payment Attitudes Study (2024), menunjukkan bahwa proporsi generasi Z sekitar 76% mendominasi perilaku pembayaran digital di Indonesia. Para generasi Z telah berupaya menghindari penggunaan pembayaran uang tunai selama sepuluh hari, pergeseran ini diikuti oleh peningkatan penerimaan pembayaran non tunai oleh konsumen dan penjual, terutama di industri makanan dan minuman 82%, toko serba ada 81%, dan supermarket 77%. Selain itu, popularitas layanan perbankan digital menunjukkan pergeseran menuju pertumbuhan yang semakin tinggi. Menurut Visa Consumer Payment Attitudes Study (2024), 81% pengguna layanan perbankan digital di Indonesia telah menggunakan setidaknya sekali seminggu, generasi Z menyumbang 86% yang menggunakan layanan perbankan digital. Adapun produk yang paling banyak digunakan melalui layanan digital adalah rekening bank 80% dan kartu debit 47%. Hal ini menunjukkan ketergantungan yang makin besar pada aplikasi pembayaran digital.

Pergeseran ini menunjukkan bahwa konsumen makin memprioritaskan efisiensi, kenyamanan, dan keamanan dalam melakukan transaksi. Generasi Z juga disebut sebagai generasi *digital-native* menjadi pendorong utama untuk mengubah teknologi keuangan ini. Alasan mereka adalah karena transaksi tersebut lebih praktis, hemat waktu, dan tidak membutuhkan banyak kontak fisik. Generasi Z lebih cenderung menggunakan aplikasi pembayaran digital. Fenomena ini mendorong pelaku industri untuk mengembangkan layanan digital yang lebih canggih, tetapi juga menimbulkan persaingan yang sehat di industri

---

teknologi finansial (*fintech*). Generasi Z sekarang memprioritaskan *platform* yang dapat menyederhanakan pengalaman pengguna untuk hal-hal seperti pembayaran sehari-hari dan pengelolaan keuangan.

**JBB  
14, 1**

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital adalah literasi keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2024), literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh suatu individu yang mempengaruhi sikap dan perilaku keuangan, serta meningkatkan kualitas seseorang dalam mengambil keputusan. Literasi keuangan digital merupakan kemampuan individu untuk memahami, menggunakan, dan mengelola keuangan secara efektif dalam konteks digital (Ong & MN, 2022). Oleh karena itu, memiliki literasi keuangan yang baik bagi generasi Z, dapat meningkatkan sikap dan perilaku keuangan generasi Z untuk mengelola keuangannya. Pada konteks pembayaran digital, literasi keuangan berhubungan dengan niat seseorang dalam menggunakan keuangan berbasis teknologi. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi literasi keuangan digital generasi Z, maka semakin besar niat dari generasi Z dalam menggunakan pembayaran berbasis digital. Hasil penelitian Ong & MN (2022), menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan pembayaran digital. Hasil ini berbanding terbalik dengan penelitian Zakiyyah dkk. (2021), yang menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan pembayaran digital.

---

**135**

Selain literasi keuangan, persepsi risiko juga menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital. Persepsi risiko merupakan persepsi seseorang atas kemungkinan terjadinya kerugian (risiko) yang ditentukan secara subjektif dari penggunaan internet dalam menggunakan pembayaran digital (Ong & MN, 2022). Generasi Z tidak mengetahui akibat dari hal-hal yang tidak dapat dilihat secara langsung yang menyebabkan generasi Z menghadapi ketidakpastian. Persepsi terhadap tingkat risiko yang dirasakan generasi Z tergantung pada apa yang dilakukannya. Generasi Z hanya akan menggunakan teknologi ketika dampak penggunaan memang menguntungkan dan dapat meminimalisir risiko. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Purnamasari dkk. (2024), bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital. Sedangkan berdasar hasil penelitian dari Fadare dkk. (2016), persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital.

Di sisi lain, gaya hidup juga menjadi faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital. Gaya hidup merupakan bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah tergantung zaman atau cara seseorang memenuhi kebutuhan hidupnya (Dayan, 2020). Kemajuan teknologi mempengaruhi gaya hidup seseorang, gaya hidup seseorang diwakili oleh aktivitas, minat dan pendapat. Gaya hidup generasi Z juga dapat memengaruhi penggunaan aplikasi pembayaran digital, dengan berbagai manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi pembayaran digital. Generasi Z akan menjadi konsumtif jika gaya hidupnya tinggi karena menjalani gaya hidup mewah. Adanya pembayaran digital membuat masyarakat beralih dari uang kertas ke uang digital, masyarakat dapat melakukan semua transaksi dengan lebih mudah (Kumala & Mutia, 2020).

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang masih ditemukan hasil yang berbeda dan tidak konsisten secara parsial, peneliti menganggap hal ini menarik untuk diteliti kembali secara komprehensif terkait faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital pada generasi Z di Surabaya.

## **2. RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS**

*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori psikologis yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan terkait perilaku individu berdasarkan niat dan keyakinan pribadi mereka. Teori ini dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menggambarkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh empat faktor utama, yakni niat (*intention*), sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), kendali perilaku (*perceived behavioural control*). TPB memberikan landasan kuat dalam menganalisis perilaku individu dalam berbagai konteks. Dalam penelitian ini, faktor kontekstual yang dimaksud adalah niat, literasi keuangan, dan gaya hidup.

*Theory of Planned Behavior* (TPB) memiliki keterkaitan dengan literasi keuangan karena mampu menjelaskan apa yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengelola keuangan. Sikap generasi Z terhadap perilaku tertentu dipengaruhi oleh kepercayaan dan penilaian seseorang tentang hasil yang mungkin terjadi. Adapun gaya hidup pada *Theory of Planned Behavior* (TPB), kontrol diri atau lebih tepatnya *perceived behavioral control*, berperan penting untuk menentukan niat dan perilaku seseorang, termasuk gaya hidup (Dayan, 2020). Ini untuk mengetahui sejauh mana generasi Z merasa memiliki kendali atas suatu perilaku atau mencapai tujuan tertentu.

Selain TPB, penelitian ini juga menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk variabel persepsi risiko. Persepsi risiko merupakan bagian dari konsep *Theory Acceptance Model* (TAM) yang mengacu pada persepsi individu mengenai penggunaan suatu teknologi dan kontribusi positif dalam mencapai tujuan dan kebutuhan pengguna. Pengembangan model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model dasar dari penelitian Davis (1989) dan Lui & Jamieson (2003). Penelitian Davis (1989), yaitu teori menciptakan metode TAM pertama. Penelitian Lui & Jamieson (2003) kemudian mendukung modifikasi model TAM dengan menambahkan variabel kepercayaan dan risiko. Akibatnya, metode baru ini disebut *Trust and Risk in Technology Acceptance Model* (TRITAM).

### **Pengembangan Hipotesis**

Sikap generasi Z terhadap perilaku tertentu dipengaruhi oleh kepercayaan dan penilaian generasi Z tentang hasil yang mungkin terjadi. Sikap ini mencakup keyakinan bahwa pengelolaan keuangan digital adalah hal yang penting dan bermanfaat dalam konteks literasi keuangan (Soleha dkk., 2023). Generasi Z mungkin bersikap positif dan ingin belajar lebih banyak tentang keuangan digital jika generasi Z percaya bahwa dapat meningkatkan kesejahteraan finansialnya. Jika generasi Z memiliki literasi keuangan yang baik, maka mereka akan makin baik pula dalam menggunakan pembayaran digital ini. Penelitian yang dilakukan oleh Palimbong dkk. (2023) dan Purnamasari dkk. (2024) secara konsisten

---

menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital.

**JBB**  
**14, 1**

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital

Generasi Z yang memiliki literasi keuangan dapat menggunakan pengetahuannya dalam melakukan transaksi uang digital. Mereka juga mengetahui apa, bagaimana, di mana, mengapa, dan kapan untuk mengambil keputusan penggunaan pembayaran digital. Selain itu, generasi Z yang memiliki literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengelola uangnya, sehingga meningkatkan niat untuk menabung atau berinvestasi dalam layanan pembayaran digital. Sebaliknya, kurangnya literasi keuangan pada generasi Z juga dapat mengurangi niat karena ketidakpastian dan risiko kesalahan yang lebih besar. Penelitian Audina dkk. (2021) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan pembayaran digital.

H2: Literasi keuangan berpengaruh terhadap niat

Literasi keuangan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembayaran digital dengan niat sebagai mediasi. Generasi Z yang paham keuangan cenderung memahami cara pembayaran digital bekerja, pemahaman tentang pembayaran digital membuat generasi Z lebih suka menggunakannya karena mereka lebih percaya diri dan yakin dengan teknologi tersebut (Zakiyyah dkk., 2021). Niat adalah langkah kognitif yang menunjukkan kesiapan seseorang untuk bertindak. Dalam situasi seperti ini, niat untuk menggunakan pembayaran digital berfungsi sebagai penghubung antara literasi keuangan dan tindakan sehari-hari. Ketika niat sudah kuat, generasi Z lebih cenderung menggunakan pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z akan lebih percaya diri dan yakin terhadap teknologi pembayaran digital, sehingga mereka memiliki niat yang kuat untuk menggunakannya. Ini, kemudian, menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembayaran digital yang nyata. Hasil penelitian Ong & MN (2022), menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan pembayaran digital. Hasil ini berbanding terbalik dengan penelitian Zakiyyah dkk., (2021), yang menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan pembayaran digital.

H3: Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital melalui mediasi niat

Persepsi risiko berperan penting dalam meningkatkan keputusan penggunaan pembayaran digital, karena individu cenderung mempertimbangkan potensi ancaman yang mungkin timbul. Anacam tersebut seperti keamanan data pribadi, pencurian identitas, atau biaya tersembunyi. Seiring dengan meningkatnya persepsi generasi Z tentang risiko yang terkait dengan metode pembayaran digital, begitu pula dengan kemampuan mereka untuk ragu atau bahkan menolak untuk menggunakannya. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Purnamasari (2024) bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital. Adapun berdasar hasil penelitian dari Fadare dkk. (2016), persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital pada *platform internet banking*.

H4: Persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital

Persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan pembayaran digital karena bagaimana seseorang melihat ancaman, seperti kebocoran data, pencurian identitas, atau kerugian finansial, dapat menghambat seseorang untuk menggunakan pembayaran digital. Makin tinggi persepsi risiko generasi Z, makin rendah kemungkinan generasi Z berniat menggunakan pembayaran digital. Hal tersebut mendukung penelitian Fadare dkk. (2016) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan aplikasi pembayaran.

H5: Persepsi risiko berpengaruh terhadap niat

Jika generasi Z yang memiliki persepsi risiko tinggi terkait pembayaran digital, seperti potensi kehilangan data atau kekhawatiran akan keamanan, mereka akan enggan menggunakan pembayaran digital. Sebaliknya, jika persepsi risiko dapat dikurangi melalui edukasi, transparansi, atau keamanan penyedia layanan, hal ini dapat meningkatkan niat terhadap pembayaran digital (Sijabat dkk., 2019). Dengan kata lain, niat adalah elemen penting yang menjelaskan bagaimana persepsi risiko dapat menghambat atau mencegah keputusan untuk menggunakan layanan pembayaran digital. Menurut Sijabat (2019) dalam penelitiannya, persepsi risiko terhadap niat penggunaan pembayaran digital berpengaruh positif signifikan, berlawanan dengan penelitian dari Warningsih (2021) yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak mempengaruhi niat dalam penggunaan pembayaran digital pada *platform e-wallet*.

H6: Persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital melalui mediasi niat

Niat dan penggunaan pembayaran digital memiliki keterkaitan dengan keputusan seseorang dalam menggunakan layanan muncul karena didasari oleh keinginan atau niat untuk menggunakan. menurut Ajzen (1991) dalam *theory of planned behavior*, bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh empat faktor, yakni niat (*intention*), sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kendali perilaku (*perceived behavioural control*). Dengan demikian, makin tinggi niat pada diri seseorang, makin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk memutuskan menggunakan pembayaran digital sebagai aktivitas transaksi sehari-hari. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Aisyah & Sesunan (2023), yang menyatakan bahwa niat berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital.

H7: Niat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital

Generasi Z biasanya memiliki gaya hidup yang tinggi karena mereka ingin mencoba hal-hal baru, terutama terhadap barang dan jasa, dan merasa harus mengikuti tren dan kemajuan. Makin modern dan maju gaya hidup seseorang, makin besar kemungkinan mereka menggunakan pembayaran digital. Generasi Z yang lebih terampil dalam teknologi digital mungkin lebih mudah mengenal dan menggunakan sistem pembayaran digital seperti *e-wallet*, transfer bank, dan *mobile payment* yang lebih efisien daripada metode pembayaran konvensional (Purnamasari

dkk., 2024). Pemahaman dan kontrol diri yang kuat tidak akan membawa seseorang ke dalam "lubang" gaya hidup. Berdasarkan penelitian Dayan, (2020); Soleha dkk. (2023); dan Purnamasari dkk. (2024), gaya hidup berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital.

H8: Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital

**JBB  
14, 1**

### 3. METODE PENELITIAN

#### Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif karena pengumpulan datanya numerik dan analisis statistik, serta pengumpulan datanya melalui survei. Populasi yang diteliti adalah generasi Z (berusia 17-27 tahun) di kota Surabaya. Jika dilihat dari dimensi waktu, data dalam penelitian ini menggunakan dimensi waktu *cross section*, karena data dikumpulkan pada titik waktu tertentu dengan subjek sampel yang berbeda. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria yaitu responden sudah pernah menggunakan aplikasi layanan pembayaran digital. Penentuan jumlah sampel mengacu pada Hair dkk. (2022), dengan rumus sebagai berikut :

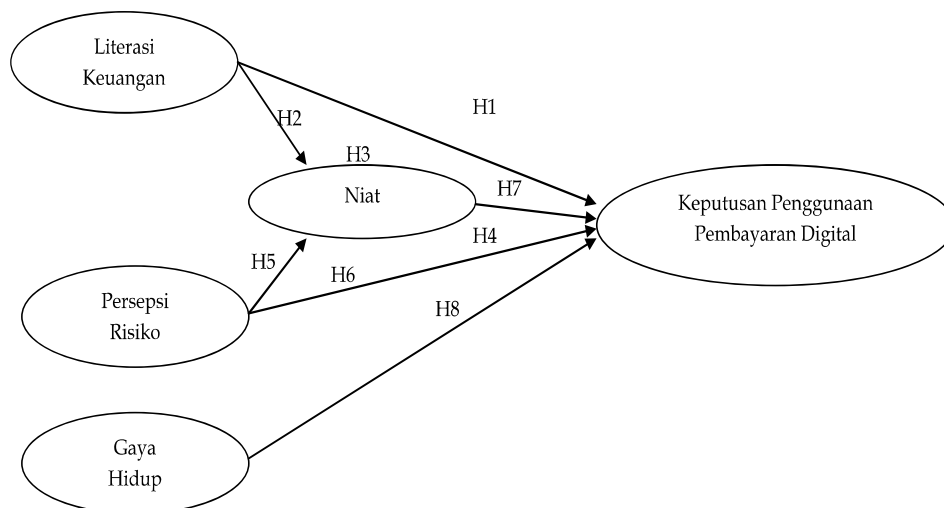
Signifikan level = 5%

$$n_{\min} > (2,486/P_{\min})^2$$

Nilai 2.486 adalah nilai t-kritis dari distribusi t dua sisi untuk tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan tertentu. Nilai ini bisa ditemukan di tabel distribusi t.

Sehingga apabila nilai signifikan yang bisa ditolerir adalah 5% dan koefisien jalur minimal 0,2 maka jumlah sampel yang digunakan yakni sebagai berikut:

$$n_{\min} > (2,486/P_{\min})^2 = 154,505.$$



**Gambar 1**  
**Rerangka Berpikir Penelitian**

Hasil tersebut menunjukkan bahwa minimal jumlah sampel yang digunakan yakni 155 (pembulatan) responden. Pada penelitian saat ini ukuran sampel yang telah didapat adalah sebanyak 175 responden yang telah didapat. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer. Pengumpulan data dilakukan secara survei menggunakan kuesioner *online* berupa *google form* melalui sosial media yang disebarakan kepada generasi Z di Surabaya dan sudah diseleksi dengan berdasar kriteria sampel yang telah ditentukan.

Variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Variabel dan Indikator**

| Variabel                                | Pengukuran                                             | Referensi               |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------|
| Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital | Kenyamanan menggunakan Pembayaran digital              | Dayan (2020)            |
|                                         | Melakukan pembayaran digital untuk melakukan transaksi |                         |
| Niat                                    | Keinginan untuk menggunakan                            | Soleha dkk. (2023)      |
|                                         | Keinginan untuk mencoba menggunakan                    |                         |
|                                         | Pengalaman Positif                                     |                         |
|                                         | Rekomendasi dari orang lain                            |                         |
|                                         | Keinginan menggunakan dimasa yang akan datang          |                         |
| Literasi Keuangan                       | Pengetahuan umun pembayaran digital                    | Soleha dkk. (2023)      |
|                                         | Kesadaran terhadap produk pembayaran digital           |                         |
|                                         | Sikap dan perilaku terhadap pembayaran digital         |                         |
| Persepsi Risiko                         | Kesadaran akan risiko finansial                        | Purnamasari dkk. (2024) |
|                                         | Kesiapan untuk menghadapi risiko                       |                         |
| Gaya Hidup                              | Kepedulian terhadap tren                               | Dayan (2020)            |
|                                         | Kepuasan terhadap gaya hidup modern                    |                         |
|                                         | Preferensi terhadap pembayaran digital                 |                         |
|                                         | Keterlibatan dalam kegiatan social                     |                         |
|                                         | Pengaruh teman dan keluarga                            |                         |
|                                         | Pengeluaran untuk kebutuhan                            |                         |

Sumber: Data Diolah



Pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala pengukuran variabel yang digunakan dalam kuesioner penelitian. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini memiliki rentang 1-5. Selanjutnya, dilakukan *pivot test* berupa uji validitas dan uji reliabilitas pada instrumen penelitian. Metode analisis data mencakup analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial, dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Pengujian PLS meliputi pengujian *outer model*, *inner model*, pengujian hipotesis, dan pengujian mediasi

**JBB**  
**14, 1**

**141**

#### **4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

##### **Analisis Demografi Responden**

Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat 182 responden yang 175 diantaranya memenuhi kriteria sedangkan 7 lainnya tidak memenuhi kriteria. Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi pembayaran digital mayoritas dilakukan oleh mahasiswa dengan besar persentase 77,71%, diikuti oleh generasi Z yang bekerja sebesar 10,86% dan generasi Z yang menjalankan dua tugas tersebut di atas 11,43%. Usia responden terbanyak adalah antara 17 hingga 21 tahun sebesar 55,42%, sedangkan sisanya berusia antara 22 hingga 27 tahun sebesar 44,58%. Distribusi jenis kelamin responden kurang lebih sama, yaitu laki-laki 49,7% dan perempuan 50,3%.

##### **Hasil Uji Partial Least Square**

##### **Hasil Uji Outer Model**

Uji *outer model* berfungsi untuk menguji apakah variabel konstruk yang digunakan dalam instrumen penelitian, sudah valid atau belum, sudah reliabel atau belum.

##### **Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk**

Uji validitas dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang menunjukkan hasil lebih dari 0,50 sehingga setiap variabel telah memenuhi validitas konstruk. Kemudian, untuk uji reliabilitas dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan hasil lebih dari 0,60 dan diamati dari nilai Reliabilitas Komposit yang menunjukkan hasil lebih dari 0,70 sehingga setiap variabel telah memenuhi reliabilitas konstruk.

**Tabel 2**  
**Demografi Responden**

| Karakteristik Demografi | Kategori      | Jumlah | Persentase (%) |
|-------------------------|---------------|--------|----------------|
| Jenis Kelamin           | Laki-laki     | 87     | 49,7%          |
|                         | Perempuan     | 88     | 50,3%          |
| Usia                    | 17 – 21 Tahun | 97     | 55,42%         |
|                         | 22 – 27 Tahun | 78     | 44,58%         |
| Status                  | Mahasiswa     | 136    | 77,71%         |
|                         | Bekerja       | 19     | 10,86%         |
|                         | Keduanya      | 20     | 11,43%         |

Sumber: Data Penelitian Diolah

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk**

| Variabel                                | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>rho_A</i> | <i>Reliabilitas Komposit</i> | <i>AVE</i> |
|-----------------------------------------|-------------------------|--------------|------------------------------|------------|
| Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital | 0,809                   | 0,811        | 0,862                        | 0,511      |
| Literasi Keuangan                       | 0,705                   | 0,712        | 0,817                        | 0,529      |
| Gaya Hidup                              | 0,805                   | 0,825        | 0,860                        | 0,511      |
| Persepsi Risiko                         | 0,706                   | 0,723        | 0,819                        | 0,532      |
| Niat                                    | 0,816                   | 0,817        | 0,867                        | 0,522      |

Sumber: Data Penelitian Diolah

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Variabel Terikat                        | <i>R Square</i> | <i>R Square Adjusted</i> |
|-----------------------------------------|-----------------|--------------------------|
| Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital | 0.655           | 0.646                    |
| Niat                                    | 0.372           | 0.365                    |

Sumber: Data Penelitian Diolah

#### Hasil Uji Inner Model

Uji *inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan atau pengaruh sebab-akibat antara variabel laten dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung.

#### *R-Square* ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada variabel literasi keuangan, persepsi risiko, gaya hidup, dan mediasi niat terhadap keputusan penggunaan digital adalah 0,655 artinya pengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital dapat dijelaskan sebesar 65,5% oleh literasi keuangan, persepsi risiko, gaya hidup, dan mediasi niat, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya.

Koefisien determinasi pada variabel literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap niat adalah 0,372 yang artinya variasi niat dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan persepsi risiko sebesar 37,2%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya.

#### *Q-Square* ( $Q^2$ )

Dalam mengukur *predictive relevance* dari model struktural secara keseluruhan digunakan perhitungan nilai *Q-square*. Perhitungan nilai  $Q^2$  adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,655) (1 - 0,372)$$

$$Q^2 = 0,783$$

Hasil perhitungan menunjukkan nilai *Q-Square* sebesar 0,783, sehingga dinyatakan bahwa model struktural memiliki *predictive relevance* yang sangat kuat.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Analisis**

**JBB**  
**14, 1**

| No | Pengaruh        | Koef. Jalur | t-statistic | P-values | P                |
|----|-----------------|-------------|-------------|----------|------------------|
| 1  | LK -> KPPD      | 0.428       | 4.479       | 0.000    | Signifikan       |
| 2  | LK -> N         | 0.545       | 6.513       | 0.000    | Signifikan       |
| 3  | LK -> N -> KPPD | 0.295       | 4.924       | 0.000    | Signifikan       |
| 4  | PR -> KPPD      | 0.309       | 3.695       | 0.000    | Signifikan       |
| 5  | PR -> N         | 0.104       | 1.068       | 0.286    | Tidak Signifikan |
| 6  | PR -> N -> KPPD | 0.056       | 1.087       | 0.278    | Tidak Signifikan |
| 7  | N -> KPPD       | 0.542       | 8.611       | 0.000    | Signifikan       |
| 8  | GH -> KPPD      | 0.033       | 0.396       | 0.692    | Tidak Signifikan |

Sumber: Data Penelitian Diolah

**143**

### **Pengujian Hipotesis**

#### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

Hasil penelitian yang menyatakan variabel literasi keuangan diperoleh t-statistik sebesar 4.479 lebih besar dari 1.96 serta *P-values* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital generasi Z di Surabaya. Generasi Z di Surabaya yang memiliki literasi keuangan yang baik, cenderung langsung mengambil keputusan menggunakan layanan pembayaran digital. Hasil ini sejalan dengan penelitian Purnamasari dkk. (2024) dan Palimbong dkk. (2023), yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital.

#### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Niat**

Hasil penelitian yang menunjukkan variabel literasi keuangan diperoleh t-statistik sebesar 6.513 lebih besar dari 1.96 serta *P-values* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat generasi Z dalam menggunakan pembayaran digital. Tingginya pemahaman literasi keuangan membuat generasi Z di Surabaya memiliki niat yang cukup tinggi untuk menggunakan layanan pembayaran digital. Selain itu, Pengambilan keputusan keuangan tergantung pada kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku, yang semuanya komponen literasi keuangan. Temuan ini mendukung penelitian Audina dkk. (2021), yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi pembayaran digital.

#### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Melalui Mediasi Niat**

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel literasi keuangan mempunyai t-statistik sebesar 4.924 lebih besar dari 1.96 serta *P-values* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Generasi Z di Surabaya memiliki literasi keuangan yang tinggi, yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri dalam mengelola keuangan, termasuk memahami manfaat, risiko, dan cara kerja aplikasi pembayaran digital. Dengan literasi keuangan yang

tinggi, mereka cenderung lebih suka menggunakan aplikasi pembayaran digital. Hal ini meningkatkan keinginan mereka untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital secara konsisten. Dalam hal ini, niat menunjukkan keinginan Generasi Z di Surabaya untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital setelah mereka mengetahui manfaatnya. Niat yang kuat akan menjadi prediktor langsung terhadap perilaku aktual, seperti keputusan untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital.

Literasi keuangan memberikan pemahaman yang mendorong niat, yang pada akhirnya memengaruhi tindakan nyata, yaitu penggunaan aplikasi. Dengan demikian, jika niat tidak ada atau lemah, pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital akan rendah atau bahkan tidak ada sama sekali. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ong & MN (2022), yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan pembayaran digital. Hal ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zakiyyah dkk. (2021), yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan pembayaran digital.

#### **Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

Hasil penelitian yang menunjukkan variabel persepsi risiko diperoleh t-statistik sebesar 3.695 lebih besar dari 1.96 serta *P-values* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital generasi Z di Surabaya. Generasi Z di Surabaya yang memiliki tingkat persepsi risiko tinggi, dituntut oleh kemajuan teknologi yang selalu berkembang sehingga terus menerus menggunakan aplikasi pembayaran digital, meskipun generasi Z di Surabaya sudah menyadari risiko yang ada dalam pembayaran digital, seperti biaya admin yang tersembunyi dan risiko pencurian identitas. Hasil ini mendukung penelitian Purnamasari dkk. (2024), yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Fadare dkk. (2016), yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan pembayaran digital. Dimana semakin rendah tingkat persepsi risiko seseorang maka semakin bebas dalam menggunakan pembayaran digital, sebaliknya semakin tinggi tingkat persepsi risiko seseorang maka semakin berhati-hati dalam menggunakan pembayaran digital.

#### **Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat**

Hasil penelitian yang menunjukkan variabel persepsi risiko diperoleh t-statistik sebesar 1.068 lebih kecil dari 1.96 serta *P-values* sebesar  $0,286 > 0,05$ . Hasil temuan ini menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat generasi Z di Surabaya dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital. Rendahnya pemahaman tentang risiko dapat terjadi ketika generasi Z di Surabaya dipengaruhi faktor lain, seperti keyakinan dan manfaat yang dirasakan lebih dominan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari Fadare dkk. (2016) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap niat menggunakan pembayaran aplikasi digital.

---

### **Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Melalui Mediasi Niat**

**JBB  
14, 1**

Hasil penelitian yang menunjukkan variabel persepsi risiko diperoleh t-statistik sebesar 1.087 lebih kecil dari 1.96 serta *P-values* sebesar  $0,278 > 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat generasi Z di Surabaya dalam penggunaan pembayaran digital. Saat menggunakan pembayaran digital, generasi Z di Surabaya mungkin khawatir bahwa informasi pribadi dan keuangan mereka dapat dicuri atau disalahgunakan. Orang yang baru mengenal teknologi akan merasa kesulitan menggunakan *platform* dan khawatir melakukan kesalahan. Mereka juga bisa tidak percaya pada kredibilitas dan reputasi penyedia layanan pembayaran digital, yang membuat tidak ada niat untuk menggunakan pembayaran digital. Oleh karena itu, niat tidak dapat berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara persepsi risiko dan keputusan penggunaan pembayaran digital. Meskipun persepsi risiko mungkin menjadi faktor yang penting, tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap niat sehingga jalur mediasi melalui niat tidak terbentuk.

Faktor-faktor lain yang tidak terkait langsung dengan persepsi risiko lebih banyak memengaruhi keputusan generasi Z untuk menggunakan pembayaran digital. Hal ini mendukung penelitian Warningsih (2021), yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan pembayaran digital. Namun, hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian Sijabat dkk. (2019), yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap niat menggunakan pembayaran digital.

### **Pengaruh Niat Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

Hasil penelitian yang menunjukkan variabel niat diperoleh t-statistik sebesar 8.611 lebih besar dari 1.96 serta *P-values* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa niat memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital generasi Z di Surabaya. Artinya generasi Z di Surabaya yang memiliki keinginan yang tinggi dalam menggunakan pembayaran digital, cenderung mengambil keputusan untuk menggunakan layanan pembayaran digital di kemudian hari. Niat yang terbentuk pada diri generasi Z menjadi sebuah model pertimbangan generasi Z untuk mengambil keputusan penggunaan pembayaran digital. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Aisyah & Sesunan (2023), yang mengungkapkan bahwa niat menjadi faktor dalam penggunaan sebenarnya pada pembayaran digital.

### **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital**

Hasil penelitian yang menunjukkan variabel persepsi risiko diperoleh t-statistik sebesar 0.396 lebih kecil dari 1.96 serta *P-values* sebesar  $0,692 > 0,05$ . Hasil ini menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital. Pada dasarnya, gaya hidup adalah cara seseorang mengelola waktu dan uang mereka. Generasi Z di Surabaya yang mengadopsi gaya hidup modern dan berbasis teknologi cenderung lebih terbuka terhadap pembayaran digital karena dianggap lebih efektif dan efisien, sejalan dengan kebiasaan mereka yang menggunakan aplikasi atau layanan pembayaran digital. Akan tetapi,

daerah atau wilayah yang minim akses internet atau kelompok generasi Z di Surabaya yang tidak terbiasa dengan teknologi, keputusan penggunaan pembayaran digital lebih bergantung pada faktor lain, seperti kebutuhan sehari-hari dan insentif ekonomi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dayan (2020); Soleha dkk. (2023); Purnamasari dkk. (2024), yang menyatakan bahwa gaya hidup pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan pembayaran digital.

### 5. SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis yang diajukan, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap dan perilaku generasi Z di Surabaya terkait penggunaan aplikasi pembayaran digital. Hal ini menekankan pentingnya pemahaman keuangan yang baik dalam mengembangkan kepercayaan diri untuk memanfaatkan layanan pembayaran digital. Sebaliknya, persepsi risiko tidak berdampak secara langsung terhadap niat, tetapi memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital. Hal ini mengindikasikan bahwa, bahkan ketika risiko tinggi, pengguna masih enggan untuk menggunakan layanan pembayaran digital setelah mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti efisiensi dan keamanan. Gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan aplikasi pembayaran digital, yang mengindikasikan bahwa faktor individu seperti kebutuhan praktis dan kemahiran teknis lebih penting daripada gaya hidup. Studi ini juga menunjukkan bahwa niat memiliki peran mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital, tetapi tidak dalam hubungan antara persepsi risiko dan keputusan. Oleh karena itu, edukasi mengenai literasi keuangan sangat penting untuk meningkatkan penggunaan pembayaran digital pada generasi Z di Surabaya.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam mempengaruhi sikap generasi Z terhadap aplikasi pembayaran digital. Hal ini menyoroti perlunya meningkatkan pendidikan keuangan, baik melalui program pendidikan formal maupun program penyadaran, untuk membantu masyarakat memahami manfaat dan risiko pembayaran digital. Industri keuangan juga dapat mengambil manfaat dari hal ini dengan mengembangkan alat yang membuat pengiriman uang menjadi lebih efisien dan transparan.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, disarankan agar layanan pembayaran digital terus meningkatkan literasi dan edukasi keuangan bagi generasi Z, baik melalui platform digital maupun melalui kolaborasi dengan institusi pendidikan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pengguna tentang proses pembayaran digital dan manfaat yang ditawarkan. Pemerintah dan regulator juga dapat mengambil langkah aktif dengan menyediakan pedoman yang mendukung pengembangan sistem pembayaran digital, seperti peraturan yang menjamin keamanan data pengguna. Untuk meningkatkan inklusivitas, penyedia layanan harus mengembangkan perangkat yang lebih ramah pengguna dan aman sehingga generasi Z di Surabaya. Bahkan, bagi yang tidak terlalu paham teknologi, mereka tetap dapat menggunakannya.

---

Keterbatasan dari hasil penelitian ini didasarkan pada data ukuran sampel yang hanya mencakup generasi Z di Surabaya. oleh karena itu, hasil penelitian ini mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan aktivitas generasi Z di daerah lain atau di antara kelompok usia yang berbeda. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner yang tidak terstruktur, yang dapat menyebabkan jawaban yang bias sebagai akibat dari interpretasi responden yang berbeda. Variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran digital, seperti pengalaman pengguna atau faktor sentimen ekonomi, tidak disertakan dalam penelitian ini. Penelitian ini juga tidak meneliti pengaruh faktor eksternal, seperti peraturan pemerintah atau kemajuan teknologi, yang dapat membantu meningkatkan penggunaan pembayaran digital. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan wilayah, menyesuaikan variabel lain, dan menggunakan metode yang lebih komprehensif untuk mendapatkan data yang lebih lengkap.

## REFERENSI

- Aisyah, M., & Sesunan, Y. S. (2023). Decision Making on The Use of a Shariah-Based E-Wallet by Indonesian Consumers. *International Journal of Data and Network Science*, 7(4), 1739–1752. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.7.017>.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Audina, M., Isnurhadi, & Andriana, I. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital (E-Wallet) pada Generasi Milenial di Kota Palembang. *Media Riset Bisnis & Manajemen*, 21(2), 99–116.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Dayan, M. T. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 40–50.
- Fadare, O. A., Ibrahim, M. B., & Edogbanya, A. (2016). A Survey on Perceived Risk and Intention of Adopting Internet Banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1), 1–21.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publishing.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi DOMPET Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 64–69.

- Lui, H. K., & Jamieson, R. (2003). TriTAM: a Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce. *16th Bled Electronic Commerce ETransformation, September 2001*, 349-364. [http://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/Proceedings/59F20922093D0863C1256EA1002D3513/\\$File/26Lui.pdf](http://domino.fov.uni-mb.si/proceedings.nsf/Proceedings/59F20922093D0863C1256EA1002D3513/$File/26Lui.pdf).
- Ong, V., & MN, Nuryasman. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2), 516-524. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>.
- OJK. (2024). *Konsumen*. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>. Otoritas Jasa Keuangan.
- Palimbong, S. M., Pali, E., Biringkanae, A., & Tangdialla, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan *Digital Payment* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja. *Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 278-297. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i4.222>.
- Purnamasari, E., Astuti, R. D., Wahyuni, S., Supaya, S., & Putri, A. (2024). Analysis of The Influence of Financial Literacy, Risk Perceptions, and Lifestyle on Transaction Decisions Through Fintech Payment Paylater on Students in the City of Semarang. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 3(1), 77-87.
- Sijabat, Y. P., Hutajulu, D. M., & Sihombing, P. (2019). Determinasi Technology Acceptance Model Terhadap Niat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran (Payment). *Seminar Nasional dan Call For Paper*, 151-166.
- Soleha, E., Keuangan, M., Bangsa, U. P., & Barat, J. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Dompot Digital (Go-Pay). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(1), 36-48. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.12295>.
- MN, Nuryasman., & Warningsih, S. (2021). Determining Factors of Digital Wallet Usage. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 271-289. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.740>.
- Visa Consumer Payment Attitudes Study. (2024). *Budaya Cashless Marak di Indonesia Seiring Penggunaan Uang Tunai yang Terus Menurun*. <https://www.visa.co.id/about-visa/newsroom/press-releases/nr-id-240319.html>.
- Zakiyyah, A., Gunasti, A., & Fadah, I. (2021). Does Financial Literacy Influencing the University Student's Decision to Use M-Payment?. *Proceedings of the 1st International Conference on Sustainable Management and Innovation, ICoSMI 2020, 14-16 September 2020, Bogor, West Java, Indonesia*, 1-19. <https://doi.org/10.4108/eai.14-9-2020.2304489>.

**\*Koresponden Penulis:**

Penulis dapat dikontak pada e-mail: [linda@perbanas.ac.id](mailto:linda@perbanas.ac.id).