

Pengaruh *Digital Financial Literacy* Dan Adopsi *Mobile Fintech* Terhadap *Digital Financial Inclusion* Generasi Z Dengan Moderasi Gender Dan Pendapatan

Abdul Rosyid Daruqhutni¹, Hasni Dyah Kurniawati²

^{1,2} Bisnis Digital, Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Karanganyar
e-mail: 1abdulrosyiddaruqhutni8@gmail.com², hasnidyah05@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis determinan adopsi *mobile fintech* dan inklusi keuangan digital (*digital financial inclusion*) pada Generasi Z di Solo Raya. Berbasis *Mobile Technology Acceptance Model* (MTAM) yang diperluas dengan *digital financial literacy* (DFL) dan *mobile perceived financial cost* (MPFC), studi ini mengevaluasi peran *behavioral intention* (BI) dan *use behavior* (UB) terhadap *digital financial inclusion* (DFI). Data dikumpulkan dari 175 responden Generasi Z di wilayah Solo Raya dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) serta *Multi-Group Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital financial literacy* (DFL) berpengaruh positif signifikan terhadap *mobile ease of use* (MEoU) dan *mobile usefulness* (MU). Kedua variabel tersebut secara signifikan mendorong *behavioral intention* (BI), yang menjadi determinan utama (*use behavior*) UB dan Peningkatan *digital financial inclusion* (DFI). Sebaliknya, *mobile perceived financial cost* (MPFC) tidak berpengaruh signifikan, secara koefisien menunjukkan bahwa bagi Generasi Z, nilai manfaat lebih dominan dibandingkan biaya. Analisis moderasi mengonfirmasi bahwa gender memengaruhi jalur *behavioral intention* (BI) ke *use behavior* (UB), namun tingkat pendapatan tidak terbukti memoderasi hubungan dalam model ini. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengembang *fintech* dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi layanan keuangan digital yang lebih inklusif.

Kata Kunci: : Mobile Fintech, Digital Financial Inclusion (DFI), Generation Z, Mobile Technology Acceptance Model (MTAM), Digital Financial Literacy.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) yang pesat menjadi katalisator utama dalam upaya global mewujudkan inklusi keuangan (*financial inclusion*). *FinTech*, yang mencakup berbagai inovasi berbasis teknologi untuk layanan keuangan, diakui memiliki kontribusi signifikan dalam memperluas akses keuangan, mendukung pembangunan berkelanjutan (Hasan et al., 2024), dan mampu mereduksi kesenjangan pendapatan (Demir et al., 2022). Dengan menyediakan *platform* yang lebih murah, cepat, dan mudah diakses, menjadikan *fintech* sebagai jembatan bagi populasi yang belum atau kurang terlayani oleh lembaga keuangan tradisional (Ozili, 2021). Di tingkat makro, peningkatan inklusi keuangan yang salah satunya didorong oleh penggunaan *FinTech* juga terbukti berkorelasi positif dengan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Demirguc-Kunt et al., 2017). Fenomena membuktikan pergeseran fokus dari inklusi keuangan konvensional menjadi *digital financial inclusion* (DFI), di mana layanan pembayaran dan transfer dana melalui *platform* seluler (*mobile payment*) memainkan peran yang sangat relevan (Bourreau, 2015; Wang Tok & Heng, 2022). Negara-negara dengan pendapatan rendah memiliki tingkat inklusi keuangan yang lebih rendah,

sehingga inklusi keuangan harus diterapkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di pasar negara berkembang (Van et al., 2021)

Pesatnya pertumbuhan *fintech* di Indonesia sangat didukung oleh ekosistem digital yang matang. Terbukti dengan Jumlah pengguna penyelenggara agresi jasa keuangan di Indonesia berdasarkan (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2026) dalam statistik berkala penyelenggara inovasi teknologi sektor keuangan (ITSK) bulan Januari mencapai 16,9 juta pengguna dengan tingkat Hit konsumen di platform 26,5 juta pada bulan yang sama. Dalam kondisi ini, Berdasarkan data (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2025) dalam Statistik Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi (LPBBTI) bulan Agustus, Generasi Milenial dan Generasi Z menjadi mayoritas penerima pinjaman aktif (entitas) yakni lebih dari 60% dimana pria 0,03% lebih banyak dibandingkan perempuan. Generasi Z secara inheren akrab dengan teknologi, akan tetapi untuk dapat mengadopsi *fintech* seluler secara maksimal mereka tetap membutuhkan dorongan dari faktor *behavioral intention* dan kognitif yang tepat. Sebuah tipologi dari empat hubungan antara para pemangku kepentingan terhadap pelanggan dan pengembang, pelanggan serta agen ditemukan isu-isu penipuan, keamanan, privasi informasi, dan hubungan emosional dengan uang (Mogaji & Nguyen, 2022). Di sinilah peran *digital financial literacy* menjadi krusial. Kompetensi dan keterampilan yang memadai sangat dibutuhkan oleh Generasi Z untuk mengambil keputusan keuangan yang bertanggung jawab di era *fintech* (Panos & Wilson, 2020), agar adopsi teknologi benar-benar membawa manfaat inklusi, bukan risiko eksklusi. Selain itu, meskipun *fintech* menunjukkan korelasi positif dengan inklusi digital, isu kesenjangan digital (*digital divide*), khususnya kesenjangan berdasarkan gender, masih menjadi perhatian (Wang Tok & Heng, 2022). Penelitian-penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa gender dapat memoderasi jalur perilaku adopsi teknologi.

Berdasarkan fenomena tersebut, untuk mendalami topik yang muncul diatas, penelitian ini menggunakan *Mobile Technology Acceptance Model* (MTAM) sebagai kerangka teoritis yang relevan digunakan untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor perseptual seperti *mobile usefulness*, *mobile ease of use*, dan *mobile perceived financial cost* memengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior* layanan *fintech* (Ashoer et al., 2024; Ooi & Tan, 2016). Meskipun penelitian adopsi *fintech* telah banyak dilakukan, terdapat celah penelitian (*research gap*) di mana studi terdahulu seperti (Ponsree & Naruetharadhol, 2025) dan (Indriyarti et al., 2023) mayoritas hanya berhenti pada niat perilaku (*behavioral intention*). Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menguji alur secara utuh hingga pada perilaku penggunaan nyata (*use behavior*) serta dampak lanjutannya terhadap inklusi keuangan digital (*digital financial inclusion*).

Urgensi penelitian ini terletak pada pengisian kekosongan literatur dengan menguji alur secara utuh hingga pada perilaku penggunaan nyata (*use behavior*) serta dampak lanjutannya terhadap *digital financial inclusion*. Kebaruan yang ditawarkan adalah integrasi variabel *digital financial literacy* dan *mobile perceived financial cost* dalam satu model struktural dengan objek Generasi Z di wilayah Solo Raya. Dengan menggunakan pendekatan *Multi-Group Analysis* (MGA) untuk membedah peran moderasi gender dan tingkat pendapatan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan perspektif baru mengenai bagaimana karakteristik demografis di wilayah non-metropolitan (Solo Raya) memengaruhi adopsi teknologi finansial secara nyata demi tercapainya inklusi keuangan yang berkelanjutan.

Metode Penelitian

Studi ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatori untuk menyelidiki hubungan kausal yang menjelaskan fenomena percepatan inklusi keuangan digital melalui adopsi *mobile fintech*. Dengan kerangka *Mobile Technology Acceptance Model* (MTAM) yang diperluas, dengan mengadaptasi model dari (Ashoer et al., 2024). Kerangka ini menekankan pada konstruk *mobile usefulness* (MU) dan *mobile ease of use* (MEoU) sebagai pengembangan dari model TAM orisinal. Pengumpulan data dilakukan melalui survei daring (*Google Forms*)

menggunakan skala Likert (1–5) yang menyasar Generasi Z di wilayah Solo Raya, Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, di mana dari 185 tanggapan yang terkumpul, sebanyak 175 responden dinyatakan memenuhi kriteria (pengguna *mobile fintech* dan memiliki penghasilan) dengan tingkat validitas data sebesar 94,6%.

Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 3.0. Evaluasi model pengukuran mencakup pengujian reliabilitas dan validitas melalui *composite reliability*, *Average Variance Extracted* (AVE), serta kriteria Fornell–Larcker dan HTMT. Selanjutnya, pengujian model struktural menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel pada tingkat signifikansi 5% ($t \geq 1,96$). Untuk menguji pengaruh moderasi gender dan pendapatan, dilakukan prosedur *Measurement Invariance of Composite Models* (MICOM) guna menjamin invariansi pengukuran, diikuti dengan *Multi-Group Analysis* (MGA) atau *Permutation Test* dengan kriteria signifikansi *p-value* $< 0,05$ atau $> 0,95$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden

Penelitian ini melibatkan 175 responden yang didominasi oleh perempuan (60%) dan kelompok usia produktif antara 21–28 tahun (92%). Dari aspek pendidikan, mayoritas responden merupakan lulusan SMA/TK (52%) dan sarjana/S1 (47%), yang mencerminkan keterjangkauan layanan keuangan digital di berbagai tingkat pendidikan menengah hingga tinggi. Secara geografis, persebaran responden terpusat di Kabupaten Karanganyar (78%), dengan sisanya tersebar di wilayah Solo Raya lainnya. Profil demografis ini menunjukkan bahwa subjek penelitian merupakan generasi muda yang akrab dengan teknologi dan memiliki kapabilitas kognitif untuk beradaptasi dengan inovasi layanan keuangan digital. Dari sisi sosial ekonomi, komposisi pekerjaan didominasi oleh karyawan (41%) dan pelajar/mahasiswa (37%), yang merefleksikan kelompok masyarakat dengan aktivitas transaksi harian yang tinggi. Meskipun 57% responden berada pada kategori pendapatan di bawah UMR, intensitas penggunaan *fintech* tetap tergolong tinggi, di mana hampir separuh responden (47%) melakukan transaksi lebih dari lima kali dalam sebulan. Data ini mengonfirmasi bahwa adopsi *fintech* di kalangan Generasi Z tidak hanya didorong oleh faktor ekonomi, tetapi telah menjadi kebutuhan rutin yang dipicu oleh efisiensi, kemudahan akses, dan pergeseran perilaku transaksi ke arah sistem nontunai.

Outer Model

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk memastikan validitas konvergen dan reliabilitas instrumen penelitian. Hasil analisis menggunakan SmartPLS menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki *outer loading* di atas ambang batas 0,70, dengan rentang nilai yang mengindikasikan kemampuan refleksi yang kuat terhadap konstruk latennya, mulai dari *behavioral intention* (0,721–0,925) hingga *use behavior* (0,889–0,915). Validitas konvergen juga dikonfirmasi oleh nilai *Average Variance Extracted* (AVE) seluruh variabel yang melampaui 0,50, dengan rentang antara 0,611 hingga 0,816. Hal ini membuktikan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan secara memadai oleh masing-masing konstruk laten. Aspek reliabilitas internal instrumen penelitian juga menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan nilai *Cronbach's alpha* yang seluruhnya berada di atas 0,70 dan *composite reliability* yang berkisar antara 0,862 hingga 0,944. Konsistensi nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh konstruk penelitian memiliki reliabilitas yang stabil. Mengingat seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas tanpa perlu ada yang dieliminasi, model pengukuran dalam penelitian ini dinyatakan layak. Dengan demikian, model pengukuran telah memenuhi syarat statistik untuk melanjutkan ke tahap evaluasi *inner model* dalam menguji hubungan antarvariabel laten.

Inner Structural Model

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk menguji kekuatan model struktural melalui koefisien determinasi (R^2) dan relevansi prediktif (Q^2). Hasil analisis menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang moderat hingga kuat. Nilai R^2 tertinggi dicapai oleh variabel *digital financial inclusion* (0,589) dan *behavioral intention* (0,577), yang mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan lebih dari 57% varians pada konstruk tersebut. Variabel lainnya, yakni *mobile usefulness* (0,561), *use behavior* (0,548), dan *mobile ease of use* (0,382), juga menunjukkan nilai R^2 yang berada pada kategori moderat, yang berarti model struktural yang dibangun memiliki daya jelas yang memadai terhadap variabel-variabel dependen dalam penelitian. Selanjutnya, relevansi prediktif model dievaluasi menggunakan *blindfolding* untuk memperoleh nilai Q^2 . Seluruh variabel endogen dalam penelitian ini memiliki nilai Q^2 di atas nol, dengan *use behavior* menunjukkan nilai tertinggi (0,443) dan *mobile ease of use* (0,303) sebagai nilai terendah. Mengacu pada kriteria klasifikasi *predictive relevance* (0,02 kecil, 0,15 sedang, 0,35 besar), hasil ini menunjukkan bahwa model memiliki daya prediksi yang sangat baik, terutama pada konstruk perilaku penggunaan (*use behavior*). Secara keseluruhan, hasil evaluasi *inner model* mengonfirmasi bahwa model struktural ini valid secara statistik dan memiliki relevansi prediktif yang kuat, sehingga memenuhi syarat untuk melanjutkan ke tahap pengujian hipotesis.

Invariansi Pengukuran (MICOM)

Uji *Measurement Invariance of Composite Models* (MICOM) dilakukan untuk memastikan bahwa perbedaan hasil analisis antar kelompok, baik berdasarkan gender maupun pendapatan, murni disebabkan oleh perbedaan perilaku dan bukan karena perbedaan pemahaman responden terhadap indikator atau model yang digunakan. Pada tahap pertama, Invariansi Konfigurasi (*Configural Invariance*) dinyatakan terpenuhi karena kelompok gender (pria vs wanita) dan pendapatan (rendah vs tinggi) menggunakan spesifikasi model, indikator, serta algoritma optimasi yang identik, yang menunjukkan adanya kesamaan kerangka konseptual di seluruh kelompok. Selanjutnya, pengujian Invariansi Komposisi (*Compositional Invariance*) menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai korelasi asli yang mendekati 1,000 dan berada di atas ambang batas 5% *Quantile*. Didukung dengan nilai *p-value* permutasi untuk seluruh konstruk yang lebih besar dari 0,05, hasil ini membuktikan bahwa skor komposit dibentuk secara konsisten pada setiap kelompok sehingga syarat invariansi terpenuhi untuk analisis tahap selanjutnya. Dengan terpenuhinya tahap invariansi konfigurasi dan komposisi, maka syarat **invariansi parsial** telah terpenuhi. Hal ini mengizinkan penelitian untuk melanjutkan ke tahap analisis perbandingan koefisien jalur antar kelompok menggunakan *Multi-Group Analysis* (MGA).

Tabel 1 Hasil Outer Model

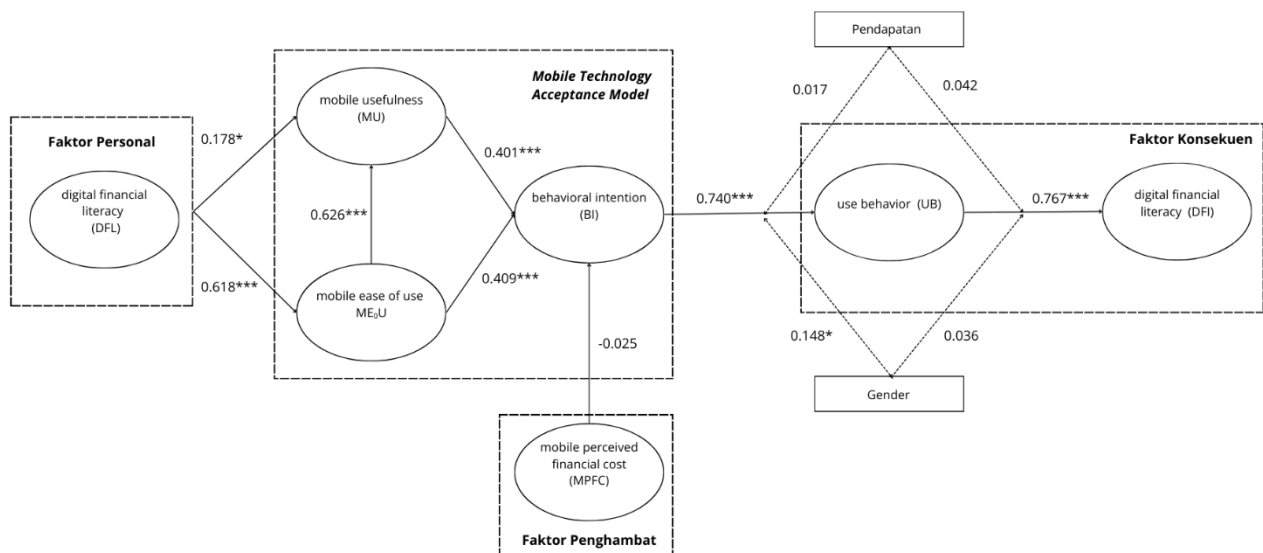
<i>Construct and items measurement</i>		<i>Loadings</i>	<i>C.A.</i>	<i>RhoA</i>	<i>C.R.</i>	<i>AVE</i>
DFL (Long et al., 2023; Ullah et al., 2022)	DFL1: Saya tahu tentang berbagai produk keuangan digital	0.806		0.787	0.796	0.862
	DFL2: Saya menyadari manfaat menggunakan layanan keuangan digital	0.823				
	DFL3: Saya menyadari potensi risiko keamanan ketika menggunakan layanan keuangan digital	0.728				
	DFL4: Saya tahu cara memeriksa reputasi dari aplikasi <i>fintech</i> seluler	0.765				

MU (Tew et al., 2022)	MU1: Menggunakan <i>fintech</i> seluler akan meningkatkan produktivitas saya dalam mengelola keuangan	0.822	0.861	0.877	0.905	0.705
	MU2: Menggunakan <i>fintech</i> seluler akan membuat pengelolaan keuangan saya menjadi lebih efektif	0.785				
	MU3: Penggunaan <i>fintech</i> seluler akan membuat aktivitas keuangan saya menjadi lebih nyaman	0.887				
	MU4: Saya merasa <i>fintech</i> seluler berguna dalam kehidupan sehari-hari saya	0.859				
MEoU (Tew et al., 2022)	MEoU1: Belajar mengoperasikan <i>fintech</i> seluler itu mudah bagi saya	0.909	0.920	0.922	0.944	0.808
	MEoU2: Interaksi saya dengan <i>fintech</i> seluler jelas dan mudah dipahami	0.927				
	MEoU3: Saya merasa <i>fintech</i> seluler fleksibel untuk berinteraksi	0.886				
	MEoU4: Saya merasa <i>fintech</i> seluler mudah digunakan	0.872				
MPFC (Leong et al., 2013; Ooi & Tan, 2016)	MPFC1: Saya pikir menggunakan <i>fintech</i> seluler itu mahal	0.877	0.885	0.971	0.926	0.806
	MPFC2: Biaya menggunakan <i>fintech</i> seluler tinggi	0.898				
	MPFC3: Layanan <i>fintech</i> seluler tidak terjangkau	0.918				
BI (Long et al., 2023; Tew et al., 2022)	BI1: Saya cenderung akan menggunakan <i>fintech</i> seluler dalam waktu dekat	0.838	0.893	0.905	0.922	0.704
	BI2: Jika diberi kesempatan, saya akan menggunakan <i>fintech</i> seluler	0.881				
	BI3: Saya bersedia menggunakan <i>fintech</i> seluler dalam waktu dekat	0.925				
	BI4: Saya akan mempertimbangkan untuk menggunakan <i>fintech</i> seluler	0.721				
	BI5: Saya berniat menggunakan layanan <i>fintech</i> seluler ketika ada kesempatan	0.816				
UB (Leong et al., 2013; Ndassi Teutio et al., 2023)	UB1: Saya sering menggunakan <i>fintech</i> seluler untuk transaksi keuangan	0.907	0.887	0.888	0.930	0.816
	UB2: Saya menggunakan <i>fintech</i> seluler secara sering dalam kehidupan sehari-hari saya	0.915				
	UB3: Saya berencana untuk terus menggunakan <i>fintech</i> seluler di masa mendatang	0.889				

DFI (Ndassi Teutio et al., 2023)	DFI1: Saya memiliki akun pada aplikasi pembayaran digital	0.814	0.816	0.837	0.879	0.646
	DFI2: Saya menggunakan layanan keuangan digital untuk menabung/menyimpan uang	0.820				
	DFI3: Saya memiliki akses ke layanan pinjaman atau peminjaman digital (akses untuk meminjam uang ataupun manabung, dll.)	0.700				
	DFI4: Saya menggunakan layanan keuangan digital untuk melakukan pembayaran	0.870				

DFL= *digital financial literacy*, MU= *mobile usefulness*, ME_oU= *mobile ease of use*, MPFC= *mobile perceived financial cost*, BI= *behavioral intention*, UB= *use behavior*, DFI= *digital financial inclusion*

Gambar 1 Hasil PLS-SEM



Tabel 2 Hasil Uji Invariansi Pengukuran (MICOM)

Grup & Variabel	Korelasi Asli (c)	5% Quantile	p-Value	Keterangan
Grup: Pendapatan				
<i>Mobile Perceived Financial Cost</i>	0.971	0.638	0.399	Terpenuhi
<i>Digital Financial Inclusion</i>	0.995	0.994	0.092	Terpenuhi
<i>Mobile Usefulness</i>	0.998	0.996	0.227	Terpenuhi
<i>Mobile Ease of Use</i>	1.000	1.000	0.588	Terpenuhi
<i>Digital Financial Literacy</i>	0.998	0.990	0.736	Terpenuhi
<i>Behavioral Intention</i>	0.999	0.998	0.415	Terpenuhi
<i>Use Behavior</i>	1.000	0.999	0.774	Terpenuhi
Grup: Gender				

<i>Mobile Perceived Financial Cost</i>	0.988	0.557	0.659	Terpenuhi
<i>Digital Financial Inclusion</i>	0.999	0.994	0.768	Terpenuhi
<i>Mobile Usefulness</i>	0.996	0.996	0.076	Terpenuhi
<i>Mobile Ease of Use</i>	1.000	1.000	0.993	Terpenuhi
<i>Digital Financial Literacy</i>	0.996	0.990	0.311	Terpenuhi
<i>Behavioral Intention</i>	0.999	0.998	0.281	Terpenuhi
Use Behavior	1.000	0.999	0.595	Terpenuhi

Tabel 3 Ringkasan Uji Hipotesis dan *Multigroup Analysis*

<i>Hypotheses</i>	<i>Direct effect</i>	β	<i>S.E.</i>	<i>t-Statistics</i>	<i>p-Value</i>	<i>Supported</i>
H1	DFL→MU	0.178	0.080	2.233	0.026	Ya
H2	DFL→ME ₀ U	0.618	0.051	12.033	0.000	Ya
H3	ME ₀ U →MU	0.626	0.068	9.175	0.000	Ya
H4	ME ₀ U →BI	0.401	0.077	5.238	0.000	Ya
H5	MU→BI	0.409	0.079	5.188	0.000	Ya
H6	MPFC→BI	-0.025	0.053	0.470	0.638	Tidak
H7	BI→UB	0.740	0.040	18.465	0.000	Ya
H8	UB→DFI	0.767	0.047	16.291	0.000	Ya
<i>Hypotheses</i>	<i>Moderating effect</i>	<i>Koef. Pria</i>	<i>Koef. Wanita</i>	<i>Koef. Diff</i>	<i>p-Value</i>	<i>Supported</i>
H9a	BI*Gen→UB	0.830	0.681	0.148	0.039*	Ya
H9b	UB*Gen→DFI	0.790	0.755	0.036	0.693	Tidak
<i>Hypotheses</i>	<i>Moderating effect</i>	<i>Koef. Rendah</i>	<i>Koef. UMR</i>	<i>Koef. Diff</i>	<i>p-Value</i>	<i>Supported</i>
H10a	BI*Pen→UB	0.750	0.733	0.017	0.872	Tidak
H10b	UB*Pen→DFI	0.785	0.743	0.042	0.742	Tidak

Catatan: *p < 0.05; **p< 0.01 ***p<0.001

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa *digital financial literacy* (DFL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *mobile usefulness* (MU) ($\beta = 0,178$, $p < 0,05$) dan *mobile ease of use* (MEoU) ($\beta = 0,618$, $p < 0,001$). Dengan demikian, H1 dan H2 diterima. Temuan ini mengonfirmasi bahwa DFL berperan sebagai katalisator kognitif bagi Generasi Z dalam memandang manfaat teknologi dan kemudahan operasional layanan keuangan digital. Hal ini sejalan dengan temuan terdahulu bahwa literasi digital (*digital literacy*) yang tinggi memungkinkan pengguna untuk lebih cepat menangkap nilai guna (*usefulness*) dari aplikasi *fintech* serta mengurangi persepsi kompleksitas saat berinteraksi dengan antarmuka aplikasi.

Lebih lanjut, model struktural MTAM dalam penelitian ini terbukti valid, di mana *mobile ease of use* (MEoU) berpengaruh signifikan terhadap *mobile usefulness* (MU) ($\beta = 0,626$, $p < 0,001$; H3), serta keduanya secara kolektif mendorong *behavioral intention* (BI) (MEoU $\rightarrow$ BI: $\beta = 0,401$, $p < 0,001$; MU $\rightarrow$ BI: $\beta = 0,409$, $p < 0,001$; H4 dan H5 diterima). Responden Generasi Z di Solo Raya mengasumsikan bahwa teknologi yang mudah dioperasikan juga merupakan teknologi yang berguna, yang pada akhirnya memicu niat untuk menggunakannya (*Use behavior*). Efisiensi waktu dan kemudahan akses transaksi keuangan di mana saja dan kapan saja menjadi daya tarik utama yang memotivasi mereka untuk beralih ke sistem nontunai.

Namun, hasil pengujian terhadap *mobile perceived financial cost* (MPFC) menunjukkan hubungan yang tidak signifikan terhadap BI ($\beta = -0,025$, $p = 0,638$), sehingga H6 ditolak. Temuan ini menarik karena berbeda dengan studi pada segmen masyarakat berpenghasilan rendah atau negara berkembang lainnya yang cenderung sensitif terhadap harga. Bagi Generasi Z di Solo Raya, nilai manfaat dan efisiensi tampaknya jauh lebih dominan daripada sensitivitas terhadap biaya transaksi atau biaya langganan. Mereka cenderung memandang biaya tersebut sebagai investasi yang sepadan untuk mendapatkan kemudahan hidup (*Performance Expectancy*) (Kajol et al., 2022), akan tetapi temuan pada penelitian ini belum dapat dijadikan acuan karena pengelompokan nya hanya terbatas pada kelompok berpenghasilan UMR dan dibawah UMR.

Selanjutnya, hasil menunjukkan bahwa *behavioral intention* (BI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* (UB) ($\beta = 0,740$, $p < 0,001$; H7), dan *use behavior* (UB) berpengaruh signifikan terhadap *digital financial inclusion* (DFI) ($\beta = 0,767$, $p < 0,001$; H8). Hal ini mengonfirmasi adanya alur kausalitas yang kuat: niat perilaku yang kuat (BI) secara konsisten diterjemahkan menjadi tindakan nyata (UB), yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan *digital financial inclusion* (DFI). Penggunaan *mobile fintech* menjadi instrumen strategis bagi Generasi Z untuk mengakses layanan perbankan, menabung, dan melakukan pembayaran secara lebih inklusif.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa literasi keuangan digital (*digital financial literacy*) berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan persepsi kemudahan (*mobile ease of use*) dan kegunaan (*mobile usefulness*) bagi Generasi Z dalam mengadopsi teknologi finansial. Temuan menunjukkan adanya hubungan yang signifikan pada seluruh rantai adopsi, di mana kemudahan (*mobile ease of use*) dan kegunaan (*mobile usefulness*) secara langsung membentuk niat berperilaku (*behavioral intention*). Selanjutnya, niat berperilaku terbukti menjadi prediktor kuat bagi perilaku penggunaan aktual (*use behavior*), yang pada akhirnya berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan inklusi keuangan digital (*digital financial inclusion*). Terkait hambatan biaya, hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya finansial yang dirasakan (*mobile perceived financial cost*) berkoefisien negatif dan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan (*behavioural intention*). Hasil empiris ini mengindikasikan bahwa bagi responden Generasi Z, faktor biaya bukan merupakan pertimbangan utama dalam membentuk niat menggunakan layanan *fintech*. Dalam pengujian variabel moderasi, ditemukan bahwa gender memoderasi hubungan antara niat berperilaku (*behavioral intention*)

dan perilaku penggunaan (*use behavior*), di mana terdapat perbedaan nilai koefisien yang signifikan antara kelompok pria dan wanita. Sementara itu, tingkat pendapatan tidak terbukti memoderasi hubungan dalam model ini, yang menunjukkan bahwa model perilaku adopsi *mobile fintech* ini berlaku secara konsisten di dua kelompok ekonomi Generasi Z dalam lingkup penelitian ini.

Reference

- Apjii. (2024). Laporan Survei Internet Indonesia 2024. <https://Survei.Apjii.Or.Id/>
- Ashoer, M., Jebarajakirthy, C., Lim, X. J., Mas'ud, M., & Sahabuddin, Z. A. (2024). Mobile Fintech, Digital Financial Inclusion, And Gender Gap At The Bottom Of The Pyramid: An Extension Of Mobile Technology Acceptance Model. *Procedia Computer Science*, 234, 1253–1260. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.122>
- Bourreau, M. (2015). Enabling Digital Financial Inclusion Through Improvements In Competition And Interoperability: What Works And What Doesn't? <https://www.researchgate.net/publication/284124402>
- 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>
- Demir, A., Pesqué-Cela, V., Altunbas, Y., & Murinde, V. (2022). Fintech, Financial Inclusion And Income Inequality: A Quantile Regression Approach. *European Journal Of Finance*, 28(1), 86–107. <https://doi.org/10.1080/1351847x.2020.1772335>
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., & Singer, D. (2017). Financial Inclusion And Inclusive Growth A Review Of Recent Empirical Evidence. <http://econ.worldbank.org>
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. Sage.
- Hasan, M., Hoque, A., Abedin, M. Z., & Gasbarro, D. (2024). Fintech And Sustainable Development: A Systematic Thematic Analysis Using Human- And Machine-Generated Processing. *International Review Of Financial Analysis*, 95. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103473>
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using Pls Path Modeling In New Technology Research: Updated Guidelines. *Industrial Management And Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/lmds-09-2015-0382>
- Hew, J. J., Lee, V. H., Ooi, K. B., & Wei, J. (2015). What Catalyses Mobile Apps Usage Intention: An Empirical Analysis. *Industrial Management And Data Systems*, 115(7), 1269–1291. <https://doi.org/10.1108/lmds-01-2015-0028>
- Indriyarti, E. R., Christian, M., Yulita, H., Aryati, T., & Arsiah, R. J. (2023). Digital Bank Channel Distribution: Predictors Of Usage Attitudes In Jakarta's Gen Z. *Journal Of Distribution Science*, 21(2), 21–34. <https://doi.org/10.15722/jds.21.02.202302.21>
- Kajol, K., Singh, R., & Paul, J. (2022). Adoption Of Digital Financial Transactions: A Review Of Literature And Future Research Agenda. *Technological Forecasting And Social Change*, 184. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121991>
- Leong, L. Y., Hew, T. S., Tan, G. W. H., & Ooi, K. B. (2013). Predicting The Determinants Of The Nfc-Enabled Mobile Credit Card Acceptance: A Neural Networks Approach. *Expert Systems With Applications*, 40(14), 5604–5620. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2013.04.018>
- Long, T. Q., Morgan, P. J., & Yoshino, N. (2023). Financial Literacy, Behavioral Traits, And Epayment Adoption And Usage In Japan. *Financial Innovation*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>
- Mogaji, E., & Nguyen, N. P. (2022). The Dark Side Of Mobile Money: Perspectives From An Emerging Economy. *Technological Forecasting And Social Change*, 185. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122045>
- Ndassi Teutio, A. O., Kala Kamdjoug, J. R., & Gueyie, J. P. (2023). Mobile Money, Bank Deposit And Perceived Financial Inclusion In Cameroon. *Journal Of Small Business*

- And Entrepreneurship, 35(1), 14–32.
<https://doi.org/10.1080/08276331.2021.1953908>
- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile Technology Acceptance Model: An Investigation Using Mobile Users To Explore Smartphone Credit Card. *Expert Systems With Applications*, 59, 33–46. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.04.015>
- Osabutey, E. L. C., & Jackson, T. (2024). Mobile Money And Financial Inclusion In Africa: Emerging Themes, Challenges And Policy Implications. *Technological Forecasting And Social Change*, 202. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123339>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). Statistik Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi (Lpbbti) Agustus 2025. <https://www.ojk.go.id/>
- Otoritas Jasa Keuangan (Ojk). (2026). Statistik Berkala Penyelenggara Inovasi Teknologi Sektor Keuangan (Itsk) Terdaftar Bidang Pengawasan Iakd Periode Januari 2026. <https://www.ojk.go.id/>
- Ozili, P. K. (2021). Financial Inclusion Research Around The World: A Review. *Forum For Social Economics*, 50(4), 457–479. <https://doi.org/10.1080/07360932.2020.1715238>
- Panos, G. A., & Wilson, J. O. S. (2020). Financial Literacy And Responsible Finance In The Fintech Era: Capabilities And Challenges. In *European Journal Of Finance* (Vol. 26, Numbers 4–5, Pp. 297–301). Routledge. <https://doi.org/10.1080/1351847x.2020.1717569>
- Ponsree, K., & Naruetharadhol, P. (2025). Unveiling The Determinants Of Alternative Payment Adoption: Exploring The Factors Shaping Generation Z's Intentions In Thailand. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 21(1). <https://doi.org/10.1007/S11365-024-01057-2>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook Of Market Research* (Pp. 1–47). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- Tan, G. W. H., & Ooi, K. B. (2018). Gender And Age: Do They Really Moderate Mobile Tourism Shopping Behavior? *Telematics And Informatics*, 35(6), 1617–1642. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.04.009>
- Tew, H. T., Tan, G. W. H., Loh, X. M., Lee, V. H., Lim, W. L., & Ooi, K. B. (2022). Tapping The Next Purchase: Embracing The Wave Of Mobile Payment. *Journal Of Computer Information Systems*, 62(3), 527–535. <https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1858731>
- 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>
- Van, L. T. H., Vo, A. T., Nguyen, N. T., & Vo, D. H. (2021). Financial Inclusion And Economic Growth: An International Evidence. *Emerging Markets Finance And Trade*, 57(1), 239–263. <https://doi.org/10.1080/1540496x.2019.1697672>
- Wang Tok, Y., & Heng, D. (2022). Fintech: Financial Inclusion Or Exclusion?, Wp/22/80, May 2022.