Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/ijmst
Vol. 4 No. 2 (2026) pp: 647-653
P-ISSN: 2986-6790, e-ISSN: 2986-6782

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Gopay Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z Di Kota Bengkulu

Rivaniati[1], Idham Lakoni[2], Eko Wediyanto[3]
[1,2,3] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH
rivaniati9@gmail.com[1], idhamlakoni@unihaz.ac.id[2], ekowediyanto@unihaz.ac.id[3]

Abstract

This study aims to determine the effect of financial literacy and financial inclusion on intention to use GoPay among Generation Z in Bengkulu City, with trust as a mediating variable. The research method used is a quantitative method with an explanatory approach. The population in this study was Generation Z in Bengkulu City who use GoPay. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 140 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS) with the assistance of SmartPLS software. The results show that financial literacy and financial inclusion partially have a positive and significant effect on intention to use GoPay. Furthermore, trust also has a positive and significant effect on intention to use. Financial literacy and financial inclusion have been shown to have a positive and significant influence on trust. Furthermore, trust mediates the influence of financial literacy and financial inclusion on intention to use GoPay, thereby strengthening the relationship between variables. Thus, this research model is proven to be able to explain the factors influencing intention to use GoPay services among Generation Z in Bengkulu City.

Keywords: Financial Literacy, Financial Inclusion, Trust, Intention To Use, Gopay

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap minat menggunakan GoPay pada Generasi Z di Kota Bengkulu dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan explanatory. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Bengkulu yang menggunakan GoPay. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan dan inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan GoPay. Selain itu, kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Literasi keuangan dan inklusi keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Selanjutnya, kepercayaan mampu memediasi pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap minat menggunakan GoPay, sehingga memperkuat hubungan antar variabel.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Kepercayaan, Minat Menggunakan, GoPay

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat mendorong bidang keuangan untuk berkembang menjadi lebih modern dan efisien. Fenomena meningkatnya penggunaan dompet digital mengindikasikan bahwa masyarakat telah menerima aplikasi pembayaran digital untuk menunjang kegiatan bertransaksi sehari-hari. Transformasi ini mengarah pada perubahan perilaku masyarakat dalam bertransaksi secara non-tunai (Less Cash Society). Teknologi yang mengarah pada inovasi di bidang keuangan dengan sentuhan modern disebut Financial Technology (Fintech), yaitu bentuk adaptasi sektor keuangan terhadap perkembangan teknologi yang mampu mempercepat, mempermudah, dan meningkatkan layanan keuangan mulai dari pembayaran, transfer uang, pinjaman, hingga pengelolaan aset (Safitri & Andriansyah, 2020).

GoPay merupakan salah satu layanan uang elektronik terkemuka di Indonesia yang dikembangkan oleh PT. Dompet Anak Bangsa sebagai bagian dari ekosistem Gojek. Berdasarkan data Databooks (2023), GoPay termasuk dalam tiga besar dompet digital yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase pengguna tertinggi mencapai 71%. Fenomena ini sangat erat kaitannya dengan perilaku Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) yang merupakan generasi pertama yang mengalami kemajuan teknologi internet sejak lahir dan dikenal sebagai the first global citizens (Broadbent et al., 2017).

Minat menggunakan layanan keuangan digital tidak terlepas dari tingkat literasi keuangan. Literasi keuangan berbasis teknologi menjadi faktor penting dalam membantu individu memahami, mengatur, serta membuat keputusan keuangan dengan lebih bijaksana (Apriliani, 2024). Selain itu, inklusi keuangan berperan penting, yaitu

upaya memastikan seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses layanan keuangan dengan mudah, terjangkau, dan adil melalui lembaga keuangan formal (Kurniawan & Vaulia, 2022). Kepercayaan (trust) juga menjadi faktor kunci dalam mendorong minat menggunakan e-wallet. Kepercayaan berperan sebagai mekanisme psikologis yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap keamanan, kenyamanan, dan manfaat layanan keuangan digital (Nizar & Yusuf, 2022).

Perkembangan penggunaan smartphone dan akses internet yang semakin luas turut mendukung pertumbuhan layanan dompet digital di Indonesia. Masyarakat kini lebih memilih metode pembayaran yang cepat, praktis, dan efisien dibandingkan penggunaan uang tunai. Kehadiran e-wallet seperti GoPay memberikan kemudahan dalam berbagai aktivitas transaksi, mulai dari pembayaran transportasi online, pembelian makanan, belanja digital, hingga pembayaran tagihan. Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya Generasi Z yang memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi.

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan teknologi digital dan internet. Mereka cenderung lebih mudah menerima inovasi teknologi dibandingkan generasi sebelumnya karena telah terbiasa menggunakan perangkat digital sejak usia dini. Menurut Prensky (2001), Generasi Z termasuk kategori digital natives yang memiliki kemampuan tinggi dalam memanfaatkan teknologi untuk berbagai kebutuhan, termasuk aktivitas keuangan. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok potensial dalam penggunaan layanan e-wallet seperti GoPay.

Selain faktor teknologi, perubahan gaya hidup masyarakat modern juga memengaruhi meningkatnya penggunaan dompet digital. Pola hidup yang serba cepat membuat masyarakat membutuhkan sistem pembayaran yang mampu memberikan efisiensi waktu dan kemudahan transaksi. GoPay menawarkan berbagai fitur yang mendukung kebutuhan tersebut, seperti pembayaran cashless, promo cashback, transfer saldo, dan integrasi dengan berbagai merchant. Kemudahan tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna, terutama di kalangan mahasiswa dan generasi muda di perkotaan.

Literasi keuangan menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih memahami manfaat, risiko, dan cara penggunaan layanan keuangan secara bijak. Dalam konteks e-wallet, pemahaman mengenai keamanan transaksi, pengelolaan saldo, serta penggunaan fitur digital menjadi bagian dari literasi keuangan modern. Tingkat literasi yang baik dapat membantu pengguna memanfaatkan layanan GoPay secara efektif dan bertanggung jawab.

Di sisi lain, inklusi keuangan juga memiliki peranan besar dalam meningkatkan penggunaan layanan pembayaran digital. Inklusi keuangan memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memperoleh akses terhadap layanan keuangan formal secara lebih mudah dan merata. Kehadiran GoPay dinilai mampu mendukung peningkatan inklusi keuangan karena memungkinkan masyarakat melakukan transaksi tanpa harus memiliki akses perbankan yang kompleks. Dengan demikian, layanan dompet digital dapat membantu memperluas akses keuangan bagi masyarakat, termasuk kelompok usia muda.

Kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam penggunaan layanan keuangan berbasis digital. Pengguna akan tertarik menggunakan GoPay apabila mereka merasa bahwa sistem yang digunakan aman, terpercaya, dan mampu melindungi data pribadi serta transaksi mereka. Tingkat keamanan sistem, transparansi layanan, dan reputasi perusahaan menjadi faktor yang memengaruhi terbentuknya kepercayaan pengguna. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dimiliki pengguna terhadap GoPay, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

Selain itu, persaingan antarplatform dompet digital di Indonesia semakin ketat dengan hadirnya berbagai layanan seperti OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja. Setiap platform berlomba menawarkan fitur, promo, dan kemudahan transaksi untuk menarik minat pengguna. Dalam kondisi tersebut, GoPay perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan agar mampu mempertahankan loyalitas pengguna, khususnya dari kalangan Generasi Z yang memiliki karakteristik konsumtif dan dinamis dalam menggunakan teknologi digital.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena masih terbatasnya penelitian yang mengkaji hubungan antara literasi keuangan, inklusi keuangan, dan minat penggunaan e-wallet dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi, khususnya pada Generasi Z di Kota Bengkulu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian perilaku konsumen dan teknologi finansial, serta memberikan masukan praktis bagi penyedia layanan dompet digital dalam meningkatkan strategi layanan dan edukasi keuangan digital kepada masyarakat.

Terdapat research gap dalam penelitian terdahulu. Penelitian Ruminta & Oktaviani (2024) menunjukkan bahwa literasi dan inklusi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan GoPay, namun belum melibatkan peran kepercayaan sebagai mekanisme penghubung. Penelitian Apriliana (2021) dan Putri (2025) menekankan peran literasi keuangan terhadap minat menggunakan layanan keuangan digital, namun belum menguji variabel secara simultan dan belum menempatkan kepercayaan sebagai mediasi. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9114
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

mengkaji pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap minat menggunakan GoPay dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi pada Generasi Z di Kota Bengkulu, yang merupakan konteks daerah yang masih relatif jarang diteliti.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan explanatory research. Menurut Sugiyono (2023), explanatory research merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan yang lainnya.

Populasi penelitian adalah Generasi Z di Kota Bengkulu yang menggunakan GoPay. Berdasarkan data BPS Provinsi Bengkulu (2024), jumlah Generasi Z (usia 10–28 tahun) di Kota Bengkulu mencapai 689.654 jiwa. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Hair et al. (2019), yaitu 10 x jumlah indikator (14 indikator) = 140 responden. Kriteria responden adalah Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) yang berdomisili di Kota Bengkulu dan merupakan pengguna aktif GoPay.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan secara online melalui Google Form. Instrumen penelitian diukur menggunakan skala Likert 1–5. Variabel yang diteliti meliputi: Literasi Keuangan (X1) diukur dengan 8 indikator mengacu pada Chen & Volpe (1998); Inklusi Keuangan (X2) diukur dengan 8 indikator mengacu pada Alliance for Financial Inclusion (2010); Kepercayaan (Z) diukur dengan 6 indikator mengacu pada Mayer et al. (1995); dan Minat Menggunakan (Y) diukur dengan 6 indikator mengacu pada Jogiyanto (2007).

Analisis data menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping. Kriteria pengujian: jika nilai t-statistik > 1,96 dan p-value < 0,05 maka pengaruh dinyatakan signifikan (Hair et al., 2017).

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, model penelitian terlebih dahulu diuji melalui evaluasi outer model dan inner model. Evaluasi outer model dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk penelitian. Uji validitas dilakukan melalui convergent validity dengan melihat nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE), sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha. Suatu konstruk dinyatakan valid dan reliabel apabila memenuhi nilai standar yang telah ditentukan dalam analisis SEM-PLS.

Selanjutnya, evaluasi inner model dilakukan untuk mengetahui kemampuan model penelitian dalam menjelaskan hubungan antar variabel laten. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai R-Square (R^2), predictive relevance (Q^2), dan goodness of fit model. Nilai R-Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai Q^2 digunakan untuk mengukur relevansi prediktif model penelitian. Semakin tinggi nilai yang diperoleh, maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

Penggunaan SEM-PLS dalam penelitian ini dipilih karena metode tersebut mampu menganalisis hubungan yang kompleks antara variabel laten secara simultan serta dapat digunakan pada penelitian dengan jumlah sampel yang relatif terbatas. Selain itu, SEM-PLS juga tidak mengharuskan data berdistribusi normal secara ketat sehingga dinilai sesuai untuk penelitian perilaku konsumen dan penggunaan teknologi digital. Dengan demikian, metode ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang lebih akurat dan komprehensif terhadap hubungan antar variabel penelitian.

Penelitian ini juga memperhatikan aspek etika penelitian dengan menjaga kerahasiaan identitas responden serta memastikan bahwa seluruh data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Responden diberikan kebebasan untuk mengisi kuesioner secara sukarela tanpa adanya tekanan dari pihak mana pun. Langkah ini dilakukan untuk menjaga objektivitas data dan meningkatkan tingkat kepercayaan responden dalam memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi sebenarnya.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan 140 responden yang berpartisipasi, mayoritas berjenis kelamin perempuan (55%) dan laki-laki (45%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 26–28 tahun (57,1%), diikuti 21–25 tahun (33,6%), 16–20 tahun (6,44%), dan 13–15 tahun (2,86%). Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden berasal dari kategori lainnya (50,8%), karyawan (22,1%), pelajar/mahasiswa (17,1%), dan wiraswasta (10%).

3.2 Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Uji validitas konvergen (convergent validity) menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,70 dan nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50. Nilai AVE Literasi Keuangan sebesar 0,772; Inklusi Keuangan sebesar 0,787; Kepercayaan sebesar 0,764; dan Minat Menggunakan sebesar 0,685. Hasil uji validitas diskriminan (discriminant validity) menggunakan HTMT menunjukkan seluruh nilai berada di bawah 0,90, dengan nilai tertinggi antara Kepercayaan dan Minat Menggunakan sebesar 0,888.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9114
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Tabel 1. Hasil Uji Outer Loading Dan AVE

Variabel	Rentang Outer Loading	AVE	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,754 – 0,912	0,772	Valid
Inklusi Keuangan (X2)	0,877 – 0,911	0,787	Valid
Kepercayaan (Z)	0,854 – 0,904	0,764	Valid
Minat Menggunakan (Y)	0,804 – 0,845	0,685	Valid

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026

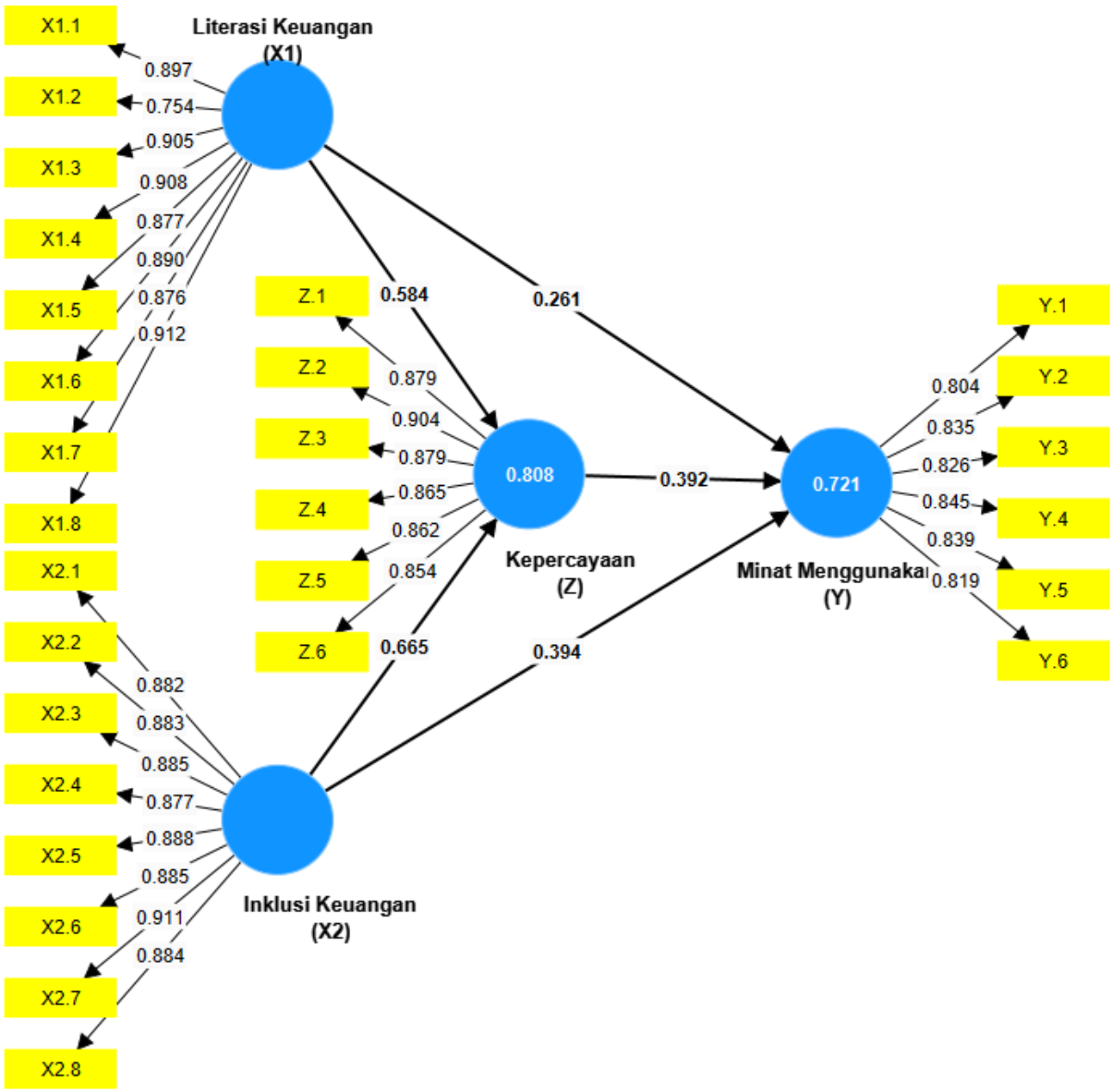
Hasil uji reliabilitas menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70. Nilai Cronbach's Alpha: Literasi Keuangan 0,957; Inklusi Keuangan 0,961; Kepercayaan 0,938; dan Minat Menggunakan 0,908. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel.

3.3 Uji Model Struktural (Inner Model)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai R^2 variabel Kepercayaan (Z) sebesar 0,808 yang berarti 80,8% variasi kepercayaan dapat dijelaskan oleh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan. Sedangkan nilai R^2 variabel Minat Menggunakan (Y) sebesar 0,721 yang berarti 72,1% variasi minat menggunakan dapat dijelaskan oleh variabel dalam model. Kedua nilai tersebut menunjukkan kemampuan penjelasan model yang kuat (> 0,67).

Gambar 1. Hasil Uji Outer Loading (Smartpls 4)

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9114
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)



Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026

3.4 Uji Hipotesis

Tabel 2. Hasil Uji Direct Effect (Pengaruh Langsung)

Hubungan Variabel	Koefisien (O)	T-Statistik	P-Values	Keputusan
Literasi Keuangan (X1) → Minat Menggunakan (Y)	0,261	3,497	0,000	Diterima (H1)
Inklusi Keuangan (X2) → Minat Menggunakan (Y)	0,394	4,187	0,000	Diterima (H2)
Kepercayaan (Z) → Minat Menggunakan (Y)	0,392	3,730	0,000	Diterima (H3)
Literasi Keuangan (X1) → Kepercayaan (Z)	0,584	13,365	0,000	Diterima (H4)
Inklusi Keuangan (X2) → Kepercayaan (Z)	0,665	16,429	0,000	Diterima (H5)

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026

Tabel 3. Hasil Uji Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung)

Hubungan Variabel	Koefisien (O)	T-Statistik	P-Values	Keputusan
Literasi Keuangan (X1) → Kepercayaan (Z) → Minat Menggunakan (Y)	0,229	3,630	0,000	Diterima (H6)
Inklusi Keuangan (X2) → Kepercayaan (Z) → Minat Menggunakan (Y)	0,261	3,591	0,000	Diterima (H7)

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2026

3.5 Pembahasan

H1 – Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan (Diterima). Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien 0,261 dengan t-statistik 3,497 dan p-value 0,000. Literasi keuangan berpengaruh positif dan

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9114
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

signifikan terhadap minat menggunakan GoPay. Semakin baik tingkat pemahaman individu terhadap pengetahuan keuangan, semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan keuangan digital. Hasil ini sejalan dengan penelitian Apriliana (2021) dan Adiyanto & Purnomo (2021).

H2 – Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Minat Menggunakan (Diterima). Nilai koefisien 0,394 dengan t-statistik 4,187 dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan GoPay. Kemudahan akses terhadap layanan keuangan mampu meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan GoPay. Hasil ini konsisten dengan penelitian Salsabila (2025).

H3 – Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan (Diterima). Nilai koefisien 0,392 dengan t-statistik 3,730 dan p-value 0,000. Kepercayaan merupakan faktor penting dalam mendorong minat menggunakan. Pengguna akan lebih tertarik menggunakan layanan digital apabila merasa data pribadi dan transaksi mereka terlindungi dengan baik. Hasil ini sejalan dengan Utami (2021) dan Purnama et al. (2022).

H4 – Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan (Diterima). Nilai koefisien 0,584 dengan t-statistik 13,365 dan p-value 0,000. Literasi keuangan yang tinggi membantu pengguna dalam menilai kredibilitas layanan keuangan digital sehingga dapat mengurangi rasa khawatir terhadap risiko penipuan maupun penyalahgunaan data pribadi. Hasil ini sejalan dengan Salsabila (2025) dan Putri (2025).

H5 – Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Kepercayaan (Diterima). Nilai koefisien 0,665 dengan t-statistik 16,429 dan p-value 0,000. Ketika masyarakat merasa memiliki akses yang luas terhadap layanan keuangan, tingkat keyakinan terhadap manfaat dan keamanan layanan tersebut semakin meningkat. Hasil ini sejalan dengan Koomson et al. (2023).

H6 – Kepercayaan Memediasi Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan (Diterima). Nilai koefisien indirect effect 0,229 dengan t-statistik 3,630 dan p-value 0,000. Karena pengaruh langsung juga signifikan, maka jenis mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial. Kepercayaan berperan sebagai perantara namun tidak sepenuhnya menjembatani hubungan antara literasi keuangan dan minat menggunakan. Hasil ini sejalan dengan Raziqi & Haryanti (2025).

H7 – Kepercayaan Memediasi Inklusi Keuangan terhadap Minat Menggunakan (Diterima). Nilai koefisien indirect effect 0,261 dengan t-statistik 3,591 dan p-value 0,000. Mediasi yang terjadi juga bersifat parsial, menunjukkan kepercayaan berperan sebagai mediator dalam hubungan inklusi keuangan terhadap minat menggunakan GoPay. Hasil ini sejalan dengan Andora (2025).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa: (1) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan GoPay (t=3,497; p=0,000); (2) Inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan GoPay (t=4,187; p=0,000); (3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan GoPay (t=3,730; p=0,000); (4) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (t=13,365; p=0,000); (5) Inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (t=16,429; p=0,000); (6) Kepercayaan memediasi secara parsial pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan GoPay (t=3,630; p=0,000); (7) Kepercayaan memediasi secara parsial pengaruh inklusi keuangan terhadap minat menggunakan GoPay (t=3,591; p=0,000).

Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi keuangan dan inklusi keuangan di kalangan Generasi Z untuk mendorong penggunaan GoPay. Selain itu, penyedia layanan seperti GoPay perlu terus meningkatkan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi untuk membangun kepercayaan pengguna. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain seperti persepsi kemudahan, persepsi manfaat, atau kualitas layanan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Idham Lakoni, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dan Bapak Eko Wediyanto, S.E., M.M. selaku Pembimbing II atas bimbingan dan arahan dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih juga kepada Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu atas dukungan akademis yang diberikan.

Reference

Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. Jurnal Administrasi Kantor.

Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. Organizational Behaviour And Human Decision Processes.

Alliance For Financial Inclusion. (2010). Financial Inclusion Measurement For Regulators: Survey Design And Implementation.

Andora, C. (2025). Peran Kepercayaan Memediasi Minat Penggunaan Mobile Money Terhadap Inklusi Keuangan Pada Masyarakat Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah.

Apriliana, R. M. (2021). Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay: Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia.

Apriliani, R. (2024). Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital (Teori Dan Implementasinya). Cv. Literasi Nusantara Abadi.

Bps Provinsi Bengkulu. (2024). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Provinsi Bengkulu.

Broadbent, E., Gougoulis, J., Lui, N., Pota, V., & Simons, J. (2017). Generation Z: Global Citizenship Survey. Varkey Foundation, London.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9114
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Chen, H., & Volpe, R. (1998). An Analysis Of Personal Financial Literacy Among College Students. Jai Press Inc., 7(2).
Databooks. (2023). Survei Pengguna Dompet Digital. Katadata.
Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). Fintech Payments In The Era Of Covid-19: Factors Influencing Behavioral Intentions Of "Generation X" In Hungary To Use Mobile Payment. Journal Of Behavioral And Experimental Finance.
Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis Eighth Edition. Annabel Ainscow.
Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem). Sage.
Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Andi Offset.
Koomson, I., Koomson, P., & Abdul-Mumuni, A. (2023). Trust In Banks, Financial Inclusion And The Mediating Role Of Borrower Discouragement. International Review Of Economics And Finance.
Kurniawan, M. Z., & Vaulia, N. (2022). Buku Referensi Teori Dan Praktik Inklusi Dan Literasi Keuangan. Eureka Media Aksara.
Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. The Academy Of Management Review, 20(3), 709–734.
Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Linkaja. J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains).
Purnama, N., Prayogi, M., & Arif, M. (2022). Pengukuran Kepercayaan Dan Minat Dalam Menggunakan E-Money. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis.
Putri, S. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Gopay Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. Uin Maulana Malik Ibrahim Malang.
Raziqi, K., & Haryanti, P. (2025). Kepercayaan Sebagai Mediasi Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Risiko Terhadap Minat Santri. Aghniya Jurnal Ekonomi Islam.
Ruminta, D., & Oktaviani, D. (2024). Pengaruh Literasi Dan Inklusi Keuangan Terhadap Penggunaan Fintech Gopay Pada Karyawan Wanita Swasta Di Kota Jakarta. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (Ek&Bi).
Safitri, R., & Andriansyah, M. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Keuangan (Fintech) Terhadap Penggunaan Aplikasi Fintech Ovo. Jurnal Mitra Manajemen (Jmm Online).
Salsabila, N. (2025). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Siswa/I Smk Manba'ul Ulum. Uin Siber Syekh Nurjati Cirebon.
Sugiyono. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Ed. 4). Alfabeta.
Utami, M. K. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan.
World Bank. (2014). Global Financial Development Report 2014: Financial Inclusion. World Bank Publications.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9114
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)