

**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN *SOCIAL  
INFLUENCE* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
*E-PAYMENT* PADA GENERASI Z DI KABUPATEN KLATEN  
MELALUI PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi

**Peminatan :  
Manajemen Keuangan**



Diajukan Oleh :

**PUTRI IKA ALIFIAH  
NIM 1921100064**

**FAKULTAS EKONOMI DAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN  
JUNI 2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

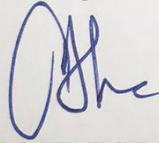
**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN *SOCIAL INFLUENCE*  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-PAYMENT* PADA GENERASI Z  
DI KABUPATEN KLATEN MELALUI PENDAPATAN SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI**

Diajukan:

**PUTRI IKA ALIFIAH  
NIM. 1921100064**

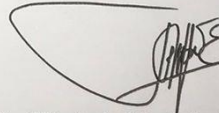
Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Dewan Penguji  
Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas  
Widya Dharma Klaten  
Pada Tanggal 12 Juni 2023

**Pembimbing Utama**



**Dr. H. Abdul Hadi, S.E., M.Si  
NIK 690 498 200**

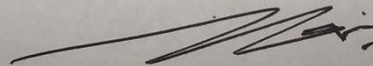
**Pembimbing Pendamping**



**Dr. Hj. Anis Marjulah, S.E., M.M  
NIK 690 994 143**

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Abdul Haris, S.E., M.M, M.Pd  
NIK 690 098 194**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN *SOCIAL INFLUENCE*  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-PAYMENT* PADA GENERASI Z  
DI KABUPATEN KLATEN MELALUI PENDAPATAN SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI

Diajukan:  
**PUTRI IKA ALIFIAH**  
NIM. 1921100064

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima  
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Pada Tanggal 26 Juni 2023

Ketua



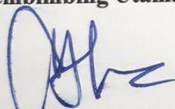
Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si  
NIK 690 301 250

Sekretaris



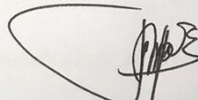
Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd  
NIK 690 098 194

Pembimbing Utama



Dr. H. Abdul Hadi, S.E., M.Si  
NIK 690 498 200

Pembimbing Pendamping



Dr. Hj. Anis Marjukah, S.E., M.M  
NIK 690 994 143

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi



Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si  
NIK 690 301 250

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : PUTRI IKA ALIFIAH  
NIM : 1921100064  
Program Studi : MANAJEMEN  
Fakultas : EKONOMI dan PSIKOLOGI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: “PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-PAYMENT* PADA GENERASI Z DI KABUPATEN KLATEN MELALUI PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI” adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar sarjana yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, 06 Juni 2023



Penulis,

Putri Ika Alifiah

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam dan yang kita nantikan syafa'atnya di yaumul akhir kelak, Aamiin.

Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa memotivasi, membantu dan mendo'akan dalam proses untuk meraih gelar Sarjana Manajemen, diantaranya:

1. Allah Swt pencipta semesta alam yang telah memberikan segala nikmat dan kebaikan yang telah diberikan kepada saya hingga menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tersayang saya yaitu Ibu Sunarsih dan Alm. Bapak Sarman yang senantiasa selalu mendo'akan, meridhoi, mendukung dan selalu memberikan dorongan serta motivasi bagi penulis dalam berjuang menyelesaikan skripsi ini.
3. Seseorang yang selalu menemani saya dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi, Galang Zidni Yuammar yang telah menjadi tempat untuk berkeluh kesah, selalu memotivasi untuk menjadi orang yang selalu berguna dan berkembang dalam hidup. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga sekarang ini.

4. Simbah, kedua adik saya Utari Miftachul Jannah dan Jazilla Naura Rahma serta Keluarga besar saya yang selalu mendo'akan, mendukung, dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat rasa saudara kandung, Anindia Ariska Mentari yang selalu ada buat saya apapun itu keadaannya dan selalu memberikan semangat.
6. Sahabat dekat saya, Adelia Alfiana, Adelia Alfiani, Ajeng Indah Meilidya, Fatakh Wiarsih yang telah menemani dalam keadaan suka maupun duka dan selalu meluangkan waktu saat penulis membutuhkan selama masa perkuliahan ini, serta telah berjuang bersama-sama dalam mendapatkan gelar Sarjana Manajemen ini.
7. Segenap dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu dan dengan sabar membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
8. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen, teman-teman Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen dan teman-teman UKM Seni Budaya.
9. Rayyanza Malik Ahmad, ponakan virtual yang selalu menjadi *mood booster* penulis dalam mengerjakan skripsi.
10. Diri saya sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sebisa mungkin, tidak menyerah walaupun banyak rasa dan godaan yang datang, terima kasih karena sudah menjadi wanita kuat.
11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

## MOTTO

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(Q.S Al-Baqarah:286)

Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

“Dan barangsiapa bertakwa kepada Allah, niscaya Dia menjadikan kemudahan baginya dalam urusannya.”

(Q.S At-Talaq:4)

“Pada akhirnya ini semua, hanyalah permulaan.”

(Nadin Amizah)

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* & masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*, berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini,”

(Fardiyandi)

## **KATA PENGANTAR**

### **Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh**

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan dan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan *Social Influence* Terhadap Minat Penggunaan *E-Payment* Pada Generasi Z Di Kabupaten Klaten Melalui Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi” dengan tepat waktu.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen di Universitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyadari bahwa dengan kemampuan yang terbatas, baik pengalaman maupun pengetahuan yang dimiliki, skripsi ini masih dikatakan belum sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak.

Skripsi ini tersusun bukan hanya dengan kemampuan penulis semata, akan tetapi mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak dalam penyelesaiannya. Atas semua kontribusi tersebut, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd, selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi Univeritas Widya Dharma Klaten.



3. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten.
4. Dr. H. Abdul Hadi, S.E., M.Si, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. H. Anis Marjukah, S.E., M.M, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Psikologi yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang baik selama penulis menempuh pendidikan.
7. Semua pihak yang berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak-pihak terkait yang dengan ikhlas memberikan do'a, semangat, bantuan, dan bimbingan. Meskipun masih jauh dari kata sempurna, diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Aamiin.

Klaten, 06 Juni 2023

Penulis,

Putri Ika Alifiah

## DAFTAR ISI

|   |                              |
|---|------------------------------|
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....                            | Error! Bookmark not defined. |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                             | <b>ii</b>                    |
| <b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....                   | <b>iii</b>                   |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....                            | <b>iv</b>                    |
| <b>MOTTO</b> .....  | <b>vii</b>                   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                 | <b>viii</b>                  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                     | <b>x</b>                     |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                   | <b>xii</b>                   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                  | <b>xiii</b>                  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                | <b>xiv</b>                   |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | <b>xv</b>                    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                              | <b>1</b>                     |
| 1.1 Latar Belakang .....                                    | 1                            |
| 1.2 Alasan Pemilihan Judul .....                            | 7                            |
| 1.3 Penegasan Judul .....                                   | 7                            |
| 1.4 Pembatasan Masalah .....                                | 10                           |
| 1.5 Perumusan Masalah.....                                  | 10                           |
| 1.6 Tujuan Penelitian.....                                  | 11                           |
| 1.7 Manfaat Penelitian.....                                 | 11                           |
| 1.8 Sistem Penulisan.....                                   | 12                           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                        | <b>13</b>                    |
| 2.1 Manajemen Keuangan .....                                | 13                           |
| 2.2 Minat Penggunaan <i>E-Payment</i> Pada Generasi Z ..... | 17                           |
| 2.3 Pengetahuan Keuangan.....                               | 25                           |
| 2.4 Social Influence .....                                  | 28                           |
| 2.5 Pendapatan .....  | 31                           |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....                              | 36                           |
| 2.7 Kerangka Pemikiran .....                                | 41                           |
| 2.8 Hipotesis .....   | 42                           |

|  |            |
|--|------------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                   | <b>45</b>  |
| 3.1    Desain Penelitian .....                           | 45         |
| 3.2    Tempat dan Waktu Penelitian.....                  | 45         |
| 3.3    Populasi dan Sampel.....                          | 46         |
| 3.4    Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 47         |
| 3.5    Sumber Data .....                                 | 51         |
| 3.6    Metode Pengumpulan Data.....                      | 51         |
| 3.7    Teknis Analisis Data.....                         | 52         |
| 3.8    Metode Analisis Data.....                         | 58         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>       | <b>59</b>  |
| 4.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....              | 59         |
| 4.2    Analisis Responden .....                          | 60         |
| 4.3    Analisis data .....                               | 73         |
| 4.4    Pembahasan Hasil Penelitian.....                  | 92         |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                     | <b>97</b>  |
| 5.1    Simpulan.....                                     | 97         |
| 5.2    Implikasi.....                                    | 101        |
| 5.3    Saran .....                                       | 102        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                              | <b>104</b> |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                  | 36 |
| Tabel 3.1 Variabel Bebas .....  | 49 |
| Tabel 3.2 Variabel Terikat .....                                      | 50 |
| Tabel 3.3 Variabel Moderasi.....                                      | 50 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....     | 61 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....               | 62 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 63 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....         | 64 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....         | 65 |
| Tabel 4.6 Skala Interval .....  | 66 |
| Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Keuangan.....     | 67 |
| Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Social Influence</i> ..... | 68 |
| Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Penggunaan .....        | 70 |
| Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Pendapatan .....             | 72 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....                                   | 73 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....                               | 76 |
| Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana & Uji-t.....       | 76 |
| Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi .....                          | 79 |
| Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana & Uji-t.....       | 80 |
| Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi .....                          | 82 |
| Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi Setelah Interaksi .....        | 83 |
| Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Moderasi & Uji-t.....               | 85 |
| Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi Setelah Interaksi .....        | 88 |
| Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Moderasi & Uji-t.....               | 89 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 41 |
|------------------------------------|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Permohonan Pengisian Kuesioner
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Deskriptif Identifikasi Responden
- Lampiran 5 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 : Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana & Uji T
- Lampiran 9 : Hasil Analisis Regresi Moderasi & Uji T
- Lampiran 10 : Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 11 : Distribusi r Tabel
- Lampiran 12 : Distribusi t Tabel

## ABSTRAK

**Putri Ika Alifiah, 1921100064, Skripsi. Program Studi Manajemen, PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-PAYMENT* PADA GENERASI Z DI KABUPATEN KLATEN MELALUI PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan keuangan dan *social influence* terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z melalui pendapatan sebagai variabel moderasi. Sampel dalam penelitian ini adalah generasi Z sebanyak 150 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 26. Analisis ini meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi moderasi, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini dengan taraf 5% diperoleh kesimpulan: (1) terjadinya pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat penggunaan adalah positif dan signifikan, (2) terjadinya pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan, (3) pendapatan memperkuat pengaruh pengetahuan keuangan terhadap minat penggunaan, (4) pendapatan memperkuat pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan.

**Kata Kunci: Pengetahuan Keuangan, *Social Influence*, Minat Penggunaan, dan Pendapatan**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era digitalisasi saat ini sedang berkembang, teknologi informasi telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan, termasuk sektor perekonomian. Penggunaan teknologi keuangan semakin diminati sebagai *alternative* yang lebih praktis dan efisien (Sugiarti et al., 2019). Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah pengguna internet, yang mencapai 210 juta orang di Indonesia pada tahun 2022 menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI). Namun, pengguna teknologi juga dapat memberikan dampak positif dan negatif terhadap masyarakat, terutama generasi Z yang lahir antara tahun 1995-2010 dan merupakan generasi yang tumbuh dalam era teknologi (Stillman dan Jonah, 2018). Menurut teori generasi yang dikemukakan oleh Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, Penguin (2004), generasi Z lahir tahun 1995-2010 sering disebut sebagai Generasi Internet. Generasi ini merupakan generasi baru yang mulai memasuki dunia kerja. Dalam buku David Stillman & Jonah Stillman terdapat 7 sifat utama yang dimiliki oleh generasi Z diantaranya adalah *Fear Of Missing Out* (FOMO) yaitu sebanyak 75% sangat tertarik dengan situasi yang memungkinkan mempunyai peran ganda di perusahaan. Mereka selalu berada di barisan depan dalam trend an kompetisi (Stillman dan Jonah, 2018).



Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk sebesar 275,77 juta jiwa pada 2022. Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), per 31 Desember 2021 menyampaikan jumlah penduduk generasi Z sebanyak 68.662.815 jiwa. Di era generasi ini tidak terlepas dari meningkatnya penggunaan teknologi. Kehadiran internet berdampak pada percepatan arus globalisasi dan penyebaran informasi tanpa batas ke seluruh dunia. Teknologi juga mengalami perkembangan pesat dalam berbagai aspek kehidupan manusia (Kustono et al., 2020), diantaranya dalam bidang ekonomi dan keuangan. Penyedia jasa layanan pembayaran digital harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan target market yang jelas untuk dapat berkompetisi dan mendapatkan penjualan pasar yang tinggi (Mohammad, 2019). Penggunaan *E-Payment* pada generasi Z masih terbilang rendah meskipun generasi Z merupakan generasi yang tumbuh dengan teknologi. Maka dari itu, penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *E-Payment* pada generasi Z perlu dilakukan. Pengetahuan Keuangan dan *Social Influence* dipilih sebagai faktor penentu dalam penelitian ini. Selain itu, Pendapatan juga dipilih sebagai variabel moderasi karena dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara Pengetahuan Keuangan, *Social Influence*, dan minat penggunaan *E-Payment* pada generasi Z. Dengan adanya penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan kepercayaan pengguna pada penggunaan aplikasi pembayaran digital.

Menurut Bank Indonesia pada Agustus 2021, nilai transaksi uang elektronik atau *e-money* di Indonesia mencapai 24,75 triliun, dengan volume transaksi sebanyak 439 juta. *E-payment* merupakan salah satu metode pembayaran yang memanfaatkan fasilitas internet sebagai sarana perantara sehingga memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran pada segala jenis transaksi kapan dan dimana saja (Pram, 2016). Selain itu, sistem pembayaran elektronik juga memberikan keuntungan bisnis dengan meningkatkan layanan pelanggan, efisiensi manajemen kas, dan efisiensi waktu, serta memungkinkan transaksi pembayaran dapat dilakukan melalui berbagai media tanpa batas waktu dan tempat (Wahyu dalam Firmansyah, 2013). Layanan *e-payment* bisa dilakukan melalui Media Bank seperti *ATM*, *Telephone Bank*, *Internet Bank*, *Mobile Bank*, dan *Teller*.

Kini terdapat berbagai macam bentuk *e-payment* yang tersedia. Menurut Turban, E., 7 & King D yang dirujuk oleh Agung Firmansyah (2013), beberapa diantaranya meliputi *Payment Card*, *E-wallet*, *Smart Card*, *E-cash*, *E-check*. Namun, pada proses pembayaran yang dilakukan secara elektronik, mekanisme keamanan yang sangat terjamin diperlukan oleh pengguna, baik *merchant* maupun konsumen harus dapat mempercayai sistem *e-payment* tersebut. Sebagai solusinya, sistem keamanan pembayaran elektronik saat ini menggunakan *Public Key Infrastructure* (PKI) yang mengandalkan kunci publik untuk melakukan proses enkripsi, hal ini sesuai dengan pandangan Stallings W yang dikutip oleh Firmansyah (2013).

Menurut Apriliana (2020), minat merupakan perilaku atau tindakan seseorang tercermin dalam reaksi yang dapat diterima atau tidak diterima. Hal ini merupakan aspek psikologis yang merupakan ketertarikan atau kecenderungan seseorang terhadap sesuatu. Elizabeth B. Hurlock mengemukakan bahwa minat menjadi sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan ketika memiliki kebebasan untuk memilih. Ketika seseorang melihat sesuatu yang berguna bagi mereka, maka mereka akan tertarik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan produk tertentu dengan melibatkan rencana dari pengguna terhadap merek tertentu. Minat adalah gairah kecenderungan hati seseorang terhadap sesuatu. Minat dalam menggunakan *e-payment* adalah bagaimana perilaku seseorang dalam menggunakan atau memakai layanan maupun produk tertentu dapat dipengaruhi oleh berbagai Faktor seperti Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*), *Sosial Influence* (Pengaruh Sosial), dan Pendapatan (*Income*). Generasi Z menjadi lebih tertarik untuk bertransaksi menggunakan *Electronic Payment* karena adanya faktor-faktor tersebut.

Faktor pertama yang mempengaruhi generasi Z untuk menggunakan *e-payment* yaitu Pengetahuan Keuangan. Menurut Herdjiono dan rekannya (2016), Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*) dapat diartikan sebagai pengetahuan individu tentang masalah keuangan pribadi. Menurut Sulistyowati dan koleganya (2020), pengetahuan keuangan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-payment*. Dengan memiliki pengetahuan

keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga dapat memaksimalkan nilai waktu, uang, dan keuntungan yang diperoleh tiap individu semakin besar sehingga dapat meningkatkan taraf kehidupannya. Menurut Remund (2020), literasi keuangan meliputi konsep keuangan, memiliki kemampuan untuk menjelaskan dan mengkomunikasikan konsep keuangan, memiliki pengelolaan keuangan, memiliki ketrampilan dalam membuat keputusan keuangan dimasa depan, dan memiliki keyakinan untuk merencanakan kebutuhan keuangan dimasa depan.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat dalam penggunaan *e-payment* adalah *Social Influence*. Menurut beberapa penelitian seperti Amin (2011), Rianto & Yoganingsih (2020), faktor ini memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-payment*. Vahdat et al (2020), mengemukakan bahwa *social influence* adalah pengaruh sosial yang dapat mengubah perilaku orang lain. Dalam konteks penggunaan *e-payment*, Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa *social influence* dapat dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari faktor sosial seperti keluarga, teman, dan tetangga dapat memberikan pengaruh pada individu dengan mempertimbangkan persamaan seperti status sosial dan peran baik dalam sebuah komunitas ataupun lingkungan.

Pendapatan (*Income*) adalah keseluruhan uang yang diperoleh seseorang dalam jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun (Herlindawati, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Herlindawati (2017), yang menyatakan

bahwa hasil pada variabel pendapatan berhubungan signifikan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *digital payment*. Ikatan Akuntan Indonesia (2019) mengungkapkan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK TETAP) mendefinisikan pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang dikenal dengan sebutan seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti, dan sewa. Sebagian generasi Z memperoleh pendapatan bisa berasal dari orang tua, pekerjaan, ataupun usaha yang mereka lakukan.

Penelitian ini difokuskan ke generasi Z karena mereka cenderung menghabiskan uang untuk mengikuti tren saat ini dan mengikuti perilaku satu sama lain dalam pengeluaran uang. Mereka masih mengandalkan keuangan dari orang tua karena kurangnya kemandirian. Generasi Z sangat tergantung pada teknologi dalam kehidupan sehari-hari, sehingga mereka membutuhkan akses internet setiap hari. Kemudahan akses yang diberikan membuat sikap konsumtif semakin meningkat, sehingga mereka cenderung menggunakan uang untuk memenuhi keinginan mereka dengan sekali klik saja.

Berdasarkan paparan diatas, penulis mengambil judul pada penelitian ini yaitu **“PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN *SOCIAL INFLUENCE* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-PAYMENT* PADA GENERASI Z DI KABUPATEN KLATEN MELALUI PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI”**.

## **1.2 Alasan Pemilihan Judul**

Pemilihan judul yang diangkat penulis seperti yang tercantum dalam proposal skripsi ini didasari oleh alasan :

### **1.2.1 Alasan Obyektif**

Era revolusi industri 4.0 ini yang dimana manusia sudah mengenal teknologi komputer hingga internet, terutama pada generasi Z. Maka penulis ingin mengetahui terkait pengaruh pengetahuan keuangan dan *social influence* terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten melalui pendapatan sebagai variabel moderasi.

### **1.2.2 Alasan Subyektif**

Penulis ingin memberikan informasi kepada publik mengenai minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z jika terdapat faktor yang mempengaruhi seperti pengetahuan keuangan, *social influence*, dan pendapatan sebagai variabel moderasi.

## **1.3 Penegasan Judul**

Penelitian ini untuk menghindari perbedaan atau penafsiran terhadap variabel yang diangkat, maka berikut disampaikan penegasan terhadap variabel-variabel yang terdapat pada judul penelitian ini:

### 1.3.1 Minat Penggunaan *E-Payment* Generasi Z

Era globalisasi saat ini, kehidupan manusia ditengah persaingan global tidak terlepas dari penggunaan teknologi yang semakin meningkat. Keberadaan internet mempengaruhi pesatnya laju globalisasi dan penyebaran informasi yang tidak terbatas ke seluruh dunia. Teknologi juga berkembang pesat di segala bidang kehidupan manusia (Kustono et al., 2020), seperti bisnis dan sektor keuangan. Pembayaran elektronik adalah sistem pembayaran yang bekerja melalui internet. Perusahaan membangun hubungan kerja sama dengan bank untuk mendukung pembayaran elektronik. Berkat adanya jaringan perbankan nasional, transaksi pembelian dan pembayaran diproses secara fleksibel. Misalnya pembayar listrik, pembelian tiket bisa dilakukan di bank *online*. Dengan pembayaran digital, tidak perlu menggunakan uang tunai dan pertemuan tatap muka untuk transaksi. Jenis pembayaran elektronik yaitu *Payment Card, E-Wallet, Smart Card, E-Cash, E-Check*.

### 1.3.2 Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*)

Pengetahuan Keuangan adalah informasi yang berfokus pada analisis keuangan, manajemen dan pengambilan keputusan. Pentingnya mempelajari pengetahuan keuangan karena dapat membantu dalam mengelola penggunaan uang yang dimiliki. Dengan mempelajari pengetahuan keuangan dapat membantu dalam mengelola keuangan,

seperti mengatur uang belanja, merencanakan tabungan, dan melakukan perencanaan keuangan lainnya. Semakin dalam memiliki pengetahuan keuangan, maka semakin baik pula perilaku pengelolaan keuangannya. Sehingga memiliki lebih sedikit masalah keuangan.

### **1.3.3 *Social Influence* (Pengaruh Sosial)**

*Social influence* adalah tindakan satu orang atau lebih yang dirancang untuk mengubah sikap, keyakinan, persepsi atau perilaku orang lain. Efek pada perubahan perilaku atau sikap yang dihasilkan dari interaksi dengan orang lain. Pengaruh sosial dapat mempengaruhi perilaku komunikasi baik dalam komunikasi individu maupun komunikasi kelompok.

### **1.3.4 *Pendapatan* (*Income*)**

Pendapatan adalah segala sesuatu yang diterima seseorang baik berupa uang maupun barang dari pihak lain atau hasil industri yang diperkirakan berdasarkan sejumlah uang dalam harta kekayaan yang dimiliki pada saat itu. Pendapatan mempengaruhi kelangsungan perusahaan, semakin tinggi pendapatan maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai semua pengeluaran dan aktivitas yang akan dilakukan. Status seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah uang yang diterima seseorang atau rumah tangga selama periode waktu tertentu.



#### 1.4 Pembatasan Masalah

Pembatasan permasalahan penelitian dibuat agar penelitian dapat berjalan dengan lebih terarah dan terencana sehingga dapat mencapai tujuan yang lebih ditetapkan. Karena adanya keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam hal dana, waktu, dan tenaga maka penelitian ini dibatasi pada Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan *Social Influence* Terhadap Minat Penggunaan *E-Payment* Pada Generasi Z Di Kabupaten Klaten Melalui Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi.

#### 1.5 Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh antara pengetahuan keuangan terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten?
2. Apakah ada pengaruh antara *social influence* terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten?
3. Apakah pendapatan memoderasi hubungan antara pengetahuan keuangan terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten ?
4. Apakah pendapatan memoderasi hubungan antara *social influence* terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten?

## 1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menguji pengaruh antara pengetahuan keuangan terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten.
2. Untuk menguji pengaruh antara *social influence* terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten.
3. Untuk menguji apakah pendapatan memoderasi hubungan antara pengetahuan keuangan terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten.
4. Untuk menguji apakah pendapatan memoderasi hubungan antara *social influence* terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten.

## 1.7 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian yang sejenis pada masa mendatang.

### 2. Manfaat Praktis

#### 1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis untuk lebih mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan dan

*social influence* terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten melalui pendapatan sebagai variabel moderasi.

## 2) Bagi Pembaca

Memberikan bahan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh pengetahuan keuangan, *social influence* dan pendapatan terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di kabupaten Klaten.

## 1.8 Sistem Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka disusun berdasarkan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistem penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai landasan teori yang terdiri dari manajemen keuangan, minat penggunaan, pengetahuan keuangan, *social influence*, dan pendapatan. Selain itu, juga menjelaskan mengenai kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang desain penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, metode analisis data yang digunakan.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini penulis membahas mengenai gambaran umum objek, identifikasi responden, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian, implikasi, dan saran yang dapat diberikan kepada pihak yang berkepentingan.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan *Social Influence* terhadap Minat Penggunaan *e-payment* pada generasi Z di Kabupaten Klaten melalui Moderasi Pendapatan dapat disimpulkan sebagai berikut ini.

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan (Y) *E-Payment* Pada Generasi Z di Kabupaten Klaten. Hal ini terbukti nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,327 > t_{tabel}$  1,655 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan H1 yang berbunyi Pengetahuan Keuangan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan diterima. Hal ini dibuktikan pula dengan hasil uji koefisien determinasi persamaan kesatu yaitu sebesar 16,1%. Didukung juga oleh uji koefisien regresi linier sederhana yang menghasilkan koefisien positif sebesar 0,651. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu-satuan pada Pengetahuan Keuangan (X1) akan menaikkan satuan Minat Penggunaan (Y) sebesar 0,651 dengan asumsi variabel lainnya konstanta atau tetap.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Social Influence* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat

Penggunaan (Y) *E-Payment* Pada Generasi Z di Kabupaten Klaten. Hal ini terbukti nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,480 > t_{tabel}$   $1,655$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan H2 yang berbunyi *social influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan diterima. Hal ini dibuktikan pula dengan hasil uji koefisien determinasi persamaan kesatu yaitu sebesar  $16,9\%$ . Didukung juga oleh uji koefisien regresi linier sederhana yang menghasilkan koefisien positif sebesar  $0,447$ . Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu-satuan pada *Social Influence* (X2) akan menaikkan satuan Minat Penggunaan (Y) sebesar  $0,447$  dengan asumsi variabel lainnya konstanta atau tetap.

3. Berdasarkan hasil uji regresi moderasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Pendapatan (Z) memperkuat hubungan antara Pengetahuan Keuangan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y) *e-payment* pada generasi Z di Kabupaten Klaten. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,018 > t_{tabel}$   $1,655$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan H3 diterima. Hal ini dibuktikan pula dengan hasil uji koefisien determinasi persamaan ketiga yang mengalami kenaikan sebesar  $25,3\%$  dari uji koefisien determinasi persamaan pertama sebelumnya dengan nilai sebesar  $16,1\%$ . Maka pendapatan dapat digunakan sebagai variabel moderasi untuk hubungan pengetahuan keuangan terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di Kabupaten

Klaten. Selain itu pada uji koefisien regresi moderasi yang menghasilkan koefisien yang positif sebesar 0,020. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu-satuan pada Pengetahuan Keuangan (X) dengan Pendapatan (Z) akan menaikkan satuan Minat Penggunaan (Y) sebesar 0,020 dengan asumsi variabel lainnya konstanta atau tetap.

4. Berdasarkan hasil uji regresi moderasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Pendapatan (Z) memperkuat *Social Influence* terhadap Minat Penggunaan (Y) *e-payment* pada generasi Z di Kabupaten Klaten. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,765 > t_{tabel} 1,655$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan H4 diterima. Hal ini dibuktikan pula dengan hasil uji koefisien determinasi persamaan keempat yang mengalami kenaikan sebesar 24,2% dari uji koefisien determinasi persamaan pertama sebelumnya dengan nilai sebesar 16,9%. Maka Pendapatan dapat digunakan sebagai variabel moderasi untuk hubungan *Social Influence* terhadap Minat Penggunaan *e-payment* pada generasi Z di Kabupaten Klaten. Selain itu pada uji koefisien regresi moderasi yang menghasilkan koefisien positif sebesar 0,014. Hal tersebut menunjukkan setiap kenaikan satu-satuan pada *Social Influence* (X2) dengan Pendapatan (Z) akan menaikkan satuan Minat Penggunaan (Y) sebesar 0,014 dengan asumsi variabel lainnya konstanta atau tetap.

5. Berdasarkan data yang diolah, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi pada R Square sebesar 0,161 atau 16,1% untuk mengetahui seberapa besar presentase Pengetahuan Keuangan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y). Besarnya variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah 16,1% sedangkan sisanya yaitu 83,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Setelah itu mengalami kenaikan koefisien determinasi yang menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang mana digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase Pendapatan (Z) memoderasi Pengetahuan Keuangan (X1) terhadap Minat Penggunaan (Y). besarnya R Square tersebut adalah 0,253 atau 25,3%. Hal ini dapat memberikan kesimpulan bahwa Pendapatan memperkuat pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Minat Penggunaan.
6. Berdasarkan data yang diolah, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi pada R Square sebesar 0,169 atau 16,9% untuk mengetahui seberapa besar presentase *Social Influence* (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y). Besarnya variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah 16,9% sedangkan sisanya yaitu 83,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Setelah itu mengalami kenaikan koefisien determinasi yang menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang mana digunakan untuk mengetahui



seberapa besar presentase Pendapatan (Z) memoderasi *Social Influence* (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y). besarnya R Square tersebut adalah 0,242 atau 24,2%. Hal ini dapat memberikan kesimpulan bahwa Pendapatan memperkuat pengaruh *Social Influence* terhadap Minat Penggunaan.

## 5.2 Implikasi

Penelitian ini terkait pengaruh pengetahuan keuangan dan *social influence* terhadap minat penggunaan *e-payment* pada generasi Z di Kabupaten Klaten melalui pendapatan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi peneliti yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh pengetahuan keuangan dan *social influence* terhadap minat penggunaan *e-payment*. Pada penelitian ini juga menambahkan variabel moderasi untuk mengetahui hasilnya akan memperkuat atau memperlemah variabel dependen dengan variabel independen. Dalam penelitian ini juga penulis menganalisis terkait pengalaman generasi Z dalam penggunaan *e-payment*. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kesempatan bagi para peneliti untuk mempelajari topik lain di sepanjang jalur ini.

Temuan pada penelitian ini dapat digunakan para praktisi sebagai landasan untuk pengambilan sebuah keputusan dan perumusan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan layanan sistem *e-payment*. Karena di masa depan pengguna *e-payment* pasti akan meningkat, tidak hanya dari

kalangan generasi Z saja. Dapat mengambil banyak langkah yang mengarahkan individu untuk mengadopsi pembayaran elektronik, mungkin yang paling penting adalah melakukan kampanye kesadaran untuk individu dan kursus pelatihan yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-payment* menyenangkan, dan memiliki manfaat besar bagi individu.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberi masukan sebagai berikut:

#### **5.3.1 Bagi Generasi Z Pengguna *E-Payment***

Penelitian ini pada variabel pengetahuan bagi generasi Z ataupun pengguna *e-payment* selain generasi Z harus selalu meningkatkan pengetahuan baik tentang keuangan maupun tentang penggunaan *e-payment*. Dengan memiliki pengetahuan yang tinggi, diharapkan generasi Z tidak hanya sadar akan penggunaan *e-payment*, tetapi juga berpartisipasi langsung dalam penggunaan *e-payment*. Dan untuk *social influence* juga berpengaruh dalam penelitian ini, generasi Z harus mampu mengikuti perkembangan zaman. Masa yang akan datang memungkinkan untuk modernisasi akan terus meningkat, sehingga generasi Z atau generasi lainnya harus mampu dalam penggunaan *e-payment*.

### **5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel atau mengganti variabel selagi masih dalam konteks yang sama terkait minat penggunaan *e-payment*. Untuk pemilihan sampel peneliti selanjutnya dapat memperluas sampel tidak hanya generasi Z saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/>
- Adiputra, I. G., & Patricia, E. (2020). The Effect Of Financial Attitude, Financial Knowledge, And Income On Financial Management Behavior. *Education And Humanities Research*, 439(Ticash2019), 107–112. <https://Doi.Org/10.2991/Assehr.K.200515.019>
- 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*, 24(2), 245-258. Retrieved from <https://journal.feb.unmul.ac.id>
- Admin PMB BRIN. (2022, Agustus 11). *Generasi Z: Si Paling Healing vs Si Paling Pembawa Perubahan*. Retrieved from PMB BRIN: <https://pmb.brin.go.id/>
- Al-Sabaaw, M. M., Alshaher, A. A., & M. A. (2021). User trends of electronic payment systems adoption in developing countries: an empirical analysis. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 1-25.
- Apa Itu Electronic Payment? Ini Pengertian dan Kelebihan di Dalamnya*. (2023). Retrieved from Accurate: <https://accurate.id/>
- Apriliana, R. Marisa. (2020). The Roles Of Financial Literacy In Interest To Use Go-Pay.
- Asih, S. W., & Khafid, M. (2020). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude dan Income terhadap Personal Financial Management Behavior melalui Locus Of Control sebagai Variabel Intervening. *Economic Education Analysis Journal*, 748-767. doi:10.15294/eeaj.v9i1.42349
- Astutik, W. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Anggota Kepolisian Dengan Moderasi Tingkat Pendapatan. *perbanas*, 1-15. Retrieved from <https://eprints.perbanas.ac.id>
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Azirah, N. (2018). Pengaruh Kemampuan Dan Pengetahuan Financial Terhadap Persepsi Kemudahan Dan Perilaku Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Makasar. *Gastrointestinal Endoscopy*, 10(1), 279-288.
- Bayu, D. J. (2021, September 28). *Nilai Transaksi Uang Elektronik Sebesar Rp 24,75 Triliun pada Agustus 2021*. Retrieved from katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/28/>
- Bayu, D., & Widi, S. (2022, Agustus 16). *Ada 68,66 Juta Generasi Z di Indonesia, Ini Sebarannya*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/>
- Braza, A. S. (2019, Oktober 10). Retrieved from Apa itu E-Payment? Bagaimana Konsep Pembayaran Elektronik?: <https://sis.binus.ac.id/2019/10/10/>
- Cude, B., Lawrence, F., Lyons, A., Metzger, K., LeJeune, E., Marks, L., & Machtmes, K. (2006). College Students and Financial Literacy: What They Know and What We Need to Learn. *Eastern Family Economics and Resource Management Association*, 102-109.
- Dewi, K. D. (2016). Pengetahuan Keuangan Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 2(2), 118-134.
- Dewi, S. K. (2019). Pengaruh Sikap Terhadap Uang Dan Kontrol Diri Pada Perilaku. *Stie Perbanas*, 1-19.
- Firmansyah, Agung. 2013. Pengembangan Alternatif Model E-Payment B2C (Business To Customer). Jakarta: Rajawali Pers.
- Fitri, A. N. (2020, October 16). Ada Pandemi, Kebiasaan Berbelanja Masyarakat Kombinasi Antara Online Dan Offline. Kontan.Co.Id. Diakses Pada 22 Oktober 2021, Dari <https://Industri.Kontan.Co.Id/News/>
- Fitriani, A., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Financial Knowledge Terhadap Financial Behavior Dengan Financial Attitude Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(2), 310-319.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, Penguin, 2004. Mind the gap. Penguin Books
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. 2010. Multivariate data analysis, (Seventh Edition). Upper Saddle River, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Handayani, Milda; Rianto, Muhammad Richo;. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan Dan Social Influence Terhadap Minat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1-8.
- Hanudin Amin, Abdul Rahim, Abdul Rahman, S.L.S.J. and A.M.C.H (2011). Determinants of Customers Intention to Use Islamic Personal Financing The Case of Malaysian Islamic Banks. <https://doi.org/10.1108/17590811111129490>
- Herdjiono, I., dan Damanik, L, A.(2016). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, Tahun 9, No 3, Halaman 226-241 Robbins Dan Judge <https://www.OtoritasJasaKeuangan> (2017).
- Herlindawati, D. (2017). Pengaruh Kontrol Diri, Jenis Kelamin, dan Pendapatan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 3(2), 158. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p158-169>
- Hilgert, M.A., Hogarth, J.M. & Beverly, S.G. (2003) Household financial management: the connection between knowledge and behaviour. Federal Reserve Bulletin, July, 309–322.
- Hogarth, J.M., Beverly, S.G. & Hilgert, M.A. (2003) Patterns of financial behaviours: implications for community educators and policy makers. Paper presented at Federal Reserve System Community Affairs Research Conference.
- Hurlock. Elizabeth B. 2009. Perkembangan Anak, Jilid 2 (Diterjemahkan oleh Meitisari Tjandrasa). Jakarta: Erlangga.
- Ida, & Dwinta, C. Y. (2010). Pengaruh Locus Of Control, Financial Knowledge, Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 131–144. <https://doi.org/10.34208/jba.v12i3.202>
- Indonesia, I. A. (2023). *Standar Akuntansi Keuangan*. Retrieved from Ikatan Akuntan Indonesia: <http://iaiglobal.or.id/v03/>

- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Kamus versi online/daring (dalam jaringan)*. (2012-2023). Retrieved from Digital Ocean: <https://kbbi.web.id/minat>
- Kautsar, A., & Asandimitra, N. (2019). Financial Knowledge as Youth Preneur Success Factor. *Journal of Social and Development Sciences*, 10(2), 33–35.
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal Of Open Innovation: Tecnology, Market, and Complexcity*, 19-20.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow England: Pearson
- Kumari, P. R., & Lodha, A. (2021). Moderating effect of self-efficacy and social influence. *15(2/3)*, 216-217.
- Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & Mas'ud, I. (2020). Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 85–95. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2245>
- Lidwina, A. (2021, June 9). Gaji Generasi Z Dan Milenial Banyak Dibelanjakan Di E-Commerce. *Katadata.Co.Id*. Diakses Pada 22 Oktober 2021, Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby Boomer Retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54, 205-224.
- Manajemen Keuangan: Definisi, Tujuan, Fungsi dan Prinsip*. (2022). Retrieved from Run System: <https://runsystem.id/id/blog/manajemen-keuangan/>
- Mardani, R. (2023). *Jurnal Solusi Bisnis Anda*. Retrieved from Pengertian Manajemen Keuangan Menurut 20 Ahli Ekonomi: <https://mjurnal.com/keuangan/manajemen-keuangan-menurut-para-ahli/>
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Pada Fakultas Ekonomi. *Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti*, 17(1), 76-85. doi:10.9744/jmk.17.1.76–85
- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder*. Edisi Revisi 2. Cet. 4; Jakarta: Rajawali Pers.

- Mason, C., & Wilson, R. (2000). Conceptualising financial literacy. *Business School Research Series*, 7(1), 1–41.
- Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B., & Wei Chua, J. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *Internet Research*, 23(4), 465-485.
- Mohammad, H. I. (2019). Mediating effect of organizational learning and moderating role of environmental dynamism on the relationship between strategic change and firm performance. *Journal of Strategy and Management*, 12(2), 275–297. <https://doi.org/10.1108/JSMA-07-2018-0064>
- Muhibbin Syah, 2003, Psikologi Belajar, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nisa, F. K., & Haryono , N. A. (2022). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self Efficacy, Income, Locus Of Control, Dan Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior Generasi Z. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 82–97.
- Pram. (2016, 03 17). *Layanan E-payment Bakal Marak di Indonesia*. Retrieved from Berita Bethel: <http://www.beritabethel.com/artikel/detail/892>
- Putranto, A. M., & Pramudiana, Y. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor dalam Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengadopsi Layanan Wifi PT. XYZ area Jakarta. *telkomuniversity*, 2(2), 1085-1094. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id>
- Putri, A. N. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Resiko, Manfaat Dan Pendapatan 88 Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Journal Of Chemical Informationand Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Remund, D.L. (2020). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295.
- Rianto, M.R., & Yoganingsih, T. (2020). Religiusitas dan Pengaruh Sosial Menabung di Bank Mandiri Syariah Bekasi. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara Raya, Jakarta.
- Rindayani, Wiryaningtyas , D. P., & Pramitasari , T. D. (2022). Pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Dengan Locus Of



Control Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z Di Desa Sliwung Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 1(6), 1185-1202.

Riphahn, R. T., & Serfling, O. (2002). Item Non-Response on Income and Wealth Question.

Singha, N., Sinhab, N., & Liébana-Cabanillas, F. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis innovation influence, usage pressure and social influence. *International Journal of Information Management*, 191-205.

Sitinjak, T. J. (2006). LISREL, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Slameto, 2011, Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya, Jakarta: PT. Rineka.

Stillman, D. dan Jonah, S. 2018. Generasi Z (Memahami Karakter Generasi Baru Yang akan Mengubah Dunia Kerja). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiarti, E. N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang. *E-Jra*, 8(4), 90–104.

Sugiyono . 2010. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta Sugiyono.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sulistyowati, A., Rianto, M. R., Sari, R. K., & Narpati, B. (2020). Indonesian Millennial Generation ; Impact Of Internal Factors And External Factors To Use The Intention Of Financial Technology (Mobile Applications Payment) In Jakarta - Indonesia. *57*, 1525–1530.

Vahdat, A. et al. (2020) ‘acceptance model , social factors and purchase intention’, *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, pp. 1–10. doi: 10.1016/j.ausmj.2020.01.002.

Wahyu dalam Firmansyah. 2013. “Perbedaan Loyalitas Konsumen Pada E-Payment Tcash Berdasarkan Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Pelanggan.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 78:2013– 15.

Widi, S. (2022, Agustus 16). Ada 68,66 Juta Generasi Z di Indonesia, Ini Sebarannya. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/>

- Yahaya, R., Zainol, Z., Osman, J. H., Abidin, Z., & Ismail, R. (2019). The Effect of Financial Knowledge and Financial Attitudes on Financial Behavior Among University Students. *International Journal Of Academic Research In Business & Social Sciences*, 9, 22-32.
- Zahroh, F. (2014). Menguji Tingkat Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Pribadi, Dan Perilaku Keuangan Pribadi. *Undip*, 1-52. Retrieved From Undip.