

Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, dan Pengaruh Sosial terhadap Minat *Fintech Payment* Generasi Z di Kabupaten Jepara

Effects of Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Social Influence on Generation Z's Intention to Use Fintech Payment Services in Jepara Regency

Melinda Syntiya

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia
E-mail: melindasyntiya@gmail.com

Anna Widiastuti*

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama, Jepara, Indonesia
E-mail: annafeb2013@unisnu.ac.id

[Received February 10, 2026; Received in revised form July 29, 2026]

[Accepted August 2, 2026; Available Online August 31, 2026]

ABSTRACT

The rapid development of fintech payment services has transformed the financial transaction behavior of Generation Z. This study aims to examine the effects of performance expectancy, effort expectancy, and social influence on Generation Z's intention to use fintech payment services in Jepara Regency by adopting the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) framework. A quantitative approach was employed in this study. Primary data were collected through an online questionnaire distributed to 160 Generation Z respondents aged 17–28 years. The respondents were selected using purposive sampling, and the data were analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings indicate that performance expectancy, effort expectancy, and social influence have positive and significant effects on the intention to use fintech payment services. The coefficient of determination (R^2) of 0.642 indicates that these variables explain 64.2 percent of the variance in users' intention, while the remaining 35.8 percent is influenced by other factors outside the model. Effort expectancy was found to be the most influential factor affecting Generation Z's intention to use fintech payment services. Fintech adoption literature by strengthening the application of the UTAUT model in explaining Generation Z's fintech payment adoption behavior and provides practical insights for fintech providers in developing strategies to enhance the adoption of digital payment services.

Keywords: effort expectancy, fintech, Generation Z, performance expectancy, social influence.

ABSTRAK

Perkembangan layanan *fintech payment* telah mengubah perilaku masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam melakukan transaksi keuangan digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan layanan *fintech payment* pada Generasi Z di Kabupaten Jepara dengan menggunakan kerangka *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring kepada 160 responden Generasi Z berusia 17–28 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sedangkan analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *fintech payment*. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,642 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 64,2 persen variasi minat menggunakan *fintech payment*, sedangkan 35,8 persen dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Ekspektasi usaha merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap minat menggunakan *fintech payment*. Pengembangan literatur adopsi teknologi keuangan digital dengan memperkuat penerapan model UTAUT dalam menjelaskan perilaku pengguna *fintech payment* pada Generasi Z serta menjadi referensi bagi penyedia layanan *fintech* dalam merancang strategi peningkatan adopsi layanan pembayaran digital.

Kata kunci: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, *fintech*, Generasi Z, pengaruh sosial.

*Corresponding author

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, telah berdampak pada beberapa bidang, termasuk keuangan. *Fintech* merupakan terobosan besar di bidang ini. *Fintech* menggunakan teknologi untuk membuat layanan keuangan lebih efisien dan mudah diakses, bahkan ke tempat-tempat yang jauh. *Fintech* membuat transfer uang, pembayaran tagihan, dan pembelian produk keuangan menjadi lebih cepat, mudah, dan efisien (Ansori, 2019).

Fintech sangat penting bagi individu dan organisasi yang kesulitan mendapatkan layanan keuangan dari bank konvensional. Selain menyederhanakan akses, *fintech* mempercepat transaksi di seluruh dunia. Transaksi internasional yang biasanya memakan waktu berhari-hari kini dapat dilakukan dalam hitungan menit. *Fintech* juga dapat menurunkan biaya transaksi dan administrasi, sehingga layanan menjadi lebih murah bagi pelanggan dan meningkatkan keuntungan perusahaan (Kusuma *et al.*, 2020). Di Indonesia, penggunaan *fintech* meningkat pesat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2023), terdapat lebih dari 100 juta rekening pinjaman *fintech*, dengan penyaluran dana yang meningkat setiap tahunnya. Ketergantungan masyarakat pada layanan keuangan digital semakin meluas.

Adopsi *fintech* sangat menarik di kalangan generasi muda, terutama Generasi Z, yang lahir tahun 1997–2012. Generasi ini adalah generasi *digital native*, melek teknologi, dan inovatif. Kode Respon Cepat Standar Indonesia (QRIS) pada *GoPay*, *OVO*, *ShopeePay*, dan *DANA* menunjukkan bagaimana teknologi ini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka (Leon, 2018).

Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik (2025), melaporkan bahwa indeks inklusi keuangan Indonesia mencapai 80,51 persen, sedangkan indeks literasi keuangan sebesar 66,46 persen. Data tersebut menunjukkan bahwa akses masyarakat terhadap layanan keuangan dan tingkat pemahaman mengenai produk keuangan semakin meningkat. Namun, kedua indeks tersebut tidak secara langsung menggambarkan tingkat penggunaan layanan keuangan digital atau *fintech payment*. Oleh karena itu, untuk menggambarkan perkembangan transaksi digital diperlukan data yang lebih spesifik mengenai penggunaan layanan pembayaran digital. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa transaksi perbankan digital pada tahun 2022 mencapai Rp52.545,8 triliun, meningkat 29 persen dari tahun sebelumnya, menunjukkan penerimaan yang luas terhadap sistem keuangan digital. Katadata melaporkan bahwa konsumen muda lebih menyukai dompet digital seperti *GoPay*, *OVO*, *ShopeePay*, dan *DANA* untuk pembayaran sehari-hari.

Menurut jajak pendapat *Katadata Insight Center* tahun 2022, 68 persen Gen Z Indonesia menggunakan sistem pembayaran digital termasuk *QRIS*, *GoPay*, *OVO*, *ShopeePay*, dan *DANA* setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa *fintech* merupakan bagian dari gaya hidup generasi muda. Sejalan dengan itu, Widiastuti *et al.*, (2022) menegaskan pentingnya literasi keuangan dan inovasi layanan berbasis teknologi di daerah, karena peningkatan pemahaman masyarakat terhadap teknologi finansial akan mempercepat proses adopsi terutama pada kalangan generasi muda.

Gambar 1 menunjukkan layanan perbankan yang paling sering digunakan Gen Z (Riset KIC, 6-12 September 2021)



Gambar 1. Data Layanan Perbankan yang Sering Digunakan Gen Z
Sumber : Katadata Insight Center (KIC)

Berdasarkan kajian pustaka, masih terdapat kesenjangan penelitian yang relevan untuk diangkat. Sebagian besar studi terdahulu lebih berfokus pada adopsi layanan perbankan *digital* atau *peer-to-peer lending*, sementara kajian yang secara spesifik membahas minat Generasi Z memakai layanan *fintech payment* di tingkat lokal masih jarang ditemukan. Padahal, perkembangan layanan pembayaran *digital* di Indonesia, seperti *GoPay*, *OVO*, *ShopeePay*, dan *DANA*, telah mengubah lanskap transaksi keuangan masyarakat. Penelitian sebelumnya memang telah membahas adopsi teknologi keuangan, tetapi umumnya melibatkan responden dari berbagai kelompok usia dan tidak menyoroti karakteristik Generasi Z secara mendalam (Ria & Widiastuti, 2023). Hal ini mengakibatkan kurangnya pemahaman komprehensif mengenai aspek memengaruhi minat Generasi Z memakai *fintech payment* dalam konteks lokal seperti Kabupaten Jepara.

Meskipun penggunaan layanan pembayaran *fintech* oleh Generasi Z telah meningkat, variabel yang menentukan keinginan mereka untuk menggunakannya masih belum jelas, terutama secara regional. Sebagian besar studi tentang adopsi teknologi keuangan telah berfokus pada perbankan digital atau pinjaman antar individu, dengan responden dari semua usia dan lokasi metropolitan. Ciri-ciri dan perilaku Generasi Z di berbagai wilayah belum mendapat cukup perhatian. Studi sebelumnya menunjukkan hasil yang bertentangan tentang bagaimana ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial memengaruhi niat penggunaan *fintech*. Hanya sedikit studi yang meneliti bagaimana ketiga elemen ini memengaruhi pemanfaatan layanan pembayaran *fintech* lokal oleh Generasi Z. Untuk menjembatani kesenjangan ini, penelitian ini secara eksperimental menguji keinginan Generasi Z untuk menggunakan layanan pembayaran *fintech* di Kabupaten Jepara berdasarkan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan dampak sosial.

Seiring berkembangnya teknologi informasi, model TRA kemudian dikembangkan menjadi beberapa model penerimaan teknologi, salah satunya *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang diperkenalkan oleh Venkatesh *et al.* (2003). UTAUT mengintegrasikan berbagai teori sebelumnya, termasuk TRA, dengan

menambahkan konstruk yang lebih spesifik dalam menjelaskan penerimaan teknologi, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Dengan demikian, TRA memberikan dasar konseptual mengenai pembentukan niat perilaku, sedangkan UTAUT memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi informasi. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan UTAUT sebagai kerangka utama karena lebih sesuai untuk menjelaskan minat Generasi Z dalam menggunakan layanan *fintech payment*.

Pada variabel ekspektasi kinerja, penelitian sebelumnya banyak menekankan pada indikator *perceived usefulness*. Aditya dan Wardhana, (2016) menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *mobile banking*, tetapi (Wanasaputra & Dewi, 2017) menunjukkan hasil yang berbeda karena faktor kepercayaan pengguna lebih dominan. Faktor-faktor lain, seperti yang jarang diteliti dalam pembayaran *fintech*, menimbulkan pertanyaan tentang faktor mana yang paling memengaruhi minat Gen Z terhadap layanan ini. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian terkait dengan ekspektasi kinerja terhadap minat menggunakan *fintech*. Pada penelitian Rizkiyah dan Novianti (2022) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Namun, pada penelitian Zidan dan Auliya (2023) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS.

Beberapa studi ekspektasi usaha menekankan kemudahan penggunaan sebagai elemen kunci dalam adopsi (Wardani & Masdiantini, 2022). Widiastuti *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa bahkan aplikasi sederhana pun membutuhkan instruksi yang jelas dan kenyamanan untuk digunakan. Ketidaksihesuaian ini membuat tidak jelas faktor mana yang lebih memengaruhi minat Gen Z terhadap pembayaran *fintech*. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian terkait dengan ekspektasi usaha terhadap minat menggunakan *fintech*. Pada penelitian Wardani dan Masdiantini (2022) yang menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Namun, penelitian Gonzalez *et al.* (2024) menunjukkan bahwa ekspektasi usaha tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Sementara itu, pada variabel pengaruh sosial, penelitian terdahulu sering menekankan pada *subjective norms* (dukungan dari orang terdekat). Namun, studi Chairia *et al.* (2020) dan Zidan dan Auliya (2023) justru menemukan bahwa *peer support* dan *social image* lebih dominan dalam mendorong niat adopsi teknologi digital. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan temuan antar penelitian, Variabel dampak sosial yang paling memengaruhi minat Generasi Z terhadap layanan pembayaran *fintech*, terutama di daerah kecil seperti Jepara, perlu diteliti lebih lanjut. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian terkait dengan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *fintech*. Pada penelitian Aditya dan Mahyuni (2022) menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Namun, pada penelitian Sofia dan Palupi (2025) menunjukkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Penelitian ini mengkaji bagaimana ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial memengaruhi minat Generasi Z menggunakan layanan *fintech payment* di Kabupaten Jepara. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian model UTAUT dalam konteks *fintech payment* dengan fokus pada Generasi Z di wilayah non-metropolitan, yang masih relatif jarang dikaji pada penelitian sebelumnya. Studi ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku adopsi teknologi keuangan sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi penyedia layanan *fintech*, regulator, dan

pemerintah daerah dalam mengembangkan ekosistem pembayaran digital yang aman, inklusif, dan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan dua kontribusi utama. Pertama, penelitian ini memperluas penerapan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) pada konteks penggunaan *fintech payment* di kalangan Generasi Z pada wilayah non-metropolitan, yaitu Kabupaten Jepara. Kedua, penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *fintech payment* sehingga dapat memperkaya literatur mengenai perilaku adopsi teknologi keuangan digital sekaligus menjadi masukan bagi penyedia layanan *fintech* dan pemerintah daerah dalam meningkatkan penggunaan pembayaran digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Reasoned Action (TRA)

Teori Tindakan Beralasan (TRA), yang diciptakan oleh Fishbein (1976) menyatakan bahwa tujuan perilaku mendorong perilaku. Sikap terhadap perilaku dan norma subjektif menciptakan tujuan ini. Sikap adalah pendapat seseorang tentang kualitas baik atau buruk suatu perilaku, sedangkan norma subjektif adalah tekanan sosial dari keluarga, teman sebaya, atau organisasi sosial. TRA penting untuk adopsi teknologi keuangan digital karena membantu menjelaskan bagaimana dukungan sosial dan keuntungan yang dirasakan dari *fintech* memengaruhi niat untuk menggunakan. Generasi Z, yang sangat terlibat dalam media sosial dan komunitas digital, mempertimbangkan komentar orang lain sebelum menggunakan layanan keuangan. Norma subjektif mendorong niat perilaku, yang berdampak pada adopsi layanan keuangan *digital*.

Beberapa penelitian telah membuktikan pentingnya TRA. Kholid (2019), menemukan bahwa norma subjektif sangat memengaruhi niat perbankan seluler milenial. Chairia *et al.* (2020) menunjukkan bahwa dukungan teman dekat meningkatkan pemanfaatan layanan digital. Menurut kerangka studi, dampak sosial akan memengaruhi minat Generasi Z terhadap pembayaran *fintech* di Kabupaten Jepara.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Venkatesh *et al.* (2003), menciptakan Teori Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Terpadu (UTAUT) untuk menggabungkan delapan model adopsi teknologi, termasuk TAM, TPB, TRA, dan IDT. Model ini menjelaskan bagaimana niat perilaku dan penggunaan teknologi dipengaruhi. Paradigma ini mencakup ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan faktor pendukung. Penelitian ini berfokus pada tiga konstruk pertama yang diprediksi memengaruhi minat menggunakan layanan *fintech*. UTAUT terbukti relevan dalam berbagai penelitian terkait adopsi *fintech* dan layanan keuangan digital di negara berkembang (Ria & Widiastuti, 2023).

Minat Menggunakan (Intention to use)

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan persepsi mereka tentang keunggulan suatu teknologi (Jogiyanto, 2007). Dalam Model Penerimaan Teknologi (TAM), utilitas yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap teknologi bergabung untuk menghasilkan minat. Kenyamanan, kepercayaan, dan dukungan sosial dapat menumbuhkan minat (Desvronta, 2021). Mizal dan Wijayangka (2020) menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan psikologis yang berkembang dari pembelajaran dan pengalaman serta membentuk keinginan dan dorongan seseorang. Seseorang yang tertarik akan memperhatikan sesuatu. Fitria dan Yani (2020) menegaskan bahwa minat merupakan

hasil dari interaksi antara kematangan berpikir, pengalaman pribadi, serta pengaruh lingkungan. Minat tidak bersifat tetap dan dapat mengalami perubahan seiring perkembangan individu. Faktor internal seperti dorongan biologis dan rasa ingin tahu, faktor sosial seperti kebutuhan akan pengakuan, serta faktor emosional seperti pengalaman keberhasilan dan kegagalan, turut memengaruhi munculnya minat.

Soraya (2015) mendefinisikan minat sebagai perhatian yang kuat terhadap segala sesuatu yang menghasilkan kesenangan dan ketertarikan. Minat adalah sikap yang baik terhadap suatu barang, pengalaman yang menyenangkan saat berinteraksi dengannya, dan keinginan untuk mencapai tujuan. Pengalaman pengguna, motivasi pribadi, dan keunggulan teknis memengaruhi keinginan ini. Keinginan untuk menguji, menggunakan, dan menyetujui layanan *fintech* merupakan suatu bentuk minat.

Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Ekspektasi kinerja adalah seberapa besar orang berpikir teknologi akan meningkatkan kinerja mereka (Thi *et al.*, 2022). Perilaku penggunaan sistem informasi dibentuk oleh ekspektasi kinerja. Ketika orang merasa suatu teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja, mereka akan lebih sering menggunakannya. Dengan demikian, ekspektasi kinerja merupakan prediktor utama adopsi teknologi.

Studi Anam *et al.* (2020) tentang UMKM rotan Jepara menunjukkan bahwa inovasi produk yang dikombinasikan dengan teknologi keuangan dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing, serta meningkatkan ekspektasi kinerja konsumen. (Widiastuti *et al.*, 2022) mengatakan bahwa teknologi keuangan di UMKM meningkatkan efisiensi transaksi, akses pasar, dan daya saing. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa persepsi terhadap manfaat nyata teknologi baik dalam konteks bisnis maupun personal dapat memperkuat ekspektasi kinerja pengguna terhadap layanan *fintech*.

Menurut Hardika dan Ermawati (2018), ekspektasi kinerja dapat dipahami sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penerapan teknologi informasi berbantuan komputer mampu mendukung peningkatan kinerja dalam bidang pekerjaan tertentu. Dalam situasi kerja yang memerlukan efisiensi dan efektivitas tinggi, ekspektasi terhadap kinerja menjadi faktor dominan dalam menentukan apakah suatu sistem informasi akan digunakan secara berkelanjutan. Wanasaputra dan Dewi (2017) memasukkan efektivitas, efisiensi, wewenang, disiplin kerja, inisiatif, dan lingkungan kerja sebagai variabel kinerja. Efektivitas dan efisiensi berkaitan dengan tercapainya tujuan organisasi secara optimal dengan meminimalkan sumber daya. Sementara itu, lingkungan kerja yang kondusif serta peran otoritas dalam pemberian tugas juga turut mendorong kinerja yang optimal.

Safitri *et al.* (2023) manfaat yang dirasakan, motivasi ekstrinsik, kesesuaian pekerjaan, keunggulan relatif, produktivitas, kinerja dan efektivitas tugas, relevansi pekerjaan, dan kegunaan secara keseluruhan adalah indikator utama ekspektasi kinerja. Kegunaan teknologi yang dirasakan adalah persepsi bahwa teknologi tersebut meningkatkan kinerja. Pengguna akan lebih cenderung menggunakan sistem dengan keunggulan yang jelas (Aditya & Wardhana, 2016). Dorongan ini sering diperkuat oleh motivasi ekstrinsik, yakni insentif, tunjangan, atau kondisi kerja yang mendukung, yang terbukti meningkatkan motivasi untuk mencapai hasil optimal (Ria & Widiastuti, 2023). Kesesuaian kerja kecocokan antara kekuatan individu dan tuntutan pekerjaan mereka dapat meningkatkan kepuasan, kinerja, dan stres (Widiastuti & Ratnaningsih, 2020).

Semakin besar keuntungan yang tampak dibandingkan teknik sebelumnya dalam hal efisiensi dan prestise sosial, semakin cepat teknologi tersebut diadopsi (Indriyati &

Aisyah, 2019). Produktivitas, yang mengukur rasio antara *output* dan *input* serta efektivitas kerja, juga berperan dalam keberhasilan implementasi teknologi (Irmayani, *et al.*, 2023). Selain itu, kinerja tugas dan efektivitas memperlihatkan sejauh mana individu mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai target dan bagaimana tujuan organisasi tercapai dari segi mutu, kuantitas, serta ketepatan waktu (Zidan & Auliya, 2023). Akhirnya, pentingnya sistem informasi bagi pelaksanaan tugas (*importance to job*) serta manfaat menyeluruh dari penerapan teknologi (*overall usefulness*) menegaskan kontribusi positif teknologi terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan organisasi.

Ekspektasi usaha (*Effort Expectancy*)

Menurut Thi *et al.* (2022) ekspektasi usaha (*effort expectancy*) adalah persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan sistem informasi, yang mencakup aspek kenyamanan, kemudahan belajar, dan efisiensi waktu serta tenaga. Sistem yang mudah digunakan cenderung meningkatkan minat penggunaan, karena dapat mengurangi beban kognitif maupun fisik dalam menjalankan tugas pekerjaan. Penelitian Anam *et al.* (2020) tentang peningkatan daya saing UKM melalui pemanfaatan teknologi juga menekankan bahwa desain sistem yang sederhana dan mudah dipelajari memperbesar kemungkinan adopsi layanan berbasis teknologi oleh pengguna.

Aditya dan Wardhana (2016) mengatakan bahwa ekspektasi usaha mengurangi usaha kerja fisik dan mental. Kesederhanaan penggunaan ini meningkatkan efisiensi kerja. Menurut Wanasaputra dan Dewi (2017), orang lebih cenderung menggunakan sistem informasi yang bermanfaat dan mudah digunakan. Ekspektasi usaha juga berkaitan dengan tingkat kenyamanan dalam penggunaan sistem, yang mencakup persepsi bahwa sistem tersebut mudah dipelajari dan diterapkan, termasuk dalam konteks transaksi berbasis teknologi informasi. Jika sistem dianggap kompleks dan sulit digunakan, maka minat pengguna untuk mengadopsinya akan menurun secara signifikan (Wardani & Masdiantini, 2022).

Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Tingkat di mana seseorang merasa berkewajiban untuk mengadopsi suatu sistem berdasarkan persepsi, dorongan, atau penilaian dari teman, keluarga, atasan, atau lingkaran sosial lainnya disebut pengaruh sosial. Dampak ini berasal dari norma-norma masyarakat dan nilai atau citra yang dirasakan seseorang dari penggunaan sistem tersebut. Pengaruh sosial dalam teknologi pembayaran *fintech* terjadi ketika seseorang merasa terpaksa menggunakan layanan tersebut karena banyak orang lain telah menggunakannya dan memberikan umpan balik yang menguntungkan. Kemungkinan adopsi teknologi meningkat dengan dukungan sosial.

Penelitian ini menggunakan indeks pengaruh sosial Thi *et al.* (2022) dan Chairia *et al.* (2020). Norma-norma masyarakat adalah harapan mengenai penggunaan teknologi. Tekanan atau harapan orang-orang penting seringkali berdampak pada adopsi inovasi seseorang. Selain itu, faktor sosial mencerminkan aturan atau kebijakan yang berlaku dalam kelompok atau organisasi yang dapat mendorong atau bahkan mewajibkan penggunaan teknologi, sehingga keberadaannya menjadi bagian dari standar perilaku yang diterima secara kolektif. Di sisi lain, kesan sosial menggambarkan citra positif yang diperoleh individu ketika menggunakan teknologi dalam lingkungannya; persepsi bahwa pemanfaatan sistem memberikan status atau prestise tertentu sering menjadi motivasi tambahan bagi pengguna untuk terus memanfaatkan layanan berbasis teknologi. Kajian Anam *et al.* (2021) pada komunitas UMKM di Jepara mengungkapkan bahwa dukungan lingkungan dan jejaring sosial lokal menjadi katalis utama keberhasilan adopsi inovasi, menunjukkan pentingnya dimensi pengaruh sosial dalam implementasi teknologi.

Hubungan Ekspektasi Kinerja (X1) Dengan Minat Menggunakan (Y)

Ekspektasi kinerja menunjukkan persepsi seseorang bahwa teknologi dapat meningkatkan produktivitas. Menurut penelitian, penggunaan layanan digital meningkat seiring dengan persepsi keuntungan (Kholid, 2019). Studi lain menunjukkan bahwa keuntungan konkret mendorong adopsi teknologi (Nur & Panggabean, 2021). Penelitian ini menemukan bahwa ekspektasi kinerja meningkatkan minat Generasi Z terhadap *fintech* di Kabupaten Jepara.

H1: Ekspektasi Kinerja berpengaruh Positif terhadap minat menggunakan layanan *Fintech payment*.

Hubungan Ekspektasi Usaha (X2) dengan Minat Menggunakan (Y)

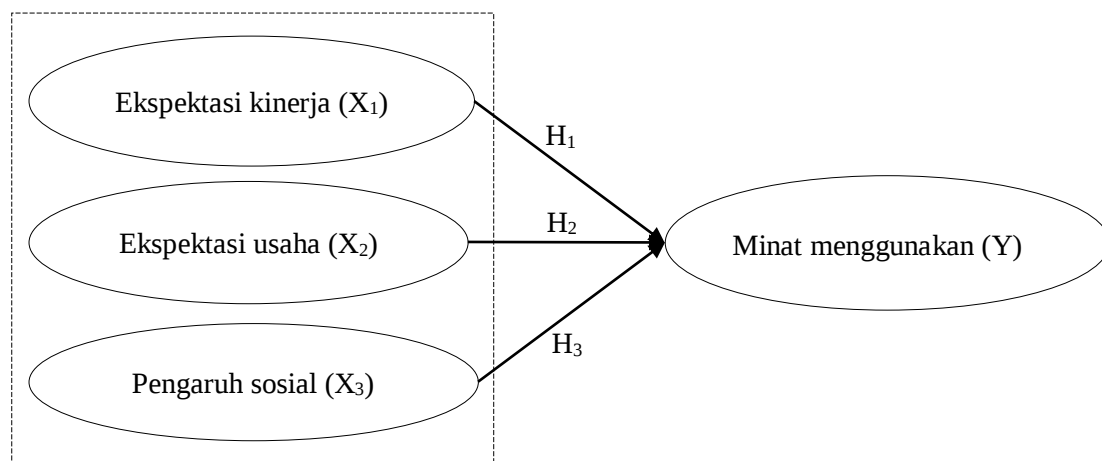
Ekspektasi usaha merujuk pada sejauh mana sistem dianggap mudah dipelajari dan digunakan oleh individu. Sistem yang sederhana dan mudah dipahami akan meningkatkan minat seseorang untuk menggunakannya secara berkelanjutan (Wardani & Masdiantini, 2022). Penelitian ini membuktikan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan *fintech*. Artinya, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan, semakin besar dorongan bagi individu untuk mengadopsi layanan keuangan digital.

H2: Ekspektasi Usaha berpengaruh Positif terhadap minat menggunakan layanan *Fintech payment*.

Hubungan Pengaruh Sosial (X3) dengan Minat Menggunakan (Y)

Pengaruh sosial mencerminkan tekanan sosial, dukungan, dan norma subjektif yang dirasakan individu dari lingkungan sekitar. Penelitian terdahulu menemukan bahwa norma subjektif dari keluarga maupun teman sebaya berkontribusi dalam meningkatkan minat terhadap teknologi digital (Chairia *et al.*, 2020). Penelitian lain juga menegaskan bahwa citra sosial dan legitimasi komunitas memiliki peran signifikan dalam mendorong adopsi teknologi (Zidan & Auliya, 2023). Selaras dengan hasil penelitian ini, pengaruh sosial terbukti berpengaruh positif terhadap minat Generasi Z untuk menggunakan *fintech* di Kabupaten Jepara.

H3: Pengaruh Sosial berpengaruh Positif terhadap minat menggunakan layanan *Fintech payment*.



Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena bertujuan menguji hubungan kausal antara ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial terhadap minat menggunakan *fintech payment* melalui pengujian hipotesis menggunakan data numerik (Sulasih, 2017). Data penelitian diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji statistik (Safitri *et al.*, 2023). Analisis dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan antar konstruk laten yang diukur oleh beberapa indikator serta menguji pengaruh simultan antar variabel. Selain itu, SEM-PLS sesuai digunakan pada penelitian yang bersifat prediktif, memiliki model dengan beberapa konstruk laten, dan tidak mensyaratkan distribusi data normal secara ketat.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini mencakup Generasi Z di Jepara, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Berdasarkan data BPS 35.000 orang dalam kelompok usia ini mengenal layanan keuangan digital. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel *non-probabilitas* dengan strategi pengambilan sampel bertujuan karena ukuran populasi yang sangat besar dan heterogen (Sugiyono *et al.*, 2020). Penelitian ini dilakukan pada Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Jepara dengan rentang usia 17–28 tahun. Populasi penelitian adalah seluruh Generasi Z di Kabupaten Jepara yang pernah menggunakan layanan *fintech payment*, seperti GoPay, OVO, ShopeePay, dan DANA. Karena jumlah populasi tersebut tidak diketahui secara pasti, penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden meliputi: (1) berusia 17–28 tahun, (2) berdomisili di Kabupaten Jepara, dan (3) pernah menggunakan layanan *fintech payment*.

Hair *et al.* (2014) merekomendasikan ukuran sampel minimum 5–10 kali jumlah indikator dalam suatu konstruk untuk PLS-SEM. Penelitian ini mengambil sampel 160 orang menggunakan 16 indikator. Sejalan dengan saran (Chin, 1998) bahwa model kompleksitas sedang sebaiknya mencakup 100–200 responden, penelitian ini menggunakan 160 responden yang memenuhi persyaratan kuantitatif untuk analisis SEM-PLS guna menjamin temuan yang lebih konsisten dan dapat diandalkan.

Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner memuat pertanyaan mengenai karakteristik responden (usia, jenis kelamin, dan pendidikan), ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, serta minat menggunakan layanan *fintech payment*. Seluruh item pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Tahapan analisis meliputi pengujian outer model melalui uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk, serta pengujian inner model melalui nilai R^2 , koefisien jalur (*path coefficient*), dan uji hipotesis menggunakan teknik *bootstrapping*. Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar konstruk laten secara simultan serta sesuai untuk menguji model penelitian yang bersifat prediktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Tabel 1 berikut menyajikan distribusi responden dari jenis kelamin, kelompok usia maupun jenis pekerjaan, disertai uraian singkat yang menjelaskan temuan tersebut.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Karakteristik	Kategori	Frekuensi(n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	89	55,63%
	Perempuan	71	44,37%
Usia	17–20 tahun	30	18,75%
	21–24 tahun	89	55,63%
	25–28 tahun	41	25,62%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	55	34,38%
	Pegawai Swasta	74	46,25%
	Wirausaha	19	11,88%
	Lainnya	12	7,50%

Penelitian ini melibatkan 160 responden Generasi Z (17–28 tahun). Sebagian besar responden berusia 21–24 tahun (55,63 persen) dan bekerja di sektor swasta (46,25 persen). Pembagian gender adalah 55,63 persen laki-laki dan 44,38 persen perempuan. Statistik ini menunjukkan bahwa Generasi Z Jepara terlibat secara ekonomi dan digital, seperti pengguna *fintech*.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. *Outer Loading* (Validitas Konvergen)

	EK	EU	MM	PS
EK 1	0,743			
EK 2	0,712			
EK 3	0,711			
EK 4	0,871			
EK 5	0,880			
EU 1		0,849		
EU 2		0,778		
EU 3		0,755		
EU 4		0,814		
MM 1			0,755	
MM 2			0,769	
MM 3			0,750	
MM 4			0,812	
PS 1				0,725
PS 2				0,794
PS 3				0,776

Berdasarkan Tabel 2, semua indikator menunjukkan nilai *outer loading* >0,70, berkisar antara 0,711 hingga 0,880. Dengan demikian, indikator tersebut valid dan mewakili konstruk yang dinilai. Kondisi validitas konvergen terpenuhi (Hair *et al.*, 2014).

Tabel 3. Realibilitas Konstruk

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)	VIF
EK	0,844	0,890	0,620	3,027– 1,419
EU	0,813	0,876	0,640	1,868– 1,572
MM	0,776	0,855	0,596	1,650– 1,474
PS	0,646	0,809	0,586	1,343– 1,216

Hasil uji pada Tabel 3 memperlihatkan seluruh konstruk bernilai *Cronbach's Alpha* 0,646–0,844 dan CR 0,809–0,890, melebihi batas minimum 0,60 dan 0,70 (Hair *et al.*, 2014). Meskipun konstruk Pengaruh Sosial (PS) hanya mencapai $\alpha = 0,646$, nilainya tetap dapat diterima karena didukung oleh CR > 0,80. Semua konstruk memenuhi kriteria AVE > 0,50 (0,586–0,640), menjelaskan lebih dari setengah variasi indikator. Nilai VIF bervariasi dari 1,216 hingga 3,027, menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Instrumen penelitian ini dapat diandalkan dan konsisten, sehingga cocok untuk analisis model struktural.

Tabel 4. Diskriminan Validitas (*Fornell-Larcker criterion*)

	EK	EU	MM	PS
EK	0,787			
EU	0,862	0,800		
MM	0,706	0,730	0,772	
PS	0,502	0,550	0,627	0,766

Data uji validitas diskriminan *Fornell-Larcker* pada Tabel 4 menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai akar kuadrat AVE pada diagonal tabel yang lebih besar daripada korelasinya (Hair *et al.*, 2014). Ekspektasi Usaha (0,800), Niat untuk Menggunakan (0,772), dan Pengaruh Sosial (0,766), Nilai akar kuadrat AVE pada diagonal lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk sehingga validitas diskriminan terpenuhi. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki diskriminasi yang cukup, mencerminkan gagasan teoritisnya secara independen, dan memenuhi standar validitas diskriminan.

Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian model struktural menggunakan koefisien jalur, statistik t, dan nilai p untuk menilai efek variabel laten. Hipotesis tersebut signifikan karena semua jalur memiliki statistik t > 1,96 dan nilai p < 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis (*Path Coefficient*)

Hypothesis	Relationship	Coefficient	T-stat	P-value	Conclusion
H1	(X1) → (Y)	0,265	2,176	0,030	Significant
H2	(X2) → (Y)	0,330	2,422	0,015	Significant
H3	(X3) → (Y)	0,312	3,422	0,001	Significant

Hasil pengujian hipotesis Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh jalur dalam model struktural memiliki nilai *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05, sehingga seluruh hipotesis penelitian diterima. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan *fintech payment*. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah ekspektasi usaha

($\beta = 0,330$), diikuti oleh pengaruh sosial ($\beta = 0,312$) dan ekspektasi kinerja ($\beta = 0,265$). Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling menentukan dalam meningkatkan minat menggunakan layanan *fintech payment*.

Tabel 6. *R-Square* (Koefisien Determinasi)

<i>Endogenous Variable</i>	<i>R-square</i>	<i>R-square Adjusted</i>	<i>Interpretation</i>
<i>Interest in Using Fintech Services</i>	0,642	0,617	<i>Moderate</i>

Nilai *R-square* pada Tabel 6 sebesar 0,642 menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial secara bersama-sama mampu menjelaskan 64,2 persen variasi minat Generasi Z menggunakan layanan *fintech payment*, sedangkan 35,8 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,617 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah prediktor dalam model, kemampuan penjelasan model tetap berada pada kategori moderat, sehingga model memiliki kemampuan yang cukup baik dalam memprediksi minat penggunaan *fintech payment* (Hair *et al.*, 2014).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi usaha atau persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor determinan utama yang mendorong minat Generasi Z di Kabupaten Jepara untuk mengadopsi layanan *fintech payment*. Dengan koefisien jalur sebesar 0,330, temuan ini menegaskan bahwa bagi kelompok *digital native* ini, desain aplikasi yang sederhana, antarmuka yang intuitif, serta instruksi yang jelas sangat krusial dalam mengurangi hambatan kognitif maupun fisik saat bertransaksi. Kholid (2019) menemukan bahwa keunggulan teknologi konkret mendorong adopsi. Hal ini mengindikasikan bahwa kenyamanan dan efisiensi waktu merupakan prioritas bagi pemuda di Jepara, di mana mereka secara konsisten memilih sistem yang dianggap praktis dan tidak memerlukan usaha mental yang berat untuk dipelajari atau dioperasikan dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini melengkapi temuan Wardani dan Masdiantini (2022), yang menemukan bahwa kemudahan penggunaan sistem meningkatkan niat perilaku. Generasi Z menggunakan aplikasi keuangan karena sederhana, nyaman, dan efektif. Temuan tersebut juga sejalan dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), yang menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku tersebut. Persepsi bahwa layanan *fintech payment* mudah dipelajari dan dioperasikan membentuk sikap positif Generasi Z terhadap penggunaan teknologi pembayaran digital. Sikap positif tersebut kemudian mendorong munculnya minat untuk terus menggunakan layanan *fintech payment*.

Di sisi lain, pengaruh sosial dan ekspektasi kinerja turut memberikan kontribusi yang signifikan secara positif terhadap niat perilaku para pengguna. Pengaruh sosial (0,312) mencerminkan betapa kuatnya dampak dukungan dari lingkaran terdekat seperti keluarga dan teman sebaya, serta bagaimana citra atau status sosial yang diperoleh dari penggunaan teknologi memotivasi adopsi tersebut. Ekspektasi kinerja (0,265) menunjukkan bahwa meskipun manfaat fungsional seperti kecepatan dan efektivitas transaksi tetap menjadi pertimbangan, faktor ini memiliki pengaruh paling rendah karena Generasi Z cenderung menganggap keunggulan teknologi tersebut sebagai standar minimum yang memang sudah seharusnya ada pada layanan keuangan digital masa kini. Dalam perspektif TRA, manfaat yang dirasakan dari penggunaan *fintech payment* akan membentuk sikap positif terhadap teknologi tersebut. Ketika Generasi Z meyakini bahwa *fintech payment* mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi transaksi, maka sikap positif tersebut akan memperkuat minat untuk menggunakan layanan tersebut. Chairia *et al.* (2020) menemukan bahwa norma subjektif sangat memengaruhi adopsi teknologi.

Zidan dan Auliya (2023) juga mencatat bahwa tren komunitas sosial dan digital memengaruhi perilaku kaum muda. Kita dapat menyimpulkan bahwa dorongan sosial mendorong Generasi Z untuk menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi. Hasil ini juga mendukung *Theory of Reasoned Action* (TRA), khususnya konsep norma subjektif (*subjective norm*). TRA menjelaskan bahwa individu cenderung memiliki niat melakukan suatu perilaku ketika memperoleh dukungan atau persetujuan dari orang-orang yang dianggap penting, seperti keluarga, teman, maupun lingkungan sosial (Oktavendi *et al.*, 2025). Semakin besar dukungan sosial yang diterima Generasi Z, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan *fintech payment*.

Secara keseluruhan, integrasi antara kerangka kerja UTAUT dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dalam studi ini berhasil menjelaskan 64,2 persen variasi minat penggunaan *fintech* di kalangan responden. Angka tersebut menunjukkan model yang cukup kuat dalam memetakan perilaku adopsi teknologi di tingkat daerah, yang sekaligus memberikan implikasi strategis bagi penyedia layanan untuk lebih memperkuat pemasaran berbasis komunitas dan memelihara keandalan sistem antarmuka. Sinergi antara kemudahan akses, legitimasi lingkungan sosial, dan manfaat nyata fungsional menjadi kunci utama dalam memastikan perkembangan ekosistem keuangan *digital* yang inklusif dan berkelanjutan bagi generasi muda di Kabupaten Jepara.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan *fintech payment* di Kabupaten Jepara. Di antara ketiga variabel tersebut, ekspektasi usaha merupakan faktor yang memberikan pengaruh paling besar, diikuti oleh pengaruh sosial dan ekspektasi kinerja. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan dukungan sosial menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat penggunaan *fintech payment* di kalangan Generasi Z.

Model struktural memiliki nilai *R-square* sebesar 0,642 dan *Adjusted R-square* sebesar 0,617, yang menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan pengaruh sosial mampu menjelaskan 64,2 persen variasi minat menggunakan *fintech payment*, sedangkan 35,8 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini memperkuat penerapan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dalam menjelaskan perilaku adopsi *fintech payment* pada Generasi Z. Sementara itu, *Theory of Reasoned Action* (TRA) berperan sebagai teori pendukung yang membantu menjelaskan bahwa sikap positif terhadap teknologi dan norma subjektif dari lingkungan sosial turut membentuk niat menggunakan layanan *fintech payment*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, responden hanya mencakup Generasi Z di Kabupaten Jepara sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada kelompok usia maupun wilayah lain. Kedua, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring sehingga lebih banyak menjangkau responden yang telah aktif menggunakan teknologi digital. Ketiga, penelitian menggunakan desain cross-sectional sehingga belum mampu menggambarkan perubahan perilaku penggunaan *fintech payment* dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan memperluas wilayah penelitian, melibatkan kelompok responden yang lebih beragam, menggunakan pendekatan longitudinal, serta menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, persepsi risiko, keamanan data, kepercayaan, maupun *facilitating conditions* agar kemampuan model dalam menjelaskan minat penggunaan *fintech payment* menjadi lebih komprehensif.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi penyedia layanan fintech untuk terus meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi, memperkuat manfaat layanan yang dirasakan pengguna, serta mengembangkan strategi pemasaran berbasis komunitas dan media sosial guna memperluas adopsi *fintech payment*. Bagi regulator, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung peningkatan literasi keuangan digital, keamanan transaksi, serta pengembangan ekosistem pembayaran digital yang aman, inklusif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24–32. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>.
- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 245–258. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>.
- Anam, A. K., Arifin, M., Widiastuti, A., & Arifin, Z. (2020). Peningkatan Daya Saing UKM Rotan Indah Jepara Menuju Pasar Sasaran Ekspor. *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 33. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v3i1.4777>.
- Anam, A. K., Arifin, M., Widiastuti, A., & Arifin, Z. (2021). Pengembangan produk orientasi ekspor dan inovasi produk pada UMKM Rotan Indah Jepara. *Al-Khidmat*, 3(2), 15–23. <https://doi.org/10.15575/jak.v3i2.9441>.
- Ansori, M. (2019). Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap industri keuangan syariah di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 31–45.
- Chairia, C., Sukmadilaga, C., & Yuliafitri, I. (2020). Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Mendukung terhadap Perilaku Pengguna Itqan Mobile yang Dimediasi oleh Niat Perilaku Menggunakannya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 48. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.655>.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. Lawrence Erlbaum Associates. *Advances in Hospitality and Leisure*, 8(2), 295–335.
- Desvronta, D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran e-wallet menggunakan technology acceptance model Desvronta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(2). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v18i2.2142>.
- Fishbein, M. , & Ajzen. I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Fitria, H., & Yani, E. A. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa memilih perguruan tinggi ekonomi islam (studi kasus : stei sebi). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 99–130. <https://doi.org/10.46899/jeps.v2i1.144>.
- Gonzalez, T., A., L., Maheshwari, G., Bonomo-Odizzio, A., & Krauss-Delorme, C. (2024). Successful business behaviour: An approach from the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *The International Journal of Management Education*, 22(2), 100979.

- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.
- Hardani, et al. (2020). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu.
- Hardika, & Ermawati. (2018). Pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan faktor sosial terhadap perilaku wajib pajak menggunakan e-filing. *Account*, 5(2), 858–868.
- Indriyati, R. N., & Aisyah, M. N. (2019). Determinan Minat Individu Menggunakan Layanan Financial Technology Dengan Kerangka Innovation Diffusion Theory. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8(2), 209–223. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26660>
- Irmayani, Fandeli, H., Meri, M., & Effendi, A. (2023). Suppliers selection using analytical hierarchy process method (Case study: CV. Pasaman Perabot). *AIP Conference Proceedings*, 2691(1), 070006. <https://doi.org/10.1063/5.0115892>.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Publiciana.
- Kholid, M. N. (2019). Determinants of intention to use Islamic mobile banking: Evidence from millennial generation. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 5(2), 53–62. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol5.iss2.art2>.
- Kusuma, H., Wiwiek, D., & Asmoro, K. (2020). Perkembangan financial teknologi (fintech) berdasarkan perspektif ekonomi islam. *Istithmar Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(2), 142-163. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v4i2.14>.
- Leon, S. (2018). Service mobile apps: a millennial generation perspective. *Industrial Management and Data Systems*, 118(9), 1837–1860. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2017-0479>.
- Mizal, O. M., & Wijayangka, C. (2020). Analysis of e-commerce adoption by msme in fashion sector in bandung using the utaut model. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 4(3). <https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.430>.
- Nur, T., & Panggabean, R. R. (2021). Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Method among Generation Z: the Extended UTAUT Approach. *Journal of Accounting Research*, 4(1). <https://doi.org/10.24815/jaroe.v4i1.19644>.
- Oktavendi, T. W., Mawardi, F. D., & Zakaria, A. (2025). Sharia Pay Later Innovation in the Eyes of Generation Z : Does Brand Awareness Mediate the Effect of Sharia Religiosity and Financial Literacy on Trust ? *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 9(2), 244–258.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Statistik fintech lending* . OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik. (2025). *Siaran pers: OJK dan BPS umumkan hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2025*. OJK.
- Ria, R., & Widiastuti, W. (2023). The Determination of the Factors Affecting Financial Technology Use Behavior of Students. *Jurnal Economia*, 19(2), 270–282. <https://doi.org/10.21831/economia.v19i2.52707>.
- Rizkiyah, A., & Novianti, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Fintech Berbasis Peer-To-Peer Lending Dalam Perspektif Utaut2. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(2), 1–10.
- Safitri, E. A., Hilyatin, D. L., & Shafrani, Y. S. (2023). Memprediksi intensi pembelian produk kosmetik pada mahasiswa perguruan tinggi agama islam di banyumas indonesia dengan label halal dan theory planned behaviour. *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 3(1). <https://doi.org/10.30595/jmbt.v3i1.17543>.
- Sofia, W., & Palupi, G. S. (2025). Analysis of Interest in ERP Implementation Using the

- UTAUT Model in East Java MSMEs. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 6(2), 241–255.
- Soraya, I. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat jakarta dalam mengakses portal media jakarta smart city. *Jurnal Komunikasi*, 6(1).
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulasih. (2017). A study of price perception, packaging, and service quality toward consumers' interest in purchasing special product of bumiayu, central java. In *REFERENSI : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 5(1).
- Thi, N., Phuong, H., Dieu, N., Tran, T., Giang, L., Thi, B., Han, N., Hoang, T., Nguyen, H., & Long, T. (2022). Determinants of intention to use fintech payment services: evidence from vietnam' generation Z. *International Journal of Business, Economics and Law*, 26(1).
- Venkatesh, V., Smith, R. H., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view1. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Wanasaputra, S., & Dewi, L. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja anggota yayampek. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(4). <https://doi.org/10.37715/jp.v2i4.582>.
- Wardani, L., & Masdiantini, P. R. (2022). Pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial budaya, motivasi hedonis, dan nilai harga terhadap minat penggunaan QR Code. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 12(1), 254–263.
- Widiastuti, A., Khajar, I., & Ghoniyah, N. (2022). Hikmah knowledge capture insolvency on MSME responsibility and financial performance. *Jurnal Siasat Bisnis*, 27(1), 31–48. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol27.iss1.art3>.
- Widyastuti, T., & Ratnaningsih, I. Z. (2020). Hubungan Antara Person Job-Fit Dengan Kepuasan Kerja Pada Karyawan Kantor Pusat Bank Jateng Semarang. *Jurnal Empati*, 7(3), 907-913.
- Zidan, H., & Auliya, Z. F. (2023). Analisis Kinerja Bank Syariah Negara OKI pada Era Digital: Studi Masa Pandemi Covid-19. *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 6(1), 18–29. <https://doi.org/10.24256/joins.v5i2.3360>.