

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI
METODE PEMBAYARAN DIGITAL DI KALANGAN GEN Z**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh :

CHELSEA NUR FADILAH

NPM : 22001083054



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

2026

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPTASI METODE
PEMBAYARAN DIGITAL DI KALANGAN GEN Z**

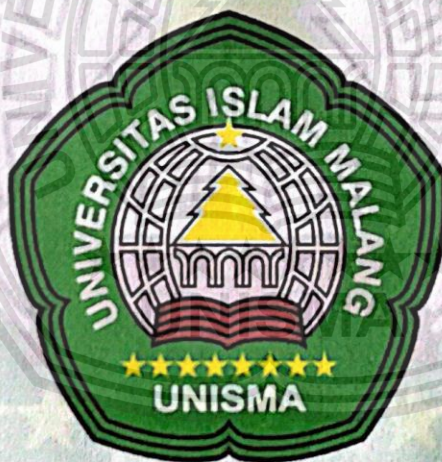
SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi

Oleh :

CHELSEA NUR FADILAH

22001083054



Tanggal di setujui :

Kamis, 18 Desember 2025

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Harun Alhasyid, BS., MIEB., Ph.D



Dr. Ratna Tri Hardaningtyas, SE., MM



SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI METODE PEMBAYARAN DIGITAL DI KALANGAN GEN Z

CHELSEA NUR FADILAH
NPM. 22001083054

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Hari/tanggal : Kamis, 18 Desember 2025

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Harun Alrasyid, BS., MIEB., Ph.D



Dr. Ratna Tri Hardaningtyas, SE., MM

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Irma Hidayati, SE., Ak., M.Ak

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar:
SARJANA EKONOMI

Pada Hari/tanggal : Kamis, 18 Desember 2025



Dekan

Alifudin, SE., M.SA., Ak

Ketua Jurusan



Dr. Abdullah Syakur Novianto, SE., MM

UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jurusan : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah

STATUS : UNGGUL



Alamat : Jl. Mayjen Haryono No.193 Malang 65144 telp 0341 - 551932, 551822, Fax.: 0341 - 552249

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Nama : Chelsea Nur Fadilah
NPM : 22001083054
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul :

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Metode Pembayaran Digital Di Kalangan Gen ZYang diuji pada tanggal : **18 Desember 2025** adalah benar-benar merupakan hasil karya saya.

Dan saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat atau keseluruhan hasil tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat maupun pikiran penulis lain yang diakui sebagai hasil tulisan saya sendiri, dan dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

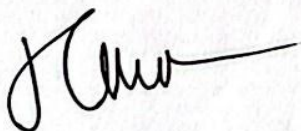
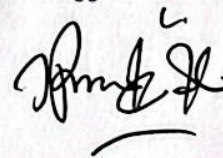
Apabila saya secara sengaja maupun tidak sengaja melakukan hal tersebut diatas, maka saya menarik Tugas Akhir yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri dan jika terbukti saya melakukan hal tersebut diatas seolah-olah hasil karya saya sendiri, maka gelar dan Ijazah yang diberikan Universitas Islam Malang berhak untuk dibatalkan.

Malang, 15 Desember 2025
Yang membuat pernyataan,
Chelsea Nur Fadilah

Ketua Penguji

Anggota

Anggota

HARUN ALRASYID, BS.,
MIEB., Ph.D.Dr. Ratna Tri Hardaningtyas,
SE., MM.Dr. Irma Hidayati,
SE., Ak., M.Ak



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
(U N I S M A)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
TERAKREDITASI

Program Studi : 1. Manajemen 2. Akuntansi 3. Perbankan Syariah

Ian Mayjen Haryono 193 Malang, Jawa Timur 65144 Indonesia Telp. 0341-582366, 551932, 551932 ext. 122 Fax. 0341-552249 E-mail: fe@unisma.ac.id Website: unisma.ac.id

Nomor : 2220/B41/U.08/D/G.46/IX/2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

16 September 2025

Yth. Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEB UNISMA
Jl. MT. Haryono No.193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sebagai kelengkapan tugas Skripsi, maka mahasiswa diwajibkan melakukan Penelitian.

Untuk keperluan tersebut, maka kami mengharap Bapak/Ibu Pimpinan untuk memberikan ijin Penelitian pada Mahasiswa kami dibawah ini.

Nama : **CHELSEA NUR FADILAH**
NPM : 22001083054
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Penelitian : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI METODE PEMBAYARAN DIGITAL DI KALANGAN GEN Z**

Oleh karena itu harapan kami Mahasiswa yang bersangkutan dapat diterima melaksanakan Penelitian di Instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian permohonan ini, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wasalamualaikum Wr. Wb.



AFIFUDIN, S.E., M.SA., Ak.
NPP. 207.02.00014

Pembimbing I,

HARUN ALRASYID, BS., MIEB., Ph.D.
NPP. 170904198432284

Pembimbing II,

Dr. RATNA TRI HARDANINGTYAS, SE., MM.
NPP. 171403198832281

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Data Pribadi

Nama : Chelsea Nur Fadilah

Tempat, Tanggal Lahir : Pamekasan, 15 Agustus 2002

NPM : 22001083054

No Telp : 085806235381

Email : chelseanf18@gmail.com

Alamat : Perum. Graha Kencana Blok H No.1,
RT.002/RW.002, Desa Ceguk, Kec. Tlanakan, Kab.
Pamekasan

Orang Tua : ★ Yamin Santoso (Bapak) ★
Haddoed Chatidjah (Ibu)

B. Riwayat Pendidikan

- 2008 – 2014 : SDN PANGLEGUR 02
- 2014 – 2017 : SMP NEGERI 4 PAMEKASAN
- 2017 – 2020 : SMA NEGERI 4 PAMEKASAN
- 2020 – 2026 : UNIVERSITAS ISLAM MALANG

C. Pengalaman Magang

BSI KCP Malang Singosari 2024

MOTTO

“Barang siapa yang berangkat menimba ilmu untuk mengamalkan ilmu, niscaya

ilmu yang sedikit pun akan bermanfaat baginya”

“Dream big, work hard, never stop growing.”

“Sukses adalah tindakan berani mengambil risiko, sambil terus belajar dan

memiliki prinsip.”

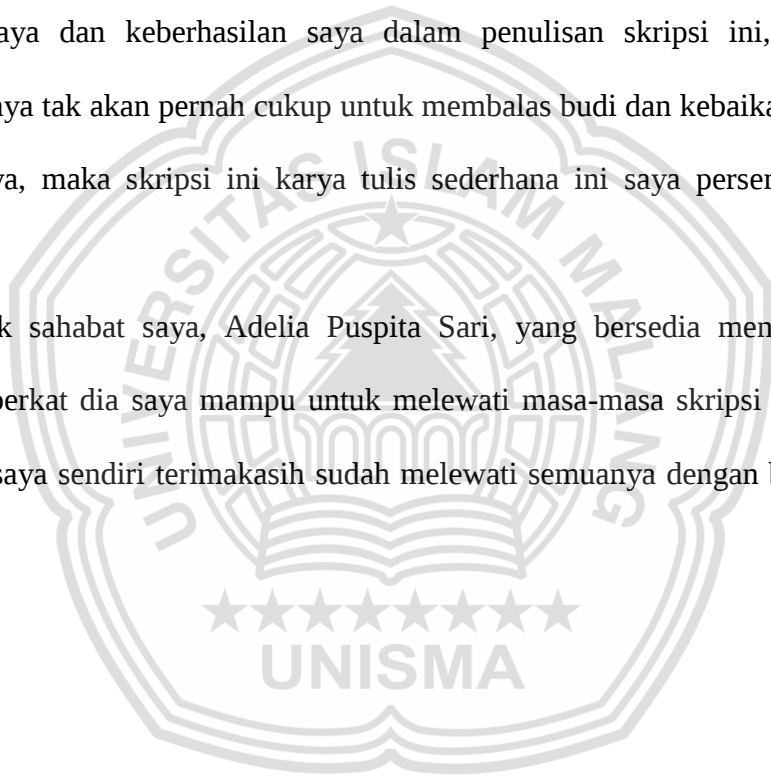


PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbilalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya Bapak saya tercinta Bapak Yamin Santoso dan Ibu saya tercinta Ibu Haddoe Chatidjah yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya dan keberhasilan saya dalam penulisan skripsi ini, ucapan terimakasih saya tak akan pernah cukup untuk membalas budi dan kebaikan kedua orang tua saya, maka skripsi ini karya tulis sederhana ini saya persembahkan untuk kalian.

Teruntuk sahabat saya, Adelia Puspita Sari, yang bersedia menjadi tim sambat, dan berkat dia saya mampu untuk melewati masa-masa skripsi ini. Dan teruntuk diri saya sendiri terimakasih sudah melewati semuanya dengan baik dan kuat.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan keimanan, rahmat, petunjuk, bimbingan, kasih, nikmat, kesehatan serta kesempatan dan tidak lupa penulis junjungkan shalawat serta salam kepada Nabi kita Rasulullah Muhammad SAW. Atas berkat rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI METODE PEMBAYARAN DIGITAL DI KALANGAN GEN-Z”** Dalam penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang. Penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini, membutuhkan berbagai bantuan baik material maupun moril dari berbagai pihak yang telah dengan ikhlas memberikan hal tersebut. Dengan segala keterbatasan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya sekaligus permohonan maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala hormat peneliti ucapkan terimakasih yang tiada terhingga khususnya kepada :

1. Prof. Drs. H. Junaidi, M.Pd., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Malang.
2. Bapak Afifudin, SE., M.SA., AK., CAV., CBV selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
3. Bapak Abdullah Syakur Novianto, SE., MM selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang selaku Dosen Wali Kelas, motivasi, dan diskusi beserta bantuan

dari beliau.

4. Bapak Harun Al Rasyid BS., MIEB. Ph.D selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi atas diskusi, bantuan, motivasi, dan bimbingan dari beliau.
5. Ibu Ratna Tri Hardaningtyas SE., MM., selaku Dosen Pembimbing, Dosen Pendamping Skripsi, atas diskusi, bantuan, dan bimbingan dari beliau.
6. Bapak ibu seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang telah memberikan ilmu selama menempuh studi di bangku perkuliahan.
7. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang atas segala bentuk pelayanan dan bantuan yang telah di berikan kepada penulis.
8. Kedua orang tua saya, Bapakku tersayang (**Yamin Santoso**), Ibuku tercinta (**Haddoed Chatidjah**) yang sudah memberikan kasih sayang yang tak terhingga. Support, motivasi, dukungan, nasehat, doa, serta bantuan materi maupun moril hingga skripsi ini selesai.
9. Saudara saya, kedua Kakak Perempuan tersayang (**Ajeng Pratiwi**) dan (**Aulia Nur Islami Putri**) yang selalu menjadi pendukung dan penguat penulis dalam keadaan apapun.
10. Sahabat saya (**Adelia Puspita Sari**) yang selalu memberi motivasi penulis dalam keadaan apapun serta sahabat berbagi keluh kesah.
11. Teruntuk **Nurcholis Karim** yang telah memberikan semangat dan membersamai penulis dalam suka maupun duka, support, dukungan dan doa hingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

12. Dan semua pihak yang turut membantu tersusunnya skripsi ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis memohon kepada Allah SWT. atas bantuan, bimbingan dan dorongan dari semua pihak, kiranya mendapat imbalan yang setimpal dari-Nya. Jazakumullah Khairan Katsiran, semoga Allah SWT. memberikan yang lebih dari bantuan yang diberikan. Penulis menyadari perlunya saran dan kritik yang sifatnya membangun, senantiasa diharapkan demi perbaikan dan pelajaran di masa yang akan datang.



Malang, 30 April 2026

Penulis,

Chelsea Nur Fadilah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Intention to Adopt Digital Payment* pada Generasi Z. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Social Influence*, dan *Trust*, sedangkan *Intention to Adopt Digital Payment* sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner (*Google Form*) kepada responden Generasi Z yang menggunakan *Digital Payment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Social Influence*, dan *Trust* berpengaruh terhadap *Intention to Adopt Digital Payment*. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian adopsi teknologi serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi penyedia layanan *Digital Payment*, khususnya dalam konteks Perbankan Syariah.

Kata kunci: *Digital Payment*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Social Influence*, *Trust*, *Intention to Adopt*.

ABSTRACT

This study aims to analyze The Factors Influencing the Intention to Adopt Digital Payments among Generation Z. The independent variables used in this study are Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, and Trust, while Intention to Adopt Digital Payments serves as the dependent variable. This study employed a quantitative approach with multiple linear regression analysis. Data were collected through a questionnaire (Google Form) distributed to Generation Z respondents who use Digital Payments. The results indicate that Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, and Trust influence Intention to Adopt Digital Payments. The findings of this study are expected to contribute academically to the development of technology adoption studies and provide practical considerations for Digital Payment service providers, particularly in the context of Islamic Banking.

Keywords: Digital Payment, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence, Trust, Intention to Adopt.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini penggunaan *digital payment* membawa implikasi besar terhadap cara individu dan bisnis melakukan transaksi keuangan. Adopsi *digital payment* ini tidak hanya menjadi tren konsumen, tetapi juga mendapat perhatian dari pelaku bisnis dan pemerintah. Pembayaran digital memang sedang meningkat di Indonesia. Hal ini berkembang dan sejalan dengan *booming* perdagangan elektronik serta pergeseran masyarakat Indonesia ke arah *cashless society* (Abdurrahman, 2023).

Dengan ukuran pasar dan skala begitu besar, sektor pembayaran digital diperkirakan akan mencapai GMV (*Gross Merchandise Value*) sekitar US\$110 miliar pada 2025 (Redjalam, 2023). Hasil riset menunjukkan 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka (C. S. Wulandari, 2023). Gen Z mendominasi sebanyak 78% yang bersiap meninggalkan uang tunai (Abdurrahman, 2023). Penggunaan dompet digital di Indonesia diproyeksikan dapat tumbuh mencapai 31,5% pada tahun 2025, pertumbuhan *e-wallet* hingga 2025 juga diprediksi akan didukung oleh semakin berkembangnya *e-commerce* dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berpindah ke dalam *platform online* di Indonesia (Pahlevi, 2022).

Di Indonesia, terdapat berbagai aplikasi dompet digital yang sangat populer dan terpercaya, yaitu Gopay, Dana, OVO, Shopeepay, LinkAja, Sakuku dan Bayarind (Bayarind, 2024). Menurut laporan *E-wallet Industry*

Outlook 2024 dari Insight Asia, dari 1.300 warga perkotaan yang di survei, 74% di antaranya sudah pernah menggunakan dompet digital. Di kelompok tersebut, sekitar 61% menggunakan beberapa aplikasi dompet digital sekaligus. Secara umum di Indonesia, *platform* yang paling banyak digunakan adalah Gopay dengan proporsi pengguna 71%, bersaing sangat ketat dengan OVO yang proporsi penggunaanya mencapai 70%, sementara pengguna *platform* dompet digital lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja proporsinya lebih sedikit seperti terlihat pada grafik.

Gambar 1.1 Merk Dompet Digital yang pernah digunakan responden per 2024



Sumber: *E-wallet Industry Outlook (2024)*

Meningkatnya pertumbuhan pembayaran digital di Indonesia disebabkan karena banyaknya faktor yang bisa mempengaruhi (Alalwan et al., 2017). Berbagai penelitian mengenai niat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru telah dilakukan dengan menggunakan berbagai teori seperti *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *The Planned Behavior Theory (TPB)*, *The Technology Acceptance Model (TAM)* dan *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*.

Perceived usefulness merupakan salah satu variabel penting dalam

memahami penerimaan teknologi. *Perceived usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konstruk *perceived usefulness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* dan *digital payment* ((Prastiawan et al., 2021); (To & Trinh, 2021)).

Kegunaan saja tidak cukup untuk meyakinkan pengguna untuk mengadopsi suatu teknologi. *Perceived ease of use* atau persepsi tentang seberapa mudah teknologi tersebut digunakan, juga memainkan peran penting. Menurut Davis (1989), *Perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha yang berlebihan. Penelitian terdahulu menemukan hubungan signifikan antara PEOU dengan minat menggunakan *digital payment* (Chawla & Joshi, 2019).

Ketika seseorang melihat bahwa orang-orang disekitarnya menggunakan dan merasakan manfaat dari suatu teknologi, mereka cenderung tertarik untuk mengikutinya (Scheinfeld & Voorhees, 2022). Hal ini berkaitan dengan pengaruh sosial (*social influence*), yaitu tingkat sejauh mana seseorang merasakan bahwa orang-orang yang dianggap penting percaya bahwa ia seharusnya menggunakan sistem baru (Venkatesh et al., 2012).

Menurut Sakti, (2023) kegiatan ekonomi harus terus berjalan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup. Ditengah pasca pandemi yang masih diselimuti keraguan ini, banyak milenial yang mulai atau bahkan sering menggunakan *digital payment* dalam membuka dan menjalani suatu bisnis

maupun yang lainnya. Di Era *new normal* ini, pemanfaatan *digital payment* sudah tidak asing dan banyak digunakan untuk melakukan segala transaksi dan pembayaran lainnya secara non tunai. Teknologi tersebut, sudah menjadi salah satu kebutuhan yang dapat memudahkan para penggunanya dalam melakukan segala transaksi maupun pembayaran lainnya. Keberadaan *digital payment* memiliki pengaruh yang positif dan sangat membantu jalannya perekonomian yang sedang tidak normal pada saat kondisi seperti ini. Pergantian teknologi ini sudah mulai merubah perilaku banyak orang dalam setiap aktivitas ekonominya.

Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan mengarah pada fakta bahwa seseorang yang percaya dalam menggunakan suatu sistem tertentu akan dibebaskan dari usaha yang berlebih. Pramudana menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi didefinisikan sebagai ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan penggunaan berarti tidak memerlukan banyak usaha untuk mempelajari atau menggunakan teknologi informasi pada saat yang sama, karena individu pada dasarnya percaya bahwa teknologi informasi mudah untuk dipahami dan tidak menyulitkan pengguna untuk mengoperasikannya.

Menurut Direktur Utama Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI), Generasi Z merupakan generasi yang paling melek teknologi dan memiliki intensitas penggunaan *smartphone* yang tinggi (Fazry, 2022). Kontribusi penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku niat Generasi Z untuk mengadopsi teknologi

pembayaran digital dengan menggunakan model TAM untuk mengeksplorasi bagaimana *behavioral intention* Generasi Z dalam mengadopsi teknologi pembayaran seluler.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai kerangka dasar analisis. TAM merupakan model yang bersifat parsimoni (*parsimonious*), sederhana namun memiliki validitas empiris yang kuat dalam menjelaskan penerimaan teknologi (Shankar & Datta, 2018). Namun, dalam konteks layanan keuangan digital seperti *digital payment*, TAM klasik dinilai belum sepenuhnya mampu menjelaskan kompleksitas perilaku pengguna.

Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan TAM dengan menambahkan variabel *social influence* dan *trust*. *Social influence* merefleksikan sejauh mana individu dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya dalam menggunakan teknologi, sedangkan *trust* menjadi aspek krusial karena *digital payment* melibatkan risiko keamanan data dan privasi pengguna. Tingkat kepercayaan yang tinggi diyakini dapat mengurangi persepsi risiko dan meningkatkan minat adopsi.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*), khususnya terkait penerapan *Technology Acceptance Model* yang diperluas (*extended TAM*) dalam menjelaskan minat adopsi *digital payment* pada Generasi Z di Indonesia, terutama pada konteks perguruan tinggi berbasis ekonomi dan perbankan syariah. Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada masyarakat umum atau generasi milenial serta menggunakan pendekatan teori yang berbeda seperti UTAUT.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat adopsi *digital payment* pada Generasi Z dengan menggunakan kerangka *extended TAM* yang mencakup *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, dan *trust*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur adopsi teknologi serta kontribusi praktis bagi penyedia layanan *digital payment* dan perbankan syariah.

Dalam perspektif perbankan syariah, *digital payment* tidak hanya dipandang sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai instrumen pendukung tercapainya prinsip kemaslahatan (masalahah), efisiensi transaksi, serta penghindaran praktik yang bertentangan dengan syariah seperti riba, gharar, dan maysir. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat adopsi *digital payment* pada Generasi Z menjadi penting bagi pengembangan layanan keuangan digital syariah yang berkelanjutan.

Perkembangan pembayaran digital di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan perubahan perilaku masyarakat menuju transaksi non-tunai, terutama di kalangan Generasi Z yang memiliki tingkat literasi dan penggunaan teknologi yang tinggi. Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat adopsi *digital payment*, baik dari sisi model teori yang digunakan maupun karakteristik responden yang diteliti. Selain itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) klasik dinilai masih memiliki keterbatasan dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi keuangan digital yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan kepercayaan. Oleh karena itu,

penelitian ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* yang diperluas dengan memasukkan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, dan *trust* untuk menganalisis minat adopsi *digital payment* pada Generasi Z. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Metode Pembayaran Digital di Kalangan Generasi Z”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to adopt digital payment* pada Generasi Z ?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to adopt digital payment* pada Generasi Z ?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *intention to adopt digital payment* pada Generasi Z ?
4. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *intention to adopt digital payment* pada Generasi Z ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to adopt digital payment* pada Generasi Z.
2. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to adopt digital payment* pada Generasi Z.

3. Untuk menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *intention to adopt digital payment* pada Generasi Z.
4. Untuk menganalisis pengaruh *trust* terhadap *intention to adopt digital payment* pada Generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang seperti diatas, maka diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan baik secara praktis maupun teoritis. Berikut manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian akademik mengenai adopsi teknologi, khususnya dalam konteks *digital payment*. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur terkait penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperluas dengan variabel *social influence* dan *trust* pada Generasi Z.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penyedia Layanan *Digital Payment*

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang fitur, sistem keamanan, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik Generasi Z.

b. Bagi Pemerintah dan Regulator

Penelitian ini dapat memberikan masukan dalam penyusunan kebijakan yang mendukung pengembangan ekosistem pembayaran digital yang aman dan inklusif.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya Generasi Z, mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *digital payment* sehingga dapat mendorong penggunaan teknologi secara bijak dan aman.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to adopt digital payment*. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh Generasi Z, maka semakin besar minat untuk menggunakan *digital payment*.
2. *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to adopt digital payment*. Kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan *digital payment* mendorong peningkatan minat adopsi.
3. *Social influence* berpengaruh terhadap *intention to adopt digital payment*. Dukungan dan pengaruh dari lingkungan sosial, seperti teman dan keluarga, berperan dalam membentuk minat penggunaan *digital payment*.
4. *Trust* berpengaruh terhadap *intention to adopt digital payment*. Tingkat kepercayaan terhadap keamanan dan keandalan *digital payment*.

Kesimpulan ini menegaskan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memiliki peran penting dalam mempengaruhi *intention to adopt digital payment* pada Generasi Z.

5.2 Keterbatasan

Dalam proses penelitian terdapat beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Malang dengan jumlah responden 100 orang. Sehingga hasilnya belum dapat

digeneralisasi untuk seluruh Gen Z di Indonesia.

2. Data yang dianalisis tidak ada data responden berdasarkan jenis Program Studi, sehingga data yang dianalisis belum dapat mencakup seluruh mahasiswa FEB, Universitas Islam Malang.
3. Data dikumpulkan melalui kuesioner secara daring maupun luring, sehingga memungkinkan adanya bias subjektivitas responden dalam menjawab pertanyaan, misalnya karena pengaruh persepsi pribadi atau keinginan memberikan jawaban yang dianggap “baik”.
4. Penelitian hanya menggunakan empat variabel independen, yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Social Influence*, dan *Trust*. Faktor lain seperti literasi digital, promosi, serta faktor budaya tidak dianalisis, padahal kemungkinan dapat mempengaruhi adopsi *digital payment*.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penyedia layanan *digital payment*, diharapkan dapat meningkatkan manfaat dan kemudahan penggunaan sistem, serta memperkuat aspek keamanan dan kepercayaan pengguna agar minat adopsi *digital payment* semakin meningkat.
2. Bagi institusi perbankan syariah, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam mengembangkan layanan *digital payment* yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti amanah, keadilan, dan terhindar dari unsur gharar.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang relevan atau menggunakan metode analisis yang berbeda, seperti *Structural Equation Modeling* (SEM), guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, R. (2023). *DISKOPUKM - Survei Visa: 67 Persen Masyarakat Indonesia Bersiap Tinggalkan Uang Tunai*.
<https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/1311/survei-visa-67-persen-masyarakat-indonesia-bersiap-tinggalkan-uang-tunai>
- Adhiputra, M. W. (2021). Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking di Kota Tangerang. *Ekonomi Bisnis*, 27(2), 775–788. <https://doi.org/10.33592/jeb.v27i2.2290>
- Afgani, K. F., Santoso, O. R., Pringgabayu, D., Dewi, E. F., & Simorangkir, Z. Z. (2021). *The Analysis on Factors Influencing the Use of Mobile Payment System Among Generation Z in Indonesia*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/J.IJINFOMGT.2017.01.002>
- Alsmadi, A. A., Alfityani, A., Alhwamdeh, L. N., Al_Hazimeh, A. M. d., & Al-Gasawneh, J. A. (2022). Intentions to use fintech in the Jordanian banking industry. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1351–1358. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.5.016>
- Anjelina. (2018). PERSEPSI KONSUMEN PADA PENGGUNAAN E-MONEY. *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 2(2), 219–231. <https://doi.org/doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
<https://balaiyanpus.jogjaprovo.go.id/opac/detail-opac?id=300397>
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(April), 291–303.
- Bayarind, M. (2024). *7 Aplikasi Dompot Digital Terbaik di Indonesia 2024*. BayarInd. <https://www.bayarind.id/news/7-aplikasi-dompot-digital-terbaik-di-indonesia/>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256/FULL/XML>

- Cheong, J. H., & Park, M. C. (2005). Mobile Internet Acceptance in Korea. *Internet Research*, 15(2), 125–140. <https://doi.org/10.1108/10662240510590324>
- Choirida, N. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN QR CODE INDONESIA STANDAR (QRIS) SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN (STUDI KASUS GENERASI Z KECAMATAN NGALIYAN). *UIN WALISONGO SEMARANG*, 183(2), 153–164.
- Chuang, L.-M., Liu, C.-C., & Kao, H.-K. (2016). *The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective*. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*. <https://www.coursehero.com/file/84267330/The-Adoption-of-Fintech-Service-TAM-perspectivepdf/>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN SOSIAL (EMBISS)*, 1(4), 307. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Fazry. (2022). *Transformasi Ekonomi Digital, Gen Z Jadi Generasi Paling Melek Teknologi*. RM.Id. <https://rm.id/baca-berita/ekonomi-bisnis/114298/transformasi-ekonomi-digital-gen-jadi-generasi-paling-melek-teknologi>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting E-Services Adoption: a Perceived Risk Facets Perspective. *Intenational Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://perpus.petra.ac.id/catalog/site/detail?id=149488>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (p. 129).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang, 290.
- Gunadi, A., Sri Darma, G., Manajemen, J., & Pascasarjana Undiknas, S. (2022). MENAKAR MINAT MASYARAKAT MENGADOPSI APLIKASI CUSTOMER SELF SERVICE BERBASIS MOBILE. *License Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 14(1), 26–34. <https://doi.org/doi.org/10.22225/kr.14.1.2022.26-34>

- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR) STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN*. March.
- Houston, D. D. (2020). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Medium*, 7(2), 55–67. [https://doi.org/doi.org/10.25299/medium.2019.vol7\(2\).4094](https://doi.org/doi.org/10.25299/medium.2019.vol7(2).4094)
- Inzaghi, A., & Priyono, A. (2022). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Payment: Memperluas Model Meta-UTAUT dengan Faktor Personal Innovativeness, Anxiety, Trust, dan Grievance Redressal* (Vol. 01, Issue 02). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Jumardi, J., Pontoh, G., & Nirwana, N. (2020, June 5). *The Effect of Self-Efficacy, Trust and Lifestyle on Intention to Use Digital Financial Transaction Service*. <https://doi.org/10.4108/eai.25-10-2019.2295388>
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). ANALISIS PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN NASABAH DAN KEBERMANFAATAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-BANKING PADA PT BANK BNI SYARIAH KCP MAGELANG. *J. Sains Ekon. Dan Perbank. Syariah*, 8(2), 49–57.
- Kumala, C. D., Pranata, W. J., & Thio, S. (2020). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST, DAN SECURITY TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GOPAY PADA GENERASI X DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmhot.6.1.19-29>
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Security Dan Trust Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64–72. <https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.64-72>
- Laela, & Asdar, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=ElpcEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*, 44(9), 102009. <https://doi.org/10.1016/J.TELPOL.2020.102009>
- Lisana, L. (2021). Factors influencing the adoption of mobile payment systems in Indonesia. *International Journal of Web Information Systems*, 17(3), 0–10. <https://doi.org/10.1108/IJWIS-01-2021-0004>

- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Nguyen Thi Hoai Phuong, Nguyen Dieu Thuy, Tran Linh Giang, Bui Thi Ngoc Han, Tieu Hoang Hieu, Nguyen Tan Long, 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), 354–366.
- 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, Organization and Economics*, 4(1), 14–28. <https://doi.org/10.24815/JAROE.V4I1.19644>
- Pahlevi, R. (2022). *Pasar E-Wallet Indonesia Diproyeksikan Capai US\$70 Miliar pada 2025*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/699ccd21d4e8aa6/pasar-e-wallet-indonesia-diproyeksikan-capai-us70-miliar-pada-2025>
- Park, N., Rhoads, M., Hou, J., & Lee, K. M. (2014). Understanding the acceptance of teleconferencing systems among employees: An extension of the technology acceptance model. *Computers in Human Behavior*, 39, 118–127. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2014.05.048>
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat: An extension of TAM with perceived security and social influence. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147–169. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0104/FULL/XML>
- Prastiawan, D. I., Aisjah, S., & Rofiaty, R. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Social Influence on the Use of Mobile Banking through the Mediation of Attitude Toward Use. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 243–260. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.4>
- Putu Emy Trimisyantari Putri, & Hascaryani, T. D. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 1(4), 658–670. <https://doi.org/10.21776/csefb.2022.01.4.10>
- Redjalam, P. A. (2023). *OPINI: Standar Ekosistem Pembayaran Digital*. Bisnis.Com. <https://finansial.bisnis.com/read/20231116/55/1714923/opini->

standar-ekosistem-pembayaran-digital

- Rosmayani, R. D. A. dan. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mendapatkan Dana Pinjaman Modal Usaha Pada Unit Layanan Modal Mikro (Ulammm) Di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. *Https://Repository.Uir.Ac.Id/15827/*, 3(1), 40–78. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Sakti, W. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DI KALANGAN MILENIAL TANJUNGPIN. *Skripsi. SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN TANJUNGPINA*.
- Saputra, I. P. (2019). *ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT PADA MAHASISWA INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA*. 1–23.
- Scheinfeld, E., & Voorhees, H. L. (2022). How Social Media, FoMO, and Isolation Influence Our Perceptions of Others Who “Break the Rules.” *Social Media and Society*, 8(2). https://doi.org/10.1177/20563051221103841/ASSET/IMAGES/LARGE/10.1177_20563051221103841-FIG7.JPEG
- Setiawan, D. (2024). *MODEL ADOPSI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI UNTUK USAHA MIKRO KECIL DI PROVINSI JAMBI*.
- Shankar, A., & Datta, B. (2018). Factors Affecting Mobile Payment Adoption Intention: An Indian Perspective. *Global Business Review*, 19(3_suppl), S72–S89. <https://doi.org/10.1177/0972150918757870>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- To, A. T., & Trinh, T. H. M. (2021). Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1891661>
- Ullah, S., Kiani, U. S., Raza, B., & Mustafa, A. (2022). Consumers’ Intention to Adopt m-payment/m-banking: The Role of Their Financial Skills and Digital Literacy. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.873708>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. In *Source: MIS Quarterly* (Vol. 27, Issue 3).
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. ., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Forthcoming in MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/ssrn.com/abstract=2002388>

- Widyastuti, K., Handayani, P. W., & Wilarso, I. (2017). TANTANGAN DAN HAMBATAN IMPLEMENTASI PRODUK UANG ELEKTRONIK DI INDONESIA: STUDI KASUS PT XYZ. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wulandari, B. I., & Triono, D. C. (2019). *Pengaruh Nilai Transaksi Pembayaran Non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia (Periode 2014-2017)*.
- Wulandari, C. S. (2023). *Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi*. BI Institute. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>

