

Pengaruh *Digital Financial Literacy*, *FoMO*, *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* Terhadap *Use Behavior* Pada *Digital Payment* (Studi Pada Generasi Z di Kota Palembang)

Dina Meliasari¹, Budi Setiawan², Roswaty³

¹Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang, 2021510125@students.uigm.ac.id

²Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang, budi.setiawan@uigm.ac.id

³Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Palembang, roswaty@uigm.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang makin pesat telah mendorong banyak perubahan terutama pada sistem pembayaran yang semula menggunakan pembayaran secara langsung telah beralih menjadi pembayaran *digital*. Penelitian ini menyelidiki faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan dalam mengadopsi layanan pembayaran *digital*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Digital Financial Literacy*, *FoMO*, *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* terhadap *Use Behavior Digital Payment* Generasi Z di Kota Palembang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan pengumpulan data dari 96 responden. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Financial Literacy* dan *FoMO* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior*, sedangkan *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behavior Digital Payment* Generasi Z di Kota Palembang. Temuan penelitian ini berkontribusi terhadap pencapaian *United Nations Sustainable Development Goals* (UN SDGs) nomor 8, yang terkait dengan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan melalui akses keuangan *digital*.

Kata Kunci: Pembayaran *Digital*, *FoMO*, Literasi Keuangan *Digital*, Perilaku Penggunaan, SDG 8.

ABSTRACT

The rapid development of technology has driven many changes, especially in the payment system, which originally used direct payments and has switched to Digital Payments. This study investigates the factors that can influence Use Behavior in adopting Digital Payment services. The purpose of this study was to determine how the influence of Digital Financial Literacy, FoMO, Performance Expectancy and Effort Expectancy on the Use Behavior of Digital Payment Generation Z in Palembang, Indonesia. The data collection technique used was accidental sampling with data collection from 96 respondents. Data analysis was performed using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results showed that Digital Financial Literacy and FoMO did not have a significant influence on Use Behavior, while Performance Expectancy and Effort Expectancy had a positive and significant influence on the Use Behavior of Digital Payments for Generation Z in Palembang. The findings of this study contribute to the achievement of United Nations Sustainable Development Goals (UN SDGs) number 8, which is related to sustainable economic growth through digital financial access.

Keywords : Digital Payment, FoMO, Digital Financial Literacy, Use Behavior, SDG8.

A. PENDAHULUAN

Financial technology (Fintech) terus berkembang pesat, terutama dalam bidang pembayaran digital yang mengubah sistem transaksi jual beli. Kemajuan teknologi ini telah menggantikan peran uang tunai dengan metode pembayaran elektronik yang lebih efisien dan ekonomis (Wijaya, 2023). Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat ini tidak hanya memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, tetapi juga mendorong manusia memasuki era persaingan global yang



semakin ketat, di mana inovasi dan adaptasi menjadi kunci utama untuk bertahan (Roswaty & Fitriana, 2020). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan fintech sebagai inovasi layanan keuangan berbasis teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan transaksi bagi masyarakat (OJK, 2019). Salah satu bentuk fintech yang berkembang pesat di Indonesia adalah dompet digital (e-wallet), yang merupakan jenis fintech berbasis internet dan dimanfaatkan sebagai pilihan metode pembayaran. Faktor utama digunakannya dompet digital adalah kesederhanaannya dan kemudahan transaksi tanpa harus membawa uang tunai (W. Setiawan & Sunaryo, 2022). Saat ini, terdapat berbagai aplikasi e-wallet yang populer di Indonesia, seperti ShopeePay, GoPay, LinkAja, DANA, dan OVO, yang telah berkolaborasi dengan berbagai merchant, baik online maupun offline.

Berdasarkan survei MarkPlus pada tahun 2020 yang dipublikasikan oleh Gizmologi, ShopeePay mendominasi pasar dompet digital di Indonesia dengan volume transaksi bulanan sebesar 26%, mengungguli OVO 24%, GoPay 23%, DANA 19%, dan LinkAja 8%. Keunggulan ShopeePay tidak hanya terletak pada jumlah transaksi, tetapi juga pada nilai transaksi bulanan yang mencapai 29%. Faktor utama yang mendorong popularitas ShopeePay adalah strategi promosi yang menarik, seperti cashback dan diskon, yang efektif dalam menarik minat pengguna (Annur, 2021). Generasi Z menjadi segmen pengguna terbesar ShopeePay karena keterkaitannya dengan platform e-commerce Shopee, yang merupakan pilihan utama dalam berbelanja online (Priscilia & Fadjar, 2024).

Dominasi ShopeePay sebagai e-wallet favorit, terutama di kalangan Generasi Z, mencerminkan pentingnya memahami perilaku penggunaan teknologi dalam konteks pembayaran digital. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan (Use Behavior) Digital Payment pada Generasi Z meliputi literasi keuangan digital (Digital Financial Literacy), Fear of Missing Out (FoMO), ekspektasi kinerja (Performance Expectancy), dan ekspektasi usaha (Effort Expectancy). Literasi keuangan digital merupakan kombinasi pemahaman finansial dasar dan keterampilan digital yang diperlukan untuk menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi (Lyons & Kass-Hanna, 2021). Studi menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan digital yang lebih tinggi cenderung menggunakan layanan pembayaran digital secara rutin (Phan et al., 2023).

FoMO pertama kali diperkenalkan oleh Przybylski sebagai konsep yang menggambarkan kekhawatiran seseorang akan kehilangan kesempatan, yang dapat mendorongnya untuk lebih sering menggunakan ShopeePay guna memanfaatkan promosi terbatas (Rani et al., 2024). Selain itu, ekspektasi kinerja merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan pembayaran digital dapat meningkatkan efisiensi transaksi (Venkatesh et al., 2003). Studi menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan seseorang terus menggunakan teknologi pembayaran digital (Patil et al., 2020). Sementara itu, ekspektasi usaha berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi. Artinya jika ada cara baru yang dapat membuat aktivitas atau kegiatan menjadi lebih mudah, maka orang akan beralih dari cara lama ke cara baru tersebut sebab usaha yang diperlukan untuk mencapai tujuan menjadi lebih sedikit (Setiawan, 2023). Jika suatu metode pembayaran digital dianggap mudah digunakan, maka pengguna cenderung mengadopsinya dalam jangka panjang (Onibala et al., 2021).

Berbagai penelitian sebelumnya telah meneliti faktor-faktor ini secara terpisah. Penelitian Phan et al., (2023) menemukan hubungan positif antara literasi keuangan digital dan penggunaan mobile banking. Sementara itu, Roberts & David, (2020)

mengungkapkan bahwa FoMO berhubungan dengan intensitas penggunaan media sosial. Tandon et al., (2022) juga menunjukkan bahwa FoMO dan phubbing berkontribusi terhadap penggunaan media sosial di tempat kerja. Studi dari Al-Adwan et al., (2023) menemukan bahwa ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha berpengaruh terhadap perilaku penggunaan teknologi.

Penelitian ini dilakukan pada Generasi Z yang berusia 17–27 tahun dan berada di Kota Palembang serta aktif dalam penggunaan teknologi finansial, baik untuk keperluan pribadi, akademik, maupun pekerjaan. Generasi Z sering kali menggunakan teknologi finansial, seperti e-wallet dan Digital Payment, untuk melakukan transaksi sehari-hari, mulai dari pembayaran tagihan, pembelian barang, hingga pengelolaan keuangan pribadi (Anjani et al., 2022). Generasi Z yang tumbuh bersama teknologi digital menjadikannya sebagai salah satu pengguna utama pembayaran digital, seperti ShopeePay. Kebiasaan yang erat kaitannya dengan aktivitas digital serta tren yang terjadi di sekitarnya membuat Generasi Z cenderung cepat dalam mengadopsi teknologi yang terus berkembang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan ShopeePay oleh Generasi Z. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penyedia layanan fintech dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penggunaan e-wallet secara berkelanjutan, tidak hanya bergantung pada promosi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi pengambil kebijakan dalam meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan generasi muda, sehingga mereka dapat menggunakan teknologi keuangan dengan lebih bijak.

Penelitian ini memiliki kebaruan dalam mengintegrasikan keempat faktor tersebut dalam suatu model penelitian yang mengkaji perilaku penggunaan ShopeePay oleh Generasi Z. Studi ini juga berkontribusi dalam mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals) ke-8 tentang pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, dengan menyoroti peran pembayaran digital dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan partisipasi ekonomi yang lebih luas (Programme, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya dan memberikan wawasan lebih mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan Digital Payment di kalangan Generasi Z.

B. KAJIAN TEORI

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), yang diperkenalkan oleh Venkatesh pada tahun 2003. Teori UTAUT berasal dari teori yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, adalah teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang menekankan pentingnya ekspektasi kinerja dan ekspektasi usaha sebagai elemen utama yang berdampak pada niat dan perilaku pengguna dalam penggunaan teknologi. Model UTAUT ini menjelaskan niat pengguna dalam mengadopsi teknologi informasi serta perilaku penggunaan teknologi. Teori ini digunakan sebagai landasan dalam merumuskan hipotesis penelitian guna menganalisis determinan penerimaan dan penggunaan teknologi. Mengingat tujuan dari model ini adalah untuk menguraikan perilaku pengguna dalam memanfaatkan teknologi tertentu, teori ini sesuai untuk menggambarkan dampak lingkungan terhadap penggunaannya (Esther Rulianti, 2021).



C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif sebab menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik. Pada penelitian ini menganalisis pengaruh Digital Financial Literacy, FoMO, Performance Expectancy, dan Effort Expectancy Terhadap Use Behavior dalam Penggunaan Digital Payment pada Aplikasi ShopeePay (Studi pada Generasi Z di Kota Palembang). Objek pada penelitian ini merupakan Digital Financial Literacy, FoMO, Performance Expectancy, dan Effort Expectancy. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Palembang. Generasi Z adalah orang kelahiran tahun 1997-2012 dengan usia antara 12 hingga 27 tahun dan bertempat tinggal di Kota Palembang.

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden. Studi ini memanfaatkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner pada Generasi Z di Kota Palembang. Kuisisioner dalam penelitian ini terdiri dari beberapa pertanyaan yang diambil berdasarkan sumber buku atau jurnal dan penelitian terdahulu. Dalam studi ini skala Likert berguna untuk mengukur tanggapan serta opini responden. Skala Likert berfungsi menilai sikap, opini, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena yang terjadi. Pertanyaan dalam kuesioner mempunyai 5 pilihan jawaban yang terdapat bobot tertentu sesuai dengan tingkat setuju atau tidaknya responden (Sugiyono, 2017).

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Palembang. Sampel penelitian diperoleh melalui metode non-probability menggunakan accidental sampling, yakni teknik dimana pengumpulan sampel dipilih tanpa direncanakan sebelumnya dan diyakini bahwa orang tersebut layak dijadikan sebagai sumber informasi (Sugiyono, 2017). Dikarenakan populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti maka sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow, yang digunakan apabila total populasi tidak diketahui jumlahnya (Riyanto & Hatmawan, 2020). Sehingga di dapat sampel sebanyak 96 responden pada Generasi Z. Analisis data yang digunakan adalah metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software SmartPLS.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen dilakukan dengan menjalankan outer loading factor (dinyatakan valid jika nilainya 0.70 atau lebih) dan nilai AVE (dianggap valid jika nilainya 0.50 atau lebih). Hasil uji *convergent validity* pada penelitian ini memenuhi validitas karena setiap indikator dari setiap variabel laten bernilai >0.70.

Label Outer Loading Factor

Variabel	Indikator	Loading Factor	Rule of Thumb	Keterangan
<i>Digital Financial Literacy</i> (X ₁)	DFL1	0.76	0.70	Valid
	DFL2	0.79	0.70	Valid
	DFL3	0.72	0.70	Valid
	DFL4	0.78	0.70	Valid
	DFL5	0.71	0.70	Valid
<i>FoMO</i> (X ₂)	FM1	0.88	0.70	Valid
	FM2	0.91	0.70	Valid
	FM3	0.88	0.70	Valid
	FM4	0.84	0.70	Valid

	PE1	0.82	0.70	Valid
Performance Expectancy (X ₃)	PE2	0.84	0.70	Valid
	PE3	0.80	0.70	Valid
	PE4	0.71	0.70	Valid
	PE5	0.70	0.70	Valid
Effort Expectancy (X ₄)	EE1	0.80	0.70	Valid
	EE2	0.80	0.70	Valid
	EE3	0.84	0.70	Valid
Use Behavior (Y)	UB1	0.78	0.70	Valid
	UB2	0.82	0.70	Valid
	UB3	0.86	0.70	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan digunakan guna mengukur tingkat perbedaan antara variabel laten atau konstruk. Artinya apabila hubungan antara konstruk dan item lebih tinggi, maka konstruk laten tersebut lebih mampu memprediksi dibandingkan konstruk lainnya. Validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai *fornell larcker* (yang membandingkan akar *average variance extracted* (AVE) dengan korelasi antar variabel konstruk) (Sholihin & Ratmono, 2021).

Tabel Fornell-larcker Criterion

	(X ₁) Digital Financial Literacy	(X ₂) FoMO	(X ₃) Performance Expectancy	(X ₄) Effort Expectancy	(Y) Use Behavior
(X ₁) Digital Financial Literacy	0.75				
(X ₂) FoMO	0.33	0.88			
(X ₃) Performance Expectancy	0.51	0.26	0.78		
(X ₄) Effort Expectancy	0.43	0.17	0.60	0.82	
(Y) Use Behavior	0.47	0.28	0.64	0.52	0.82

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel *fornell-larcker criterion* menjelaskan bahwa $\sqrt{\text{AVE}}$ Digital Financial Literacy dengan variabel Digital Financial Literacy itu sendiri adalah sebesar 0.75 yang menjadikan variabel Digital Financial Literacy itu lebih besar dari variabel lainnya. Begitu juga dengan variabel lainnya yang mengindikasikan bahwa penelitian ini telah memenuhi validitas diskriminan.

Table Heterotrait-Monotrait (HTMT)

	(X ₁) Digital Financial Literacy	(X ₂) FoMO	(X ₃) Performance Expectancy	(X ₄) Effort Expectancy	(Y) Use Behavior
(X ₁) Digital Financial Literacy					
(X ₂) FoMO	0.38				
(X ₃) Performance Expectancy	0.62	0.30			
(X ₄) Effort Expectancy	0.53	0.20	0.76		
(Y) Use Behavior	0.58	0.34	0.79	0.68	

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)



Pada tabel *heterotrait-monotrait* (HTMT) mengindikasikan tidak ada nilai yang melebihi ambang batas 0.9. Hal ini mengindikasikan bahwa kriteria validitas diskriminan terpenuhi.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan guna mengukur konsistensi item pertanyaan yang terkait dengan variabel laten. Pada pengukuran ini variabel dianggap reliabel apabila nilai *composite reliability* $\geq 0.6 - 0.7$ dan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.7 (Sholihin & Ratmono, 2021).

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
(X ¹) <i>Digital Financial Literacy</i>	0.81	0.81	0.87	0.57
(X ²) <i>FoMO</i>	0.90	0.90	0.93	0.77
(X ³) <i>Performance Expectancy</i>	0.84	0.85	0.88	0.60
(X ⁴) <i>Effort Expectancy</i>	0.75	0.76	0.86	0.66
(Y) <i>Use Behavior</i>	0.76	0.76	0.86	0.68

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Diketahui bahwa rata-rata *cronbach's alpha* untuk setiap variabel penelitian ini adalah 0.8 yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik. Hasil pengujian *composite reliability* pada tabel di atas mengindikasikan bahwa semua variabel memiliki nilai lebih dari 0.7, sementara nilai AVE semuanya telah melebihi 0.5. Maka dari itu pengukuran dalam studi ini sudah sesuai kriteria *good fit*, artinya seluruh pertanyaan pada kuesioner dinyatakan reliabel dalam mengukur variabel yang ada dalam penelitian.

Model Fit

Pada buku *Multivariate Data Analysis* edisi 8 oleh Hair et al., (2019) dijelaskan bahwa SRMR merupakan ukuran yang memberikan informasi langsung tentang seberapa baik model model dalam menjelaskan data. Nilai SRMR idealnya adalah di bawah 0.08, yang mengindikasikan bahwa model layak digunakan. Pada penelitian ini hasil SRMR yaitu mencapai 0.078 yang menandakan bahwa model yang diterapkan memiliki tingkat kesesuaian (*model fit*) yang dapat diterima sebab nilainya kurang dari 0.08.

R-Square

Nilai *R-Square* digunakan sebagai indikator kekuatan model dalam memaparkan dampak variabel laten eksogen pada variabel laten endogen. Merujuk pada tabel di bawah ini diperoleh *R-Square* dan *R-Square Adjusted*, dimana dalam studi ini, jumlah *R-Square* sebesar 0.462 yang mengartikan bahwa 46,2% *Use Behavior* dipengaruhi oleh *Digital Financial Literacy*, *FoMO*, *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy*. Sedangkan 53,8% sisanya disebabkan oleh faktor lain.

Tabel R-Square dan R-Square Adjusted

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
(Y) <i>Use Behavior</i>	0.462	0.439

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

F-Square

Menurut Desvira & Aransyah, (2023), nilai yang dikenal sebagai *f-square* atau ukuran efek berfungsi untuk menghitung tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dipengaruhinya. Ukuran efek mempunyai batasan nilai berkisar antara 0.02 dan 0.35, masing-masing menunjukkan efek lemah pada nilai 0.02, efek moderat jika nilainya 0.15, dan efek kuat pada nilai 0.35.

Tabel F-Square

(Y) Use Behavior	
(X1) Digital Financial Literacy	0.02
(X2) FoMO	0.01
(X3) Performance Expectancy	0.19
(X4) Effort Expectancy	0.04

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Pada tabel tersebut jumlah F-Square dari variabel *Digital Financial Literacy* senilai 0.023 dan *Effort Expectancy* sebesar 0.043 yang mengindikasikan hubungannya dengan variabel *Use Behavior* memiliki efek kecil dan sedang. Pada variabel *Performance Expectancy* di dapat nilai *F-Square* sebesar 0.188 yang mengindikasikan variabel *Performance Expectancy* menunjukkan efek sedang pada variabel *Use Behavior*, sedangkan variabel FoMO memiliki *F-Square* senilai 0.014 yang menunjukkan bahwa tidak ada dampak terhadap variabel *Use Behavior*.

Q² (Predictive Relevance)

Salah satu pendekatan yang bisa diterapkan untuk mengevaluasi model PLS yaitu *Q-Square*, yang mengukur sejauh mana nilai pengamatan yang diperoleh melalui model serta estimasi parameternya. Nilai Q² yang melebihi 0 mengindikasikan model mempunyai relevansi prediktor yang memadai (Hair et al., 2022). Merujuk pada tabel 4.8, nilai indikator variabel Y *Use Behavior* adalah 0.268, yang melebihi angka 0. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa Q² (*predictive relevance*) variabel *Use Behavior* memiliki nilai yang relevan.

Tabel Q² (Predictive Relevance)

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
(X ¹) Digital Financial Literacy	480	480	
(X ²) FoMO	384	384	
(X ³) Performance Expectancy	480	480	
(X ⁴) Effort Expectancy	288	288	
(Y) Use Behavior	288	210.833	0.268

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis harus dilakukan dengan menganalisis koefisien jalur di antara variabel melalui perbandingan nilai *p-value* terhadap batas signifikansi ($\alpha < 0.05$), digunakan untuk menganalisis keterkaitan struktural antara variabel laten. *P-value* didapatkan melalui output SmartPLS dengan metode *bootstrapping*.



Tabel Path Coefficients

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil
(X ₁) DFL-> (Y) UB	0.137	0.165	0.099	1.381	0.084	Ditolak
(X ₂) FM-> (Y) UB	0.093	0.094	0.077	1.205	0.114	Ditolak
(X ₃) PE-> (Y) UB	0.427	0.428	0.092	4.635	0.000	Diterima
(X ₄) EE -> (Y) UB	0.192	0.182	0.103	1.871	0.031	Diterima

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

Pembahasan

Pengaruh *Digital Financial Literacy* Terhadap *Use Behavior Digital Payment* Generasi Z

Hipotesis pertama menunjukkan hasil pengolahan data, dimana nilai *p-value* sebesar 0.084 tidak memenuhi syarat (<0.05). Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam studi ini **ditolak** dan dapat disimpulkan bahwa *Digital Financial Literacy* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior Digital Payment* Generasi Z di Kota Palembang. Mayoritas responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK atau lebih rendah umumnya belum menerima edukasi mendalam terkait literasi keuangan terutama dalam konteks *digital*. Selain itu responden pada tingkat pendidikan tersebut lebih mengutamakan kenyamanan dan kecepatan dalam bertransaksi dari pada perencanaan keuangan yang matang. Ini mengartikan bahwa tingkat literasi keuangan *digital* Gen Z di Kota Palembang bukan faktor penentu dalam penggunaan *Digital Payment* seperti shopeepay.

Temuan dalam studi ini sejalan dengan riset sebelumnya oleh Putri & Octavatiya, (2023) yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak mempunyai dampak pada perilaku keuangan pengguna dompet *digital* atau e-wallet. Hasil penelitian putri menunjukkan literasi keuangan hanya dipahami secara teoritis saja, kebanyakan responden belum mampu untuk memaksimalkan pengaplikasian terhadap e-wallet.

Pengaruh *FoMO* Terhadap *Use Behavior Digital Payment* Generasi Z

Hipotesis kedua menunjukkan perolehan dari pengolahan data dengan hasil *p-value* sebesar 0.114 dan hasil tersebut tidak memenuhi syarat (<0.05). Oleh karena itu hipotesis kedua dalam studi ini **ditolak**, yang menjelaskan jika *Fear of Missing Out* tidak memiliki pengaruh terhadap *Use Behavior Digital Payment* Generasi Z di Kota Palembang. *FoMO* umumnya berkaitan dengan informasi sosial seperti tren di media sosial, dimana penggunaan shopeepay tidak secara langsung mempengaruhi keterlibatan sosial, dengan demikian individu tidak merasa kehilangan sesuatu yang signifikan apabila tidak menggunakan shopeepay. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat *FoMO* yang dialami oleh Gen Z di Kota Palembang tidak menjadi faktor yang dapat mendorong Gen Z untuk menggunakan *Digital Payment* seperti shopeepay.

Temuan ini relevan dengan studi terdahulu oleh Radianto & Kilay, (2023) yang menjelaskan jika tidak terdapat pengaruh dari *FoMO* terhadap niatan untuk membeli pada e-commerce. Hal tersebut mengartikan bahwa Gen Z sebagai pengguna media sosial hanya akan memiliki niat untuk membeli pada e-commerce jika Gen Z tersebut menginginkan dan membutuhkan barang dan jasa tersebut bukan karena *FoMO*.

Pengaruh Performance Expectancy Terhadap Use Behavior Digital Payment Generasi Z

Hasil pengolahan data dari hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *p-value* sebesar 0.000 memenuhi kriteria signifikan (<0.05). oleh karena itu, hipotesis ini **diterima**, sehingga dapat disimpulkan *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior Digital Payment* Gen Z di Kota Palembang. Hal tersebut mengindikasikan semakin tinggi persepsi Gen Z terhadap manfaat yang didapatkan dari penggunaan pembayaran *digital* shopeepay, seperti adanya efisiensi, kemudahan serta kecepatan dalam transaksi maka kemungkinan Generasi Z untuk menggunakan layanan tersebut juga meningkat.

Hasil yang ditemukan relevan dengan kajian terdahulu oleh Patil et al., (2020) yang menjelaskan terdapat pengaruh positif serta signifikan dari variabel *Performance Expectancy* terhadap *Use Behavior* pada *mobile payment*. Hal ini mengartikan bahwa manfaat yang dirasakan oleh para pengguna dari sistem *mobile payment* seperti adanya efisiensi serta kepraktisan yang dirasakan selama menggunakan *mobile payment* tersebut yang pada akhirnya menjadi faktor pendorong perilaku penggunaan.

Pengaruh Effort Expectancy Terhadap Use Behavior Digital Payment Generasi Z

Temuan dari pengolahan data untuk hipotesis keempat ditampilkan pada tabel dimana diketahui nilai *p-value* sebesar 0.031 yang memenuhi syarat (<0.05). sehingga hipotesis keempat pada studi ini **diterima** dan dapat ditarik kesimpulan bahwa ditemukan pengaruh positif dari *Effort Expectancy* terhadap *Use Behavior Digital Payment* Generasi Z di Kota Palembang. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah Generasi Z dapat menggunakan layanan *Digital Payment* seperti kemudahan navigasi (kemudahan dalam menjelajahi dan menggunakan layanan) akan semakin besar pula kemungkinan Generasi Z mengadopsi dan menggunakan layanan pembayaran *digital* seperti shopeepay tersebut.

Hasil dalam studi ini relevan dengan studi Patil et al., (2020) yang menunjukkan bahwa *Effort Expectancy* memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap pengguna, yang berpengaruh pada *behavioral intention* dan akhirnya mendorong *Use Behavior mobile payment*. Dalam penelitian tersebut Patil menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan sistem *mobile payment* berkontribusi pada pengalaman pengguna yang sangat penting untuk mempertahankan pengguna lama dan menarik pengguna baru.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Merujuk pada temuan penelitian mengenai Pengaruh *Digital Financial Literacy*, FoMO, *Performance Expectancy* Dan *Effort Expectancy* Terhadap *Use Behavior* Pada *Digital Payment* (Studi Pada Generasi Z Di Kota Palembang), dapat disimpulkan bahwa

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan *Digital Financial Literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior Digital Payment* ShopeePay Generasi Z di Kota Palembang.
2. Hasil uji hipotesis kedua menjelaskan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari FoMO terhadap *Use Behavior Digital Payment* ShopeePay Generasi Z di Kota Palembang.



3. Kemudian untuk hasil uji hipotesis ketiga menjelaskan adanya pengaruh positif dan signifikan *Performance Expectancy* terhadap *Use Behavior Digital Payment* ShopeePay Generasi Z di Kota Palembang.
4. Hasil uji hipotesis keempat memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari *Effort Expectancy* terhadap *Use Behavior Digital Payment* ShopeePay Generasi Z di Kota Palembang.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan hasil analisis yang diperoleh, berikut beberapa saran bagi Generasi Z, e-commerce, peneliti selanjutnya:

1. Bagi Generasi Z
Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan *digital* Generasi Z yang menjadi salah satu hal penting dalam menghadapi perkembangan ekonomi *digital*.
2. Bagi platform e-commerce
Platform e-commerce sebaiknya dapat lebih berfokus pada peningkatan *Performance Expectancy* dari penggunaan *Digital Payment*. Selain itu penyedia layanan juga dapat menyederhanakan proses transaksi agar lebih mudah diakses oleh pengguna terutama bagi pengguna yang belum memiliki pemahaman terhadap keuangan *digital*.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Temuan dalam penelitian ini memiliki keterbatasan, sehingga peneliti di masa mendatang diharapkan dapat menyertakan variabel tambahan yang mempengaruhi perilaku penggunaan *Digital Payment* Gen Z yang belum dikaji dalam penelitian ini, seperti *facilitating conditions* dan *social influence* agar dapat lebih menggambarkan perilaku penggunaan *Digital Payment*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Adwan, A. S., Li, N., Al-Adwan, A., Abbasi, G. A., Albelbisi, N. A., & Habibi, A. (2023). "Extending the Technology Acceptance Model (TAM) to Predict University Students' Intentions to Use Metaverse-Based Learning Platforms". *Education and Information Technologies*, 28(11), 15381–15413. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11816-3>
- Anjani, D., Awali, H., Misidawati, D. N., Ekonomi, F., Islam, B., & Pekalongan, I. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet*. www.dana.id,
- Desvira, N. S., & Aransyah, M. F. (2023). Analysis of Factors Influencing Interest and Behavior in Using ShopeePay Features Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(2), 178–191. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i2.1594>
- Esther Rulianti, G. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Dalam Berinvestasi Reksa Dana Di Aplikasi Bibit (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Angkatan 2017-2020, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya)*.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage. <https://books.google.co.id/books?id=0R9ZswEACAAJ>
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Lyons, A., & Kass-Hanna, J. (2021). *A Multidimensional Approach to Defining and Measuring Financial Literacy in the Digital Age*.
- OJK. (2019). *Yuk Mengenal Fintech! Keuangan Digital Yang Tengah Naik Daun*. OJK.
- Onibala, A. A., Rindengan, Y., & Lumenta, A. S. (2021). *Analisis Penerapan Model UTAUT 2 (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2) Terhadap E-Kinerja Pada Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara*.
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Phan, T. C., Minh, T. Le, Nguyen, T. T., & Phan, H. T. (2023). *Digital Financial Literacy and Mobile Banking Behavior: Empirical Evidence from an Emerging Market* (pp. 164–178). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-348-1_15
- Priscilia, L. V., & Fadjar, N. S. (2024). Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik (E-Wallet) ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Journal of Development Economic and Social Studies*, 3(1), 189–199. <https://doi.org/10.21776/jdess.2024.03.1.15>
- Programme, U. N. D. (2024). *What are the Sustainable Development Goals?* <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>
- Putri, A. E. J., & Octavatiya, A. J. (2023). Perilaku Keuangan Pengguna E-Wallet di Kudus: Financial Technology, Demografi, Literasi Keuangan Dan Lifestyle Sebagai Prediktor. *Ekobil*, 2.
- Radianto, A. J. V., & Kilay, T. N. (2023). *Pengaruh Fomo (Fear Of Missing Out) Dan Influencer Terhadap Niatan Untuk Membeli Pada E-Commerce*. <https://doi.org/10.46306/rev.v4i1>
- Rani, T., Pratama, I., & Sinduwiatmo, K. (2024). Pandangan Mahasiswa Terhadap ShopeePay Sebagai Metode Pembayaran. In *Converse: Journal Communication Science* (Issue 1).
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The Social Media Party: Fear of Missing Out (FoMO), Social Media Intensity, Connection, and Well-Being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386–392. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>



- Roswaty, & Fitriana, N. (2020). *Pengaruh Motivasi dan Komitmen Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Perwakilan BPKP Provinsi Sumatera Selatan*. 9. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52333%2Fkompetitif.v9i1.636>
- Setiawan, B. (2023). *Fintech and Financial Inclusion: Cross Country Study Comparing Indonesia and Hungary*. Hungarian University of Agriculture and Life Sciences. https://phd.mater.uni-mate.hu/447/1/Dissertation%20%281%29_DOI.pdf
- Setiawan, W., & Sunaryo, D. (2022). Analisis Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Penggunaan Dompot Digital (Shopee Pay) Service Features And Security Analysis Of The Use Of Digital Wallet (Shopee Pay). In *Digibis: Digital Business Journal* (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/digibis>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2022). Social media induced fear of missing out (FoMO) and phubbing: Behavioural, relational and psychological outcomes. *Technological Forecasting and Social Change*, 174. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121149>
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27, 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wijaya, R. G. (2023). Dampak Penggunaan QRIS pada Pelaku UMKM di Kota Padangsidempuan (Studi Kasus pada Coffee Shop Kopi Koe). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 68–82. <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i1.900>