

SKRIPSI
PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN
PENGGUNAAN, DAN MANFAAT YANG DIRASAKAN
TERHADAP EFEKTIVITAS PENGELOLAAN KEUANGAN
PRIBADI PADA GOPAY DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI



Oleh
SALSABILA ADILAH PUTRI
NIM : 210501110101

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2025

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN MANFAAT YANG DIRASAKAN
TERHADAP EFEKTIVITAS PENGELOLAAN KEUANGAN
PRIBADI PADA GOPAY DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



Oleh
SALSABILA ADILAH PUTRI
NIM : 210501110101

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
DAN MANFAAT YANG DIRASAKAN TERHADAP EFEKTIVITAS
PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI PADA GOPAY DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
SKRIPSI

Oleh
SALSABILA ADILAH PUTRI
NIM : 210501110101

Telah Disetujui Pada Tanggal 6 Mei 2025

Dosen Pembimbing,



Farahiyah Sartika, M.M
NIP. 199201212018012002

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN MANFAAT YANG DIRASAKAN TERHADAP EFEKTIVITAS PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI PADA GOPAY DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

SKRIPSI

Oleh

SALSABILA ADILAH PUTRI

NIM : 210501110101

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 27 Mei 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dr. Muhammad Sulhan, SE, MM

NIP. 197406042006041002

2 Anggota Penguji

Puji Endah Purnamasari, M.M

NIP. 198710022015032004

3 Sekretaris Penguji

Farahiyah Sartika, M.M

NIP. 199201212018012002

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Muhammad Sulhan, SE, MM

NIP. 197406042006041002

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salsabila Adilah Putri

NIM : 210501110101

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: "**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN MANFAAT YANG DIRASAKAN TERHADAP EFEKTIVITAS PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI PADA GOPAY DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**" adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 Mei 2025

Hormat Saya,



Salsabila Adilah Putri

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, kesehatan, dan hidayah-Nya. Tanpa pertolongan-Nya, saya tidak bisa apa-apa. Meski perjalanan ini tak selalu mudah, saya bersyukur masih diberi kekuatan untuk bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala cinta dan hormat, karya ini saya persembahkan untuk:

Ibuku, Endah Purnawati

Sosok perempuan tangguh yang menjadi rumah bagi segala letihku. Doamu adalah cahaya dalam sunyi, pelita dalam gelap yang tak pernah padam. Terima kasih telah menjadi sandaran dalam tiap jatuh dan doa dalam tiap harap.

Ayahku, Alm. Subandi

Meski ragamu telah kembali ke pelukan Allah SWT, namun kasihmu tetap hidup dalam denyut langkahku. Namamu kutanam dalam setiap perjuangan ini, menjadi alasan untuk terus melangkah, meski sesekali tersandung rindu.

Ibu Farahiyah Sartika, MM

Terima kasih atas bimbingan, kesabaran, dan arah yang Ibu berikan. Dalam tiap revisi dan arahan, tersimpan ilmu dan ketulusan yang takkan pernah lekang oleh waktu.

Dan untuk diriku sendiri, Salsabila Adilah Putri

Terima kasih telah melangkah sejauh ini dengan konsisten dan penuh tanggung jawab. Untuk tetap bertahan, belajar, dan menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Semoga langkah ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih bermakna.

MOTTO

“Every sincere prayer whispered by the heart is a sign that Allah desires to respond, for He never inspires without purpose.”

“Allah doesn’t put a dream into your heart without providing you the capabilities of accomplishing it.”

“Just keep swimming”

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat yang Dirasakan Terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Gopay dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi” ini tentu tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbachul Munir, Lc., M.El., selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Muhammad Sulhan, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Farahiyah Sartika, MM., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan perhatian telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Mardiana, SE., MM., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan nasihat, dukungan, dan bimbingan selama masa studi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah dengan tulus membagikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tuaku tercinta, Ibu Endah Purnawati dan Bapak Subandi (Alm.), atas doa, cinta, dan pengorbanan yang tak terhingga.

8. Kakak dan adik-adikku tersayang Daryl Wahyudiandri, Raihan Nabila Putri, Rahma Anindya Putri, dan Efrilia Desy Setiyanti atas dukungan dan semangat yang selalu hadir di setiap langkahku.
9. Sahabat-sahabat “Itaewon” yang selalu ada Marsha, Ona, Oni, Athifa, Afiva, Ane, Salsa, dan Lela, serta sahabat terbaikku Devi dan Dhea, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup dan tumbuhku.
10. Sahabat-sahabat kuliahku, Bila dan Kurnia, yang selalu kebersamai dalam suka dan duka, menjadi tempat bercerita, bercanda, dan saling menguatkan
11. Teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2021, serta seluruh rekan seperjuangan di Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang yang telah memberikan warna dalam perjalanan studi ini.
12. Seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu—terima kasih atas segala kebaikan dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun, setiap proses yang dilalui dalam penyusunannya telah menjadi pembelajaran yang berharga. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah mendukung, membantu, dan menyemangati di setiap tahapnya. Meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu, setiap perhatian dan kebaikan yang diberikan sangat berarti dan takkan terlupakan. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, serta menjadi langkah kecil yang berarti dalam perjalanan ilmu dan kehidupan.

Malang, 5 Mei 2025

Salsabila Adilah Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
المخلص.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kajian Teoritis	32
2.2.1 TAM	32

2.2.2 Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi	32
2.2.3 Literasi Keuangan	36
2.2.4 Persepsi Kemudahan	41
2.2.5 Persepsi Manfaat	43
2.2.6 Kepercayaan	47
2.2.7 GoPay	51
2.3 Kerangka Konseptual	54
2.4 Hipotesa Penelitian	56

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	66
3.2 Lokasi Penelitian	66
3.3 Populasi dan Sampel	67
3.4 Teknik Pengumpulan Sampel	68
3.5 Data dan Jenis Data	70
3.6 Teknik Pengumpulan Data	70
3.7 Definisi Operasional Variabel	71
3.8 Analisis Data	74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	79
4.1.1 Gambaran Karakteristik Responden	79
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	80
4.1.3 Hasil Analisis Data	85
4.1.4 Uji Hipotesis	96
4.2 Pembahasan	101

BAB V PENUTUP

1.1	Kesimpulan	127
1.2	Saran	129
DAFTAR RUJUKAN.....		132
LAMPIRAN.....		138

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Perhitungan Sampel	68
Tabel 3.2 Persebaran Responden	69
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	71
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	79
Tabel 4.2 Jumlah Sebaran Responden.....	80
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	80
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X1)	81
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan (X2).....	82
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Manfaay yang Dirasakan (X3)	83
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kepercayaan (Z)	84
Tabel 4.8 Outer Loading	86
Tabel 4.9 Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability	87
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE)	87
Tabel 4.11 Discriminant Validity Fornell-Lacker Criterion.....	88
Tabel 4.12 Discriminant Validity Cross Loading.....	89
Tabel 4.13 Heterotrait Monotrait Ration (HTMT).....	89
Tabel 4.14 Assess the Structural Model for Collinearity Issues (VIF)	91
Tabel 4.15 Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect)	92
Tabel 4.16 Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect).....	93
Tabel 4.17 R-Square.....	94
Tabel 4.18 Effect Size	95
Tabel 4.19 Predictive Relevance (Q^2)	96
Tabel 4.20 SRMR.....	96
Tabel 4.21 Uji Hipotesis Langsung Literasi Keuangan pada Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi.....	96
Tabel 4.22 Uji Hipotesis Langsung Persepsi Kemudahan pada Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi	97

Tabel 4.23 Uji Hipotesis Langsung Persepsi Manfaat pada Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi.....	97
Tabel 4.24 Uji Hipotesis Langsung Literasi Keuangan pada Kepercayaan.....	98
Tabel 4.25 Uji Hipotesis Langsung Persepsi Kemudahan pada Kepercayaan.....	98
Tabel 4.26 Uji Hipotesis Langsung Persepsi Manfaat pada Kepercayaan.....	99
Tabel 4.27 Uji Hipotesis Langsung Kepercayaan pada Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi.....	99
Tabel 4.28 Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara Literasi Keuangan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Kepercayaan	100
Tabel 4.29 Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara Persepsi Kemudahan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Kepercayaan	100
Tabel 4.30 Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara Persepsi Manfaat terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Kepercayaan	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Volume Transaksi E-Wallet.....	3
Gambar 1.2 Pangsa Pasar E-Wallet di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Pangsa Pasar Dompet Digital Indonesia	4
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti	138
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	139
Lampiran 3 Data Kuesioner	143
Lampiran 4 Hasil Uji SmartPLS 4	150
Lampiran 5 Lembar Bebas Plagiasi	156
Lampiran 6 Jurnal Bimbingan	157

ABSTRAK

Putri, Salsabila Adilah. 2025. Skripsi. Judul: “Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Gopay dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi”

Pembimbing : Farahiyah Sartika, M.M

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Manfaat yang Dirasakan, Kepercayaan, Efektivitas Pengelolaan Keuangan, GoPay

Perkembangan teknologi finansial di era digital telah mengubah cara masyarakat mengelola keuangan, salah satunya melalui penggunaan dompet digital seperti GoPay. Meski adopsinya tinggi di kalangan mahasiswa, tidak semua pengguna memiliki kemampuan mengelola keuangan secara efektif. Di tengah literasi keuangan yang masih rendah dan kemudahan akses transaksi digital, layanan e-wallet berpotensi mendorong konsumsi yang tidak terkontrol tanpa pemahaman dan kepercayaan yang memadai.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode purposive sampling pada 150 mahasiswa PTN di Malang yang aktif menggunakan GoPay. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis dengan teknik Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Kepercayaan juga berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan digital dan pembangunan kepercayaan pengguna dalam menciptakan perilaku keuangan yang lebih bijak di era teknologi.

ABSTRACT

Putri, Salsabila Adilah. 2025. *THESIS*. Title: “*The Influence of Financial Literacy, Ease of Use, and Perceived Benefits on the Effectiveness of Personal Financial Management on GoPay with Trust as a Mediating Variable*”

Supervisor : Farahiyah Sartika, M.M

Keywords : *Financial Literacy, Ease of Use, Perceived Benefits, Trust, Effectiveness of Financial Management, GoPay*

The development of financial technology in the digital era has transformed how people manage their finances, including through the use of digital wallets such as GoPay. Although its adoption is high among university students, not all users possess the ability to manage their personal finances effectively. Amid low levels of financial literacy and increasingly easy access to digital transactions, e-wallet services risk encouraging uncontrolled spending without adequate understanding and trust.

This study aims to analyze the influence of financial literacy, perceived ease of use, and perceived usefulness on the effectiveness of personal financial management, with trust as a mediating variable. A quantitative approach was used with purposive sampling involving 150 students from public universities in Malang who actively use GoPay. Data were collected through online questionnaires and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of SmartPLS software.

The results show that financial literacy, perceived ease of use, and perceived usefulness have a positive influence on the effectiveness of personal financial management. Trust also serves as a significant mediating variable. These findings highlight the importance of improving digital financial literacy and building user trust to foster wiser financial behavior in the digital age.

الملخص

بوتري، سالسايلا أدبلة. ٢٠٢٥. رسالة جامعية
العنوان: "تأثير الثقافة المالية، وسهولة الاستخدام، والمنفعة المدركة على فعالية إدارة الشؤون المالية الشخصية في
"مع الثقة كمتغير وسيط GoPay
المشرفة: فرحية سرتيكا، ماجستير في الإدارة
GoPay، الكلمات المفتاحية: الثقافة المالية، سهولة الاستخدام، المنفعة المدركة، الثقة، فعالية إدارة الشؤون المالية

قد غير تطوّر التكنولوجيا المالية في العصر الرقمي طريقة إدارة الأفراد لأموالهم، ومن ذلك استخدام المحافظ الرقمية
وعلى الرغم من ارتفاع معدل استخدامها بين طلاب الجامعات، إلا أن العديد من المستخدمين لا GoPay. مثل
يتملكون القدرة الكافية على إدارة شؤونهم المالية الشخصية بشكل فعال. وفي ظل انخفاض مستوى الثقافة المالية
وسهولة الوصول المتزايدة إلى المعاملات الرقمية، قد تؤدي خدمات المحافظ الإلكترونية إلى تعزيز الاستهلاك غير
المنضبط ما لم يُصاحبها فهم وثقة كافيان

هدف هذا البحث إلى تحليل تأثير الثقافة المالية وسهولة الاستخدام والمنفعة المتصورة على فعالية إدارة الشؤون
المالية الشخصية، مع اعتبار الثقة متغيراً وسيطاً. استخدم البحث منهجاً كمياً من خلال أسلوب العينة القصدية
بشكل نشط. جُمعت البيانات GoPay وشمل 150 طالباً من جامعات حكومية في مدينة مالانج ممن يستخدمون
بمساعدة برنامج (SEM) من خلال استبيانات إلكترونية وتم تحليلها باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية
SmartPLS.

أظهرت النتائج أن الثقافة المالية وسهولة الاستخدام والمنفعة المتصورة تؤثر إيجابياً على فعالية إدارة الشؤون المالية
الشخصية. كما تبين أن الثقة تلعب دوراً وسيطاً مهماً. وتؤكد هذه النتائج على أهمية تعزيز الثقافة المالية الرقمية وبناء
الثقة لدى المستخدمين لتعزيز السلوك المالي الحكيم في العصر الرقمي

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengelolaan keuangan pribadi yang efektif merupakan keterampilan fundamental yang semakin krusial di era modern, terutama dengan pesatnya perkembangan teknologi finansial yang mengubah lanskap keuangan secara signifikan. Mengacu pada Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang diselenggarakan oleh OJK pada tahun 2022, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia tercatat sebesar 49,68%. Persentase ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia masih mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi secara optimal, seperti dalam mengatur pengeluaran, membuat perencanaan anggaran, serta menyusun strategi keuangan jangka panjang. Kondisi ini menjadi semakin kompleks dengan masifnya adopsi teknologi finansial, dimana penetrasi fintech di Indonesia telah mencapai 80% dari populasi dewasa pada tahun 2023 (Bank Indonesia, 2023).

Paradoks menarik muncul dalam konteks rendahnya literasi keuangan tersebut. Di satu sisi, masyarakat Indonesia menunjukkan tingkat adopsi teknologi finansial yang sangat tinggi, dengan penetrasi fintech yang mencapai 80% dari populasi dewasa pada tahun 2023 (Bank Indonesia, 2023). Fenomena kontradiktif ini menciptakan situasi dimana akses terhadap layanan keuangan meningkat pesat, namun tidak diimbangi dengan pemahaman yang memadai tentang pengelolaan keuangan. Data dari Bank Indonesia (2023) memperkuat kondisi ini dengan menunjukkan volume transaksi digital yang mencapai Rp51,8 triliun per hari pada tahun 2023, meningkat signifikan dari Rp43,2 triliun per hari pada tahun sebelumnya.

Mengingat paradoks tersebut, efektivitas pengelolaan keuangan pribadi memiliki peran yang semakin vital dalam mencapai kesejahteraan finansial individu. Sebagaimana dikemukakan oleh Lusardi & Mitchell (2014),

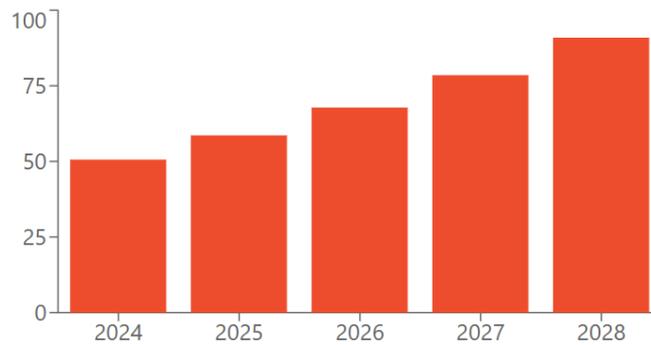
pengelolaan keuangan yang efektif memungkinkan individu untuk membangun ketahanan finansial dalam menghadapi berbagai situasi ekonomi yang tidak terduga. Relevansi ini semakin menguat di era pasca pandemi COVID-19, dimana ketidakpastian ekonomi global semakin meningkat. Tang & Baker (2016) memperkuat argumentasi ini dengan menekankan bahwa efektivitas pengelolaan keuangan pribadi berperan penting dalam pencapaian tujuan keuangan jangka pendek, menengah, dan panjang.

Lebih dari sekadar aspek finansial, efektivitas pengelolaan keuangan juga memberikan dampak psikologis dan sosial yang signifikan. Potrich et al. (2015) dan Arifin (2018) dalam penelitian mereka mengungkapkan bahwa individu dengan pengelolaan keuangan yang efektif tidak hanya mengalami tingkat stres yang lebih rendah terkait masalah keuangan, tetapi juga menunjukkan tingkat kepuasan hidup yang lebih tinggi secara keseluruhan. Temuan ini diperkuat oleh studi longitudinal World Bank (2023) di berbagai negara berkembang, termasuk Indonesia, yang menunjukkan korelasi positif antara efektivitas pengelolaan keuangan pribadi dengan tingkat kesejahteraan rumah tangga, mobilitas sosial, dan ketahanan ekonomi.

Dalam upaya meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan tersebut, era digital telah menghadirkan berbagai inovasi yang mentransformasi cara pengelolaan keuangan pribadi, terutama melalui platform fintech. Di antara berbagai inovasi fintech yang berkembang, dompet digital (e-wallet) muncul sebagai salah satu bentuk yang paling pesat pertumbuhannya. Data Statista (2024) memproyeksikan volume transaksi e-wallet di Indonesia akan mencapai US\$50,6 miliar pada tahun 2024, dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR 2024-2028) sebesar 15,77%. Pertumbuhan eksponensial ini menunjukkan

potensi besar e-wallet dalam mendukung efektivitas pengelolaan keuangan pribadi masyarakat Indonesia.

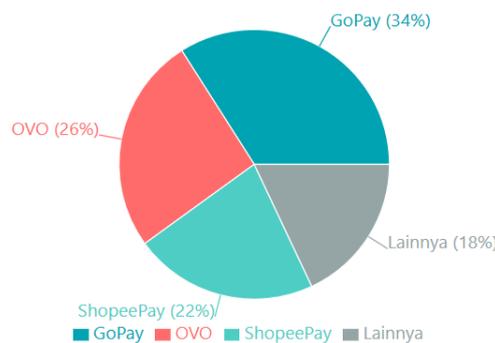
Gambar 1.1
Proyeksi Volume Transaksi E-Wallet



Sumber: Data Statista (2024)

Dalam lanskap e-wallet yang berkembang pesat ini, GoPay telah memantapkan posisinya sebagai pemimpin pasar dompet digital di Indonesia dengan berbagai pencapaian signifikan. Berdasarkan survei Ipsos Digital Payments Study (2023), GoPay memimpin pasar dengan pangsa sebesar 34%, diikuti oleh OVO (26%) dan ShopeePay (22%). Dominasi ini bukan tanpa alasan, GoPay didukung oleh basis pengguna yang luas mencapai lebih dari 55 juta pengguna aktif bulanan, dengan tingkat retensi pengguna yang mencapai 92% pada tahun 2023, tertinggi di antara seluruh dompet digital di Indonesia (S&P Global Market Intelligence, 2023).

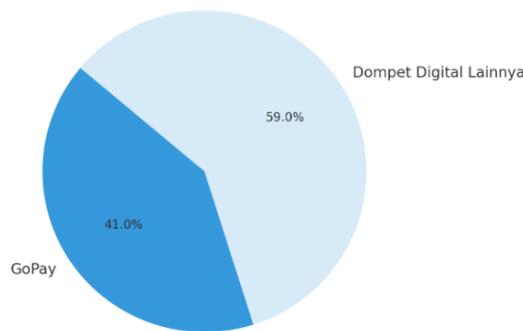
Gambar 1.2
Pangsa Pasar E-Wallet di Indonesia



Sumber: Ipsos Digital Payments Study (2023)

Keunggulan GoPay semakin diperkuat dengan integrasi yang seamless dalam ekosistem GoTo, yang mencakup layanan transportasi, e-commerce, dan layanan keuangan digital. Integrasi komprehensif ini memungkinkan pengguna untuk mengelola berbagai aspek keuangan dalam satu platform, dari pembayaran transportasi hingga investasi. Menurut laporan Momentum Works (2024), GoPay memproses transaksi senilai Rp195 triliun sepanjang tahun 2023, meningkat 28% dari tahun sebelumnya, dengan kontribusi yang mencapai 41% dari total transaksi dompet digital di Indonesia (Bank Indonesia, 2024).

Gambar 1.3
Pangsa Pasar Dompet Digital Indonesia



Sumber: Momentum Works (2024)

Mengingat dominasi GoPay dan potensinya dalam mendukung pengelolaan keuangan yang efektif, penelitian ini memfokuskan pada segmen mahasiswa sebagai subjek kajian yang strategis. Pemilihan mahasiswa didasarkan pada pertimbangan teoritis yang kuat. Menurut Chen & Volpe (2018), mahasiswa merupakan kelompok yang strategis dalam penelitian terkait literasi keuangan dan adopsi teknologi finansial karena berada pada fase kritis pembentukan kebiasaan pengelolaan keuangan. Karakteristik unik mahasiswa sebagai early adopters teknologi finansial sekaligus kelompok yang masih dalam proses pembentukan literasi keuangan (Lusardi & Mitchell, 2014) menjadikan mereka subjek penelitian yang ideal untuk memahami dinamika penggunaan e-wallet dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Secara spesifik, penelitian ini menargetkan mahasiswa PTN di Malang (Universitas Brawijaya, Universitas Islam Negeri Malang, Universitas Negeri

Malang, dan Politeknik Negeri Malang) sebagai responden. Pemilihan Malang sebagai lokasi penelitian didukung oleh posisinya sebagai kota pendidikan dengan konsentrasi mahasiswa yang tinggi, dengan populasi mahasiswa di empat PTN tersebut mencapai lebih dari 150.000 mahasiswa aktif (Kemenristekdikti, 2023). Data pendukung menunjukkan bahwa tingkat penetrasi penggunaan GoPay di kalangan mahasiswa PTN Malang mencapai 88%, dengan rata-rata frekuensi penggunaan 4,5 kali per minggu (survei internal kampus, 2023).

Tingginya adopsi GoPay di kalangan mahasiswa tidak terlepas dari pola penggunaan yang intensif dan beragam. McKinsey Digital Banking Report (2024) mengungkapkan bahwa 85% pengguna GoPay menggunakan layanan ini minimal 3 kali seminggu, dengan tingkat engagement tertinggi justru berada di kalangan pengguna muda termasuk mahasiswa. Fenomena ini menarik karena menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa umumnya memiliki keterbatasan finansial, mereka menunjukkan tingkat kepercayaan dan ketergantungan yang tinggi terhadap platform digital untuk mengelola keuangan mereka.

Meski ketersediaan fitur-fitur tersebut membuka peluang besar, dalam konteks implementasi teknologi finansial, literasi keuangan tetap menjadi faktor fundamental yang mempengaruhi efektivitas penggunaannya. Literasi keuangan mencakup perpaduan antara pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan finansial yang bijak demi mencapai kesejahteraan keuangan individu (OECD, 2018). Menurut Huston (2010), literasi keuangan diartikan sebagai kapasitas seseorang dalam memahami serta memanfaatkan informasi keuangan secara efisien dalam pengelolaan keuangan pribadi. Tingkat literasi keuangan diketahui berperan penting terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi, di mana individu yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih mampu dalam mengatur kondisi finansialnya.

Namun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan keragaman temuan terkait dampak literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan berbasis digital. Studi yang dilakukan oleh Evitasari et al. (2022) menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara tingkat literasi keuangan dengan kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi, khususnya pada pengguna dompet digital. Temuan ini diperkuat oleh laporan dari World Bank (2023), yang menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin optimal pula pemanfaatan layanan keuangan digital. Sebaliknya, penelitian oleh Adhliana et al. (2022) menyimpulkan bahwa literasi keuangan tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Hasil serupa juga ditemukan oleh Gustantio et al. (2024), yang mengindikasikan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak signifikan terhadap penggunaan e-wallet.

Selain literasi keuangan, salah satu aspek yang turut memengaruhi efektivitas dalam mengelola keuangan pribadi adalah persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Konsep ini merujuk pada keyakinan individu bahwa suatu teknologi atau sistem dapat dioperasikan dengan mudah dan tanpa memerlukan usaha yang besar (Davis, 1989). Dalam konteks penggunaan GoPay, kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana pengguna merasa bahwa layanan pembayaran digital ini mudah dipahami, tidak rumit untuk dipelajari, serta tidak menuntut upaya kognitif yang tinggi saat digunakan. Aspek ini mencakup kemudahan dalam proses registrasi akun, pengisian saldo, transaksi pembayaran, pengiriman dana, hingga navigasi aplikasi yang dirancang secara user-friendly.

Dalam kaitannya dengan persepsi kemudahan penggunaan, sejumlah penelitian menunjukkan hasil yang beragam. Agustino et al. (2021) mengidentifikasi bahwa kemudahan dalam penggunaan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan individu dalam menggunakan e-wallet. Hasil serupa diperoleh dari studi Wasana dan Telagawathi (2023), yang juga mengonfirmasi adanya pengaruh positif yang signifikan dari persepsi

kemudahan terhadap tingkat penggunaan layanan dompet digital. Meskipun demikian, penelitian Kartika (2023) menghasilkan temuan berbeda, yakni bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku penggunaan e-wallet.

Bersama dengan kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) juga menjadi salah satu variabel yang memengaruhi sejauh mana seseorang mampu mengelola keuangannya secara efektif. Konsep ini merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi atau sistem akan meningkatkan efisiensi dan memberikan nilai tambah bagi pengguna (Davis, 1989). Dalam konteks GoPay, manfaat yang dirasakan merujuk pada kepercayaan pengguna bahwa layanan pembayaran digital ini dapat mendukung kelancaran transaksi keuangan mereka, baik melalui efisiensi waktu, kemudahan dalam proses pembayaran, maupun keuntungan tambahan seperti promo dan cashback yang ditawarkan.

Dalam hal manfaat yang dirasakan, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang lebih konsisten namun dengan variasi dalam kekuatan pengaruhnya. Aisyiah et al. (2023) dan Evitasari et al. (2023) sama-sama menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech. Namun, kekuatan pengaruh ini menunjukkan variasi ketika dimediasi oleh variabel lain.

Dalam perkembangan keuangan digital yang semakin kompleks, kepercayaan menjadi fondasi utama yang menentukan kesuksesan adopsi layanan keuangan digital. Literasi keuangan yang memadai merupakan salah satu elemen penting dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap layanan keuangan digital. Pengetahuan yang cukup mengenai konsep dan produk keuangan dapat membantu individu merasa lebih yakin dalam menilai potensi risiko maupun manfaat dari layanan digital yang digunakan. Meski demikian, temuan dari berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten terkait hubungan antara literasi keuangan dan tingkat kepercayaan pengguna.

Seperti studi yang dilakukan oleh Kantika et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dalam menggunakan layanan perbankan digital. Sebaliknya, studi lain seperti yang dilakukan oleh Adhliana et al. (2022), Ningsih et al. (2023), dan Gustantio et al. (2024) mengindikasikan bahwa literasi keuangan tidak secara signifikan memengaruhi penggunaan layanan keuangan digital. Perbedaan hasil ini mengisyaratkan bahwa terdapat variabel lain yang mungkin turut memediasi atau memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan tingkat kepercayaan pengguna.

Di samping literasi keuangan, persepsi terhadap kemudahan penggunaan turut memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap layanan keuangan digital. Studi yang dilakukan oleh Nangin et al. (2020) serta Wasana et al. (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan konsumen. Namun demikian, hasil berbeda ditemukan oleh Kartika (2023), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak secara signifikan memengaruhi minat dalam menggunakan layanan tersebut. Hal serupa diungkapkan oleh Rizkyla et al. (2024), yang menilai bahwa pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan tergolong lebih lemah dibandingkan faktor-faktor lainnya, sehingga menandakan perlunya penelitian lanjutan untuk mendalami hubungan ini.

Variabel selanjutnya yang berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan pengguna adalah manfaat yang dirasakan. Dalam hal ini, penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam namun cenderung positif. Evitasari et al. (2023) dan Agustino et al. (2021) menemukan bahwa kepercayaan berperan efektif dalam memediasi hubungan antara persepsi manfaat dan keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Rizkyla et al. (2024) bahkan mengungkapkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepercayaan dibandingkan faktor-faktor lainnya. Namun, Aisyiah et al. (2023) menunjukkan hasil berbeda dimana persepsi

manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan fintech tetapi kepercayaan tidak berperan sebagai mediator.

Dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan merupakan salah satu faktor krusial yang secara konsisten mempengaruhi adopsi dan penggunaan layanan fintech dalam berbagai penelitian. Agustino et al. (2021) menemukan bahwa kepercayaan berperan sebagai mediator yang efektif dalam hubungan antara promosi, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan dompet digital. Sejalan dengan temuan tersebut, Vernon dan See (2022) mengkonfirmasi bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi e-wallet di Malaysia, sementara Yang et al. (2021) menunjukkan kepercayaan sebagai salah satu faktor positif yang mempengaruhi niat dan adopsi e-wallet di Indonesia. Lebih lanjut, Evitasari et al. (2023) membuktikan bahwa kepercayaan berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan persepsi manfaat dengan keputusan penggunaan QRIS, dan Putri et al. (2023) mengonfirmasi peran kepercayaan dalam memediasi hubungan antara persepsi risiko dan keputusan penggunaan e-wallet. Rizkyla et al. (2024) dan Kantika et al. (2022) juga menekankan dominasi kepercayaan dalam mempengaruhi minat penggunaan bank digital, dengan kepercayaan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keamanan, literasi keuangan, dan citra merek.

Meskipun kepercayaan telah terbukti sebagai variabel penting dalam adopsi fintech, terdapat beberapa gap penelitian yang signifikan dalam literatur yang ada. Pertama, terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai peran kepercayaan, dimana beberapa studi seperti Aisyiah et al. (2023) dan Naufaldi et al. (2020) menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan atau tidak berperan sebagai mediator yang efektif, kontras dengan mayoritas penelitian lain yang menunjukkan pengaruh positif kepercayaan. Kedua, terdapat keterbatasan dalam mengeksplorasi antecedent kepercayaan, dimana penelitian seperti Nangin et al. (2020) menunjukkan hasil yang mengejutkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan, sementara penelitian lain belum mengeksplorasi secara mendalam bagaimana faktor-

faktor budaya, demografis, atau psikologis membentuk kepercayaan pengguna terhadap layanan fintech. Ketiga, masih terbatasnya penelitian yang mengkaji peran kepercayaan dalam konteks yang lebih spesifik seperti pengaruh religiusitas (hanya ditemukan pada Nasution & Munir, 2023) atau perbedaan generasi dalam membentuk kepercayaan terhadap layanan fintech, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami kompleksitas variabel kepercayaan dalam berbagai konteks dan segmen pengguna.

Berdasarkan kajian literatur dan research gap yang telah dipaparkan, ketidakkonsistenan temuan dalam penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya studi lanjutan untuk menggali lebih dalam mengenai interaksi antar faktor tersebut dalam konteks efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay. Teridentifikasi beberapa kesenjangan penelitian yang masih perlu diisi. Pertama, meskipun telah banyak penelitian yang mengkaji variabel-variabel tersebut secara terpisah, masih terbatas penelitian komprehensif yang mengintegrasikan faktor literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan dalam konteks efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui e-wallet, khususnya GoPay. Kedua, mengingat hasil yang beragam dari penelitian sebelumnya, peran kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara ketiga faktor tersebut dengan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi masih memerlukan eksplorasi lebih mendalam. Ketiga, inkonsistensi temuan penelitian terdahulu mengindikasikan perlunya penelitian lanjutan dalam konteks spesifik platform GoPay.

Penelitian yang mengkaji hubungan kompleks ini memiliki signifikansi yang tinggi dari berbagai perspektif. Dari sisi praktis, temuan penelitian ini dapat memberikan masukan yang berguna bagi pengembang layanan e-wallet dalam meningkatkan kualitas platform, serta bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan program edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran. Secara teoritis, studi ini juga berpotensi memperkaya pemahaman mengenai determinan perilaku keuangan di era digital, sekaligus mengkaji peran mediasi kepercayaan dalam konteks teknologi finansial (fintech).

Dalam konteks perkembangan penelitian fintech dan e-wallet, penelitian ini menghadirkan beberapa aspek keterbaruan (novelty) yang membedakannya dari studi-studi sebelumnya. Pertama, penggunaan variabel kepercayaan sebagai mediator dalam penelitian ini memberikan perspektif baru dalam memahami mekanisme psikologis yang mendasari efektivitas pengelolaan keuangan digital. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang sebagian besar hanya mengkaji kepercayaan sebagai anteseden langsung dari adopsi teknologi, penelitian ini secara spesifik mengeksplorasi peran mediasi kepercayaan dalam mentransformasi pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan menjadi outcome yang lebih substantif yaitu efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Kedua, fokus pada efektivitas pengelolaan keuangan pribadi sebagai variabel outcome merupakan evolusi signifikan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya terbatas pada intention to use, adoption, atau actual usage. Pendekatan ini memberikan perspektif yang lebih holistik dan aplikatif, karena mengukur dampak nyata penggunaan e-wallet terhadap kemampuan individu dalam mencapai tujuan keuangan mereka, bukan sekadar kecenderungan atau keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini mengambil judul “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada GoPay dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika pengelolaan keuangan pribadi di era digital, khususnya dalam konteks penggunaan e-wallet di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay?
3. Apakah manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay?
4. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan GoPay?
5. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan GoPay?
6. Apakah manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan GoPay?
7. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay?
8. Apakah terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dimediasi oleh kepercayaan?
9. Apakah terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dimediasi oleh kepercayaan?
10. Apakah terdapat pengaruh antara manfaat yang dirasakan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dimediasi oleh kepercayaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui keterkaitan antara literasi keuangan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay.
2. Mengetahui keterkaitan antara kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay.
3. Mengetahui keterkaitan antara manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay.

4. Mengetahui keterkaitan antara literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan GoPay.
5. Mengetahui keterkaitan antara kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan GoPay.
6. Mengetahui keterkaitan antara manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan GoPay.
7. Mengetahui keterkaitan pengaruh antara kepercayaan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay.
8. Mengetahui keterkaitan pengaruh antara literasi keuangan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dimediasi oleh kepercayaan.
9. Mengetahui keterkaitan pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dimediasi oleh kepercayaan.
10. Mengetahui keterkaitan pengaruh antara manfaat yang dirasakan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dimediasi oleh kepercayaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori dan literatur tentang penggunaan e-wallet, khususnya GoPay, dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini mencakup pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan mempengaruhi efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui platform digital.

Studi ini memperluas pemahaman tentang peran literasi keuangan dalam adopsi dan penggunaan efektif teknologi keuangan digital. Ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana tingkat literasi keuangan berinteraksi dengan faktor-faktor teknologi dalam mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi.

Penelitian ini memperdalam pemahaman tentang peran kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam konteks penggunaan e-wallet untuk pengelolaan keuangan. Ini memberikan kontribusi signifikan pada literatur tentang adopsi teknologi keuangan dan perilaku konsumen dalam lingkungan digital.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan gambaran komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penggunaan GoPay dalam pengelolaan keuangan pribadi. Hasil ini dapat membantu GoPay dalam merancang dan mengembangkan layanan yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan aspek literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna.

Hasil penelitian dapat membantu pengguna memahami faktor-faktor yang berkontribusi pada efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui e-wallet. Ini dapat mendorong pengguna untuk meningkatkan literasi keuangan mereka dan mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur GoPay untuk pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang perilaku finansial masyarakat dalam era digital. Informasi ini dapat digunakan untuk mengembangkan program edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran, mengintegrasikan pemahaman teknologi keuangan digital ke dalam kurikulum pendidikan keuangan.

Wawasan dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi pelaku industri fintech lainnya dalam memahami dinamika adopsi dan penggunaan efektif layanan keuangan digital. Ini dapat membantu dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran yang lebih efektif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Aisyiah et al. (2023) melakukan kajian mengenai pengaruh persepsi manfaat dan pengalaman bertransaksi online terhadap penggunaan layanan fintech Shopee Pay pada kalangan milenial Muslim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 102 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara positif terhadap penggunaan Shopee Pay, sementara pengalaman online tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Selain itu, kepercayaan tidak terbukti memediasi hubungan antara persepsi manfaat maupun pengalaman online terhadap penggunaan fintech tersebut.

Agustino et al. (2021) meneliti bagaimana promosi, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat memengaruhi minat menggunakan dompet digital, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Melalui pendekatan kuantitatif dengan 100 responden di Banjarmasin, hasil penelitian memperlihatkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan minat penggunaan. Kepercayaan juga terbukti menjadi mediator yang efektif dalam hubungan tersebut.

Evitasari et al. (2023) mengeksplorasi pengaruh literasi keuangan, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan mahasiswa di Jakarta dalam menggunakan QRIS. Melibatkan 102 responden dengan metode Partial Least Squares (PLS), penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan, sedangkan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan menunjukkan dampak positif dan signifikan. Kepercayaan juga ditemukan sebagai variabel mediasi dalam kaitannya dengan persepsi manfaat dan keputusan penggunaan QRIS.

Vernon dan See (2022) menginvestigasi faktor-faktor yang memengaruhi intensi adopsi e-wallet di Malaysia. Berdasarkan data dari 400 responden, ditemukan bahwa pengetahuan, persepsi kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk mengadopsi e-wallet, sedangkan pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh yang berarti.

Naufaldi et al. (2020) menyelidiki hubungan antara persepsi kemudahan, manfaat, dan kepercayaan terhadap niat menggunakan layanan digital. Dengan 200 responden dan analisis SmartPLS-SEM, ditemukan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat memberikan pengaruh positif, namun kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan.

Ong et al. (2022) menganalisis dampak persepsi risiko, kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat mahasiswa di Jakarta dalam menggunakan aplikasi LinkAja. Hasil dari 90 responden menunjukkan bahwa persepsi risiko dan literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan, sementara persepsi kemudahan tidak memengaruhi minat penggunaan.

Asmara et al. (2023) mengkaji bagaimana literasi dan sikap keuangan memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi pengguna e-wallet. Dengan metode kuantitatif dan melibatkan 100 responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa keduanya memberikan dampak positif dan signifikan.

Adhliana et al. (2022) meneliti hubungan antara literasi, efikasi, dan pengalaman keuangan dengan perilaku manajemen keuangan pengguna SPayLater. Dengan 100 responden, ditemukan bahwa efikasi dan pengalaman keuangan berpengaruh signifikan, sedangkan literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti.

Ningsih et al. (2023) menganalisis dampak literasi keuangan, manfaat layanan paylater, dan pendapatan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan Shopee PayLater. Berdasarkan 130 responden dari Tambun

Selatan, hanya manfaat paylater dan pendapatan yang menunjukkan pengaruh positif, sementara literasi keuangan tidak berpengaruh.

Gustantio et al. (2024) mengevaluasi peran gaya hidup konsumtif, literasi keuangan, dan kemudahan transaksi terhadap penggunaan e-wallet oleh Generasi Z. Temuan menunjukkan bahwa hanya persepsi kemudahan yang memberikan dampak signifikan, sedangkan dua variabel lainnya tidak berpengaruh.

Maulana et al. (2024) mempelajari pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan literasi keuangan terhadap penggunaan ShopeePay di Bengkulu. Dengan 100 responden, ketiga faktor tersebut terbukti memberikan dampak positif dan signifikan dengan kontribusi total sebesar 33,8%.

Wasana et al. (2023) meneliti bagaimana persepsi kemudahan dan kepercayaan memengaruhi minat masyarakat Buleleng dalam menggunakan ShopeePay. Menggunakan regresi linier berganda dan 90 responden, keduanya ditemukan memberikan pengaruh positif baik secara individu maupun simultan.

Zubaedah (2024) menganalisis pengaruh promosi, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna ShopeePay. Berdasarkan hasil survei terhadap 85 pengguna selama pandemi, hanya kemudahan dan kepercayaan layanan yang menunjukkan pengaruh signifikan, sedangkan promosi tidak berpengaruh.

Kartika (2023) meneliti persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa menggunakan Shopee PayLater. Penelitian terhadap 107 mahasiswa di Jember ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kepercayaan berpengaruh positif, namun kemudahan tidak berdampak signifikan.

Yang et al. (2021) menyelidiki niat dan adopsi e-wallet di Indonesia dengan melibatkan 501 responden. Penelitian menunjukkan bahwa berbagai faktor seperti kemudahan, kegunaan, pengaruh sosial, kepercayaan, dan

kecocokan gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap niat dan adopsi, dengan niat sebagai mediator.

Putri et al. (2023) menilai peran kepercayaan dalam memediasi hubungan antara persepsi risiko dan keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa. Dengan 100 responden, hasil menunjukkan bahwa persepsi risiko hanya berpengaruh pada kepercayaan, dan kepercayaanlah yang secara signifikan memengaruhi keputusan penggunaan.

Suseno et al. (2021) menggunakan pendekatan Technology Acceptance Model untuk memahami niat penggunaan Go-Pay di Garut. Hasil analisis menunjukkan bahwa kegunaan dan kemudahan memengaruhi niat perilaku, sedangkan kepercayaan tidak memberikan dampak signifikan.

Rizkyla et al. (2024) meneliti minat generasi Y dan Z dalam menggunakan bank digital. Dengan pendekatan SmartPLS, hasil menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan berdampak besar pada kepercayaan, dan kepercayaan serta kegunaan berpengaruh dominan terhadap minat penggunaan.

Kantika et al. (2022) mengkaji adopsi layanan bank digital dengan kepercayaan sebagai mediator. Menggunakan SmartPLS pada data pengguna Indonesia, penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan berperan penting dalam adopsi layanan dan dipengaruhi secara signifikan oleh keamanan, kesenangan, literasi keuangan, dan citra merek.

Nangin et al. (2020) meneliti efek kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi terhadap kepercayaan serta dampaknya pada adopsi fintech. Berdasarkan data dari 100 pengguna Sakuku di Jakarta, ditemukan bahwa kemudahan dan promosi berpengaruh positif terhadap kepercayaan, sementara keamanan tidak. Kepercayaan kemudian berdampak signifikan pada adopsi fintech.

Nasution & Munir (2023) menganalisis pengaruh literasi keuangan, risiko, dan kemudahan terhadap minat menggunakan paylater, dengan

religiusitas sebagai variabel moderasi. Dari 390 mahasiswa di Malang, ditemukan bahwa literasi dan kemudahan memiliki pengaruh positif, risiko tidak berpengaruh, dan religiusitas memperlemah hubungan antara kemudahan dan minat.

Pratnyawati & Mardiana (2023) meneliti dampak ShopeePay Later dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa. Dari 132 responden, keduanya terbukti berpengaruh signifikan, dengan model mampu menjelaskan 64,29% variasi pembelian impulsif.

Permatasari et al. (2024) mengevaluasi penerimaan layanan pinjaman P2P oleh UMKM di Malang berdasarkan Technology Acceptance Model dan prinsip Maqasid Shariah. Dengan 192 responden, seluruh hubungan antar variabel menunjukkan pengaruh signifikan dan model menunjukkan kekuatan yang tinggi dengan R^2 sebesar 75,8% untuk penggunaan aktual.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Penulis	Varibel	Metode	Hasil Penelitian
1.	CAN PERCEIVED USEFULNESS AND ONLINE EXPERIENCES AFFECT SHOPEEPAYFINTECH USAGE BY MILLENNIAL MUSLIMS?	Helti Nur Aisyiah, Septi Kurnia Prastiwi, Asep Maulana Rohimat (2023)	Variabel Independen: Persepsi manfaat Pengalaman Kepercayaan Variabel Dependen: Penggunaan fintech Variabel Mediasi: Kepercayaan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 102 Muslim milenial di kawasan Solo Raya. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26 melalui regresi berganda dan model jalur untuk menguji peran mediasi.	Ditemukan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan fintech, sedangkan pengalaman daring tidak memberikan pengaruh. Selain itu, kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan antara persepsi kegunaan dan pengalaman daring terhadap penggunaan fintech.
2.	PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-WALLET DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGGUNA E-	Lalu Agustino, Ujianto, Imawati Yousida (2021)	Variabel Independen: Promosi Persepsi kemudahan Persepsi manfaat Variabel Dependen: Penggunaan e-wallet Variabel Mediasi: Kepercayaan	Penelitian dilakukan secara kuantitatif dengan purposive sampling terhadap 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui Google Form, dan analisis menggunakan SEM dengan aplikasi AMOS 24 serta uji	Promosi, kemudahan, dan persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan dan minat penggunaan e-wallet. Kepercayaan juga menjadi mediator signifikan dalam pengaruh ketiga variabel

	WALLET DI KOTA BANJARMASIN			Sobel untuk menguji mediasi.	tersebut terhadap minat penggunaan.
3.	THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, PERCEIVED BENEFITS, AND PERCEIVED EASE OF USE ON QRIS USAGE DECISION AMONG STUDENTS IN DKI JAKARTA WITH TRUST AS A MEDIATING VARIABLE.	Kirayna Evitasari, Nelvina Ivana, Osly Usman (2023)	Variabel Independen: Literasi keuangan Persepsi manfaat Persepsi kemudahan Variabel Dependen: Penggunaan fintech Variabel Mediasi: Kepercayaan	Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling terhadap 102 responden. Data dianalisis menggunakan software SmartPLS versi 4.0 dengan pendekatan Partial Least Squares.	Literasi keuangan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sebaliknya, persepsi kegunaan dan kemudahan memberikan pengaruh signifikan, dan kepercayaan berperan sebagai mediator antara persepsi kegunaan dan keputusan penggunaan.
4.	FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO ADOPT E-WALLET: A REGIONAL DISTRIBUTION PERSPECTIVE IN MALAYSIA	Liew Vernon, Poh Phaik See (2022)	Variabel Independen: Literasi keuangan Persepsi manfaat Persepsi kemudahan Pengaruh sosial Variabel Dependen: Niat adopsi e-wallet Variabel Mediasi: Kepercayaan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan dari 400 responden dan dianalisis menggunakan algoritma PLS-SEM melalui aplikasi SmartPLS.	Pengetahuan, kemudahan, kegunaan, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat adopsi e-wallet, sementara pengaruh sosial tidak menunjukkan signifikansi terhadap niat adopsi.
5.	PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, DAN	Ivan Naufaldi, Miharni Tjokrosaputro (2020)	Variabel Independen: Perceived ease of use Perceived usefulness Trust	Menggunakan metode kuantitatif dengan teknik convenience sampling dan jumlah	Persepsi kemudahan dan kegunaan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan e-wallet,

	TRUST TERHADAP INTENTION TO USE		Variabel Dependen: Intention to use	sampel sebanyak 200 orang. Data dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan software SmartPLS.	namun kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat tersebut.
6.	PENGARUH PERSEPSI RISIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LINKAJA	Veronica Ong , Nuryasman MN (2022)	Variabel Independen: Persepsi risiko Persepsi kemudahan Literasi keuangan Variabel Dependen: Penggunaan LinkAja	Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel sebanyak 90 mahasiswa di Jakarta dipilih menggunakan purposive sampling dan data dikumpulkan secara daring. Analisis dilakukan dengan SmartPLS versi 3.2.9.	Persepsi risiko dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan, sementara persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.
7.	PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN PRIBADI PENGGUNA E-WALLET	Carissa Dea Asmara, Pusvita Yuana (2023)	Variabel Independen: Literasi keuangan Sikap keuangan Variabel Dependen: Manajemen keuangan pribadi pengguna e-wallet	Jenis penelitian explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 100 responden diperoleh melalui teknik purposive sampling. Analisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 29.	Literasi keuangan dan sikap keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi pengguna e-wallet.

8.	ANALISIS LITERASI KEUANGAN, EFIKASI KEUANGAN, DAN PENGALAMAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN PENGGUNA SPAYLATER DKI JAKARTA	Bunga Safira Adhliana, Husnil Barry, Nidia Sofa (2022)	Variabel Independen: Literasi keuangan Efikasi keuangan Pengalaman keuangan Variabel Dependen: Manajemen keuangan	Jenis penelitian ini adalah kausal asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel terdiri dari 100 responden warga DKI Jakarta berusia 20–39 tahun dengan teknik purposive sampling. Analisis dilakukan dengan SmartPLS 3.2.9.	Literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan, sedangkan efikasi dan pengalaman keuangan berpengaruh positif signifikan.
9.	PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MANFAAT PAYLATER DAN PENDAPATAN GENERASI Z TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PAYLATER DI PLATFROM SHOPEE PADA KECAMATAN TAMBUN SELATAN	Martanti Cahya Ningsih, Choiroel Woestho, Dody Kurniawan (2023)	Variabel Independen: Literasi keuangan Manfaat Pendapatan Variabel Dependen: Minat penggunaan	Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif terhadap generasi Z di Tambun Selatan dengan 130 responden yang diperoleh melalui kuisisioner. Analisis dilakukan menggunakan SPSS versi 26.	Secara parsial, literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee PayLater. Namun, manfaat dan pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap minat tersebut secara simultan.
10.	PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF, FINANCIAL LITERACY, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN	Esther Rendy Gustantio, Amelia Setiawan, Hamfri Djajadikerta (2024)	Variabel Independen: Literasi keuangan Gaya hidup konsumtif Persepsi kemudahan Variabel Dependen: Penggunaan e-wallet	Jenis penelitian kuantitatif. Pengumpulan data melalui survei melalui kuesioner dengan teknik purposive sampling.	Gaya hidup konsumtif dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-wallet. Persepsi kemudahan

	BERTRANSAKSI TERHADAP PENGGUNAAN E-WALLET PADA GENERASI Z			Analisis data menggunakan ibm spss statistics, termasuk uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, uji t, uji f, dan regresi linear berganda.	bertransaksi memiliki pengaruh positif yang signifikan. Secara simultan, ketiga faktor tersebut memengaruhi penggunaan e-wallet sebesar 37,3%.
11.	PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, KEPERCAYAAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEEPAY PADA MASYARAKAT BENGKULU	Risqi Maulana, Intan Zoraya (2024)	Variabel Independen: Literasi keuangan Kemudahan penggunaan Kepercayaan Variabel Dependen: Penggunaan ShopeePay	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik accidental sampling terhadap 100 responden di Bengkulu. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 24.	Persepsi kemudahan, kepercayaan, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ShopeePay dengan kontribusi pengaruh sebesar 33,8%.
12.	PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI METODE PEMBAYARAN DI E-	I.D.P.T.A Wasana, N.L.W.S Telagawathi (2023)	Variabel Independen: Kepercayaan Persepsi kemudahan Variabel Dependen: Penggunaan ShopeePay	Jenis penelitian kausal kuantitatif dengan metode purposive sampling terhadap 90 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda.	Kepercayaan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat penggunaan ShopeePay.

	COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT BULELENG)				
13.	THE INFLUENCE OF PROMOTION, EASE OF USE, AND SERVICE TRUST ON THE SATISFACTION OF USING SHOPEEPAY	Putri Amalia Zubaedah (2024)	Variabel Independen: Promosi Kemudahan penggunaan Kepercayaan Variabel Dependen: Kepuasan penggunaan	Penelitian menggunakan pendekatan eksplanatori dengan 85 responden pengguna ShopeePay selama pandemi. Teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling, dan analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS.	Kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sementara promosi tidak menunjukkan pengaruh signifikan.
14.	PERSEPSI KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PERILAKU MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE PayLater	Kartika (2023)	Variabel Independen: Persepsi kegunaan Persepsi kemudahan Kepercayaan Variabel Dependen: Perilaku penggunaan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling. Sampel terdiri dari 107 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Jember yang pernah menggunakan SPayLater. Pengumpulan data dilakukan melalui Google Form, dan	Persepsi kegunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku dalam menggunakan SPayLater. Namun, persepsi kemudahan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat tersebut.

				analisis dilakukan menggunakan metode SEM-PLS dengan software SmartPLS versi 4.6.7.	
15.	CASHLESS TRANSACTION: A STUDY ON INTENTION AND ADOPTION OF E-WALLETS	Marvello Yang 1 , Abdullah Al Mamun, Muhammad Mohiuddin, Noorshella Che Nawi, Noor Raihani Zainol (2021)	Variabel Independen: Perceived usefulness perceived ease of use Social influence Facilitating conditions Lifestyle compatibility Perceived trust Variabel Dependen: Adopsi e-wallet	Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain cross-sectional. Survei dilakukan secara daring menggunakan Google Form dan melibatkan 501 responden dari Indonesia. Data diolah menggunakan metode PLS-SEM.	Persepsi kegunaan, kemudahan, pengaruh sosial, literasi, dan kepercayaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat dan adopsi e-wallet. Niat menjadi mediator dalam hubungan antara faktor prediktor dan adopsi, sementara usia dan jenis kelamin menjadi variabel moderator.
16.	THE ROLE OF TRUST IN MEDIATION OF PERCEIVED RISK TOWARDS DECISIONS TO USE E-WALLET IN MUHAMMADIYAH UNIVERSITY STUDENTS PONOROGO	Defa Oktaviana Putri, Heri Wijayanto, Fery Setiawan, and Naning Kristiyana (2023)	Variabel Independen: Persepsi risiko Persepsi manfaat Variabel Dependen: Penggunaan E-wallet Variabel Mediasi: Kepercayaan	Jenis penelitian kuantitatif ini menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Instrumen penelitian berupa kuesioner, dan data dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik.	Persepsi risiko memengaruhi kepercayaan secara signifikan, tetapi tidak secara langsung memengaruhi keputusan penggunaan e-wallet. Kepercayaan menjadi variabel mediasi yang signifikan antara persepsi

					risiko dan keputusan penggunaan.
17.	IDENTIFIKASI BEHAVIORAL INTENTION DENGAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-PAY DI KABUPATEN GARUT)	Novie Susanti Suseno, Desvita Cahyani Ingawan, Irma Rosmayati (2021)	Variabel Independen: Persepsi kegunaan Persepsi kemudahan Persepsi kepercayaan Variabel Dependen: Niat perilaku Variabel Mediasi: Kepercayaan	Penelitian ini memakai pendekatan campuran (mixed method) dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur, kuesioner, dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda serta uji determinasi menggunakan SPSS versi 23.2.	Persepsi kegunaan dan kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku menggunakan GoPay, sedangkan kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.
18.	THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS, AND TRUST AS INTERVENING VARIABLES ON INTEREST IN USING DIGITAL BANKS AMONG MILLENNIAL GENERATION (GEN Y) & GENERATION Z (GEN Z)	Zhavira Rizkyla, Reno Fitri Meuthia, Irda Rosita (2024)	Variabel Independen: Persepsi kegunaan Persepsi kemudahan Persepsi kepercayaan Variabel Dependen: Penggunaan bank digital	Studi ini merupakan penelitian survei kuantitatif. Responden adalah generasi milenial dan Gen Z di Indonesia yang dikumpulkan melalui kuesioner online via media sosial. Analisis data menggunakan SmartPLS dengan jumlah responden sebanyak 170 orang.	Persepsi kemudahan dan kegunaan memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan dalam penggunaan layanan bank digital. Sementara itu, kegunaan dan kepercayaan berkontribusi lebih kuat terhadap niat penggunaan dibanding kemudahan.

19.	THE FACTORS AFFECTING DIGITAL BANK SERVICES ADOPTION USING TRUST AS MEDIATING VARIABLE	Kantika, Florentina Kurniasari, Mulyono (2022)	Variabel Independen: Keamanan Kesenangan yang dirasa Literasi keuangan Citra merek Kepercayaan Variabel Dependen: Adopsi layanan digital	Penelitian dilakukan secara kuantitatif menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pengguna layanan bank digital di Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability dengan pendekatan purposive sampling. Analisis data memakai metode SEM dengan SmartPLS 3.	Kepercayaan memberikan pengaruh paling besar terhadap adopsi layanan bank digital. Keamanan, kesenangan, literasi keuangan, dan citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, di mana kepercayaan menjadi mediator signifikan.
20.	THE EFFECTS OF PERCEIVED EASE OF USE, SECURITY, AND PROMOTION ON TRUST AND ITS IMPLICATIONS ON FINTECH ADOPTION	Meryl Astin Nangin, Irma Rasita Gloria Barus, Soegeng Wahyoedi (2020)	Variabel Independen: Persepsi kemudahan Keamanan Promosi Variabel Dependen: Kepercayaan dan adopsi	Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei dan menggunakan kuisisioner. Sampel terdiri dari 100 pengguna aplikasi Sakuku di Jakarta. Teknik analisis data menggunakan SEM-PLS.	Persepsi kemudahan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, sementara keamanan tidak menunjukkan pengaruh. Kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap adopsi fintech.
21.	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT	Nur Habibah Nasution, Misbahul Munir (2023)	Variabel Independen: Literasi keuangan Persepsi risiko Kemudahan pengguna	Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner	Literasi keuangan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan

	MENGGUNAKAN PAYLATER DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI		Variabel Dependen: Minat menggunakan Paylater Variabel Moderas Religiusitas	kepada mahasiswa UIN Malang, Universitas Brawijaya, dan Universitas Negeri Malang. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda serta Moderated Regression Analysis (MRA) menggunakan SPSS versi 25.	paylater, sementara persepsi risiko tidak berpengaruh. Religiusitas hanya memoderasi pengaruh kemudahan terhadap minat.
22.	PENGARUH SHOPEEPAYLATER DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIVE PADA MAHASISWA UIN MALANG JURUSAN MANAJEMEN 2018-2020	Grahita Diaza Tianrauta Pratnyaawati, Mardiana (2023)	Variabel Independen: Shopeepaylater Literasi keuangan Variabel Dependen: Pembelian impulsif	Studi kuantitatif deskriptif ini menggunakan data primer dari 132 mahasiswa Manajemen Keuangan UIN Malang angkatan 2018–2020, yang dipilih menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan SmartPLS 3.0.	ShopeePayLater memberikan pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif melalui persepsi kemudahan. Selain itu, literasi keuangan juga berdampak positif, menunjukkan bahwa mahasiswa dengan literasi tinggi merasa lebih percaya dalam menggunakan layanan tersebut.
23.	EXPLORING THE ACCEPTANCE OF PEER-TO-PEER	Ditya Permatasari, Narwiyah, Farahiyah Sartika, Setiani (2024)	Variabel Independen: Perceived ease of use Perceived usefulness	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif	Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi

	LENDING: A MAQASID SHARIAH PERSPECTIVE THROUGH THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL		Variabel Dependen: Intention to use Actual system use	melalui survei terhadap 192 pelaku UMKM di Malang yang menggunakan layanan P2P lending. Teknik sampling yang digunakan adalah snowball sampling, dan analisis data dilakukan dengan SEM-PLS berdasarkan model TAM yang dimodifikasi dengan prinsip maqasid syariah.	kegunaan dan niat penggunaan. Selain itu, persepsi kegunaan juga memberikan pengaruh signifikan terhadap niat, yang pada akhirnya memengaruhi penggunaan aktual sistem.
--	---	--	---	--	---

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Persamaan	Perbedaan
Mayoritas penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian	Objek penelitian bervariasi mulai dari ShopeePay, QRIS, LinkAja, hingga bank digital
Variabel terikat yang diteliti umumnya adalah penggunaan atau adopsi fintech	Lokasi penelitian tersebar di berbagai wilayah seperti Jakarta, Banjarmasin, Bengkulu, dan Malaysia
Menggunakan model Technology Acceptance Model (TAM) sebagai dasar teori penelitian	Karakteristik responden berbeda-beda (mahasiswa, Muslim milenial, Generasi Z, masyarakat umum)
Ukuran sampel berkisar antara 85-501 responden dengan teknik sampling yang serupa	Hasil temuan menunjukkan pengaruh yang berbeda-beda untuk variabel yang sama
Menggunakan teknik analisis statistik (regresi atau SEM-PLS) untuk pengujian hipotesis	Periode penelitian berbeda (ada yang dilakukan saat pandemi Covid-19, ada yang di periode normal)

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 TAM

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dirumuskan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Model ini diciptakan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi informasi (Davis et al., 2019).

Menurut Venkatesh & Davis (2020), TAM merupakan salah satu model paling berpengaruh dan banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi karena kesederhanaannya namun memiliki kekuatan prediktif yang baik. Model ini menjelaskan bahwa niat seseorang untuk menggunakan teknologi ditentukan oleh dua keyakinan utama yaitu *perceived usefulness* (kemanfaatan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan).

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada tingkat kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu tidak akan membutuhkan usaha fisik maupun mental yang besar. Semakin mudah sebuah teknologi dioperasikan, semakin besar peluang teknologi tersebut untuk diterima dan dimanfaatkan.

Sementara itu, persepsi manfaat merujuk pada sejauh mana seseorang yakin bahwa memanfaatkan sistem tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka dalam pekerjaan. Semakin tinggi persepsi manfaat suatu teknologi, semakin besar kemungkinan teknologi itu untuk diadopsi dan diaplikasikan.

Dalam TAM, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat memengaruhi sikap pengguna terhadap pemanfaatan teknologi, yang selanjutnya membentuk niat perilaku untuk menggunakan teknologi tersebut. Niat perilaku ini pada akhirnya menentukan penggunaan aktual dari teknologi yang dimaksud.

2.2.2 Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

2.2.2.1 Definisi Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Efektivitas pengelolaan keuangan pribadi merupakan kemampuan seseorang dalam merencanakan, mengorganisir, mengendalikan, dan mengevaluasi pengelolaan sumber daya keuangan pribadinya secara optimal untuk mencapai tujuan finansial yang telah ditetapkan. Menurut Gitman & Zutter (2021), pengelolaan keuangan pribadi yang efektif adalah proses

perencanaan dan pengendalian keuangan dari unit individu atau keluarga dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan finansial (financial well-being).

Kapoor et al. (2019) mendefinisikan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi sebagai proses mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan dan investasi secara terencana untuk memenuhi kebutuhan keuangan saat ini dan masa depan. Garman & Forgue (2018) menekankan bahwa efektivitas pengelolaan keuangan pribadi mencakup kemampuan untuk memahami dan menerapkan konsep keuangan dasar, mengelola uang dengan cara yang sistematis dan terukur, membuat keputusan keuangan yang tepat, dan mempersiapkan masa depan finansial.

Berdasarkan berbagai pendapat ahli, efektivitas pengelolaan keuangan pribadi dapat didefinisikan sebagai kemampuan individu atau keluarga dalam merencanakan, mengorganisir, mengendalikan, dan mengevaluasi keuangan mereka secara sistematis untuk mencapai tujuan finansial. Efektivitas pengelolaan keuangan pribadi dalam konteks penelitian ini merujuk pada kemampuan individu dalam merencanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi sumber daya keuangan mereka dengan cara yang optimal melalui penggunaan GoPay. Efektivitas ini mencakup pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, serta investasi untuk mencapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan. Dengan literasi keuangan yang baik, kemudahan penggunaan platform, serta manfaat yang dirasakan, individu dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesejahteraan finansial mereka.

2.2.2.2 Dimensi Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan penelitian dari Lusardi & Mitchell (2020), terdapat beberapa dimensi utama dalam efektivitas pengelolaan keuangan pribadi:

1. Pengetahuan Keuangan (Financial Knowledge)

Pengetahuan keuangan ini meliputi pemahaman konsep dan produk keuangan, literasi keuangan dasar, dan kemampuan matematis terkait keuangan.

2. Perilaku Keuangan (Financial Behavior)

Perilaku keuangan yang dimaksud disini seperti kebiasaan menabung, pola konsumsi, manajemen utang, dan juga perencanaan investasi

3. Sikap Keuangan (Financial Attitude)

Sikap keuangan meliputi oentasi terhadap masa depan, kontrol diri dalam keuangan, serta kesadaran akan risiko finansial.

4. Keterampilan Keuangan (Financial Skills)

Ketrampilan keuangan yang dimaksud adalah kemampuan membuat anggaran, kemampuan tracking pengeluaran, dan evaluasi keputusan keuangan.

2.2.2.3 Indikator Efektivitas Peengelolaan Keuangan Pribadi

Efektivitas pengelolaan keuangan dapat diukur melalui beberapa indikator penting sebagaimana dikemukakan oleh Yushita (2017) meliputi,

1. Penggunaan dana

Mencerminkan bagaimana seseorang mampu mengalokasikan dan membelanjakan uang secara bijaksana sesuai dengan kebutuhan. Hal ini meliputi kemampuan untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan, membuat skala prioritas dalam pengeluaran, serta menghindari pemborosan dalam penggunaan dana. Penggunaan dana yang efektif juga tercermin dari kemampuan seseorang dalam mengatur pengeluaran agar tidak melebihi pendapatan yang dimiliki.

2. Manajemen risiko

Menunjukkan kemampuan seseorang dalam mengantisipasi dan mengelola berbagai risiko keuangan yang mungkin terjadi. Hal ini mencakup kesadaran untuk memiliki dana darurat, asuransi yang memadai, serta kemampuan untuk mengidentifikasi dan menghindari investasi berisiko tinggi yang tidak sesuai dengan profil risiko individu. Manajemen risiko yang baik membantu seseorang untuk tetap memiliki stabilitas keuangan meskipun menghadapi situasi tidak terduga seperti kehilangan pekerjaan, masalah kesehatan, atau krisis ekonomi.

3. Perencanaan masa depan

Berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi keuangan jangka panjang. Aspek ini meliputi perencanaan dana pensiun, tabungan untuk pendidikan anak, investasi untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang, serta perencanaan warisan. Perencanaan masa depan yang efektif membutuhkan pemahaman yang baik tentang berbagai instrumen keuangan, kemampuan

menabung secara teratur, serta disiplin dalam menjalankan rencana keuangan yang telah ditetapkan.

2.2.2.4 Konsep Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan Al-Quran dan Hadits, Islam telah memberikan panduan yang komprehensif mengenai pengelolaan keuangan yang baik dan benar. Konsep dasar pengelolaan keuangan dalam Islam menekankan pada keseimbangan dan moderasi, sebagaimana disebutkan dalam Surah Al-Furqan ayat 67 :

الَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ۝

“Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.”

Pada ayat tersebut mengajarkan bahwa dalam membelanjakan harta, seorang Muslim tidak boleh berlebihan (israf) dan juga tidak boleh kikir (bakhil), melainkan harus mengambil jalan tengah yang seimbang. Prinsip ini menjadi fondasi penting dalam mengelola keuangan secara Islami.

Pertanggungjawaban atas pengelolaan harta menjadi aspek yang sangat krusial dalam Islam, seperti yang dijelaskan dalam hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Tirmidzi. Hadits tersebut menegaskan bahwa setiap Muslim akan dimintai pertanggungjawaban di hari kiamat mengenai hartanya, baik dari sumber perolehannya maupun penggunaannya. Hal ini mengindikasikan pentingnya kehati-hatian dan kejujuran dalam mengelola keuangan.

Dalam aspek efektivitas keuangan Islam, pencatatan keuangan mendapat perhatian khusus sebagaimana tercantum dalam Surah Al-Baqarah ayat 282. Ayat ini memberikan perintah yang jelas tentang pentingnya dokumentasi dalam transaksi keuangan, terutama untuk transaksi tidak tunai. Pencatatan ini mencakup tiga elemen penting yaitu dokumentasi setiap transaksi secara rinci, menjaga akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan, dan memastikan transparansi dalam setiap aktivitas keuangan.

Prioritas pengeluaran dalam Islam juga diatur dengan sangat jelas melalui hadits yang diriwayatkan oleh Muslim, yang mengajarkan tentang urutan prioritas dalam membelanjakan harta. Pengeluaran harus dimulai dari

diri sendiri, kemudian untuk orang-orang yang menjadi tanggungan. Hal ini mencakup tiga aspek utama: pemenuhan kebutuhan primer sebagai prioritas pertama, pemenuhan kewajiban terhadap keluarga sebagai prioritas kedua, dan investasi untuk masa depan sebagai prioritas ketiga. Pengaturan prioritas ini memastikan bahwa pengeluaran dilakukan secara bijak dan terencana sesuai dengan tingkat kepentingannya.

Konsep-konsep ini membentuk sebuah sistem pengelolaan keuangan yang komprehensif dalam Islam, yang tidak hanya memperhatikan aspek material tetapi juga spiritual. Sistem ini mendorong setiap Muslim untuk mengelola keuangannya dengan penuh tanggung jawab, transparansi, dan kebijaksanaan, sambil tetap memperhatikan keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat.

2.2.3 Literasi Keuangan

2.2.3.1 Definisi Literasi Keuangan

Literasi keuangan (*financial literacy*) merupakan kemampuan individu untuk memahami dan menerapkan pengetahuan serta keterampilan keuangan yang efektif dalam pengambilan keputusan keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka (Lusardi & Mitchell, 2014). Definisi ini mencakup pemahaman tentang berbagai konsep keuangan, seperti perencanaan keuangan, pengelolaan aset, investasi, hutang, dan perlindungan konsumen keuangan. Fernandes et al. (2014) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi memungkinkan individu untuk mengelola keuangan pribadi dengan lebih efisien, membuat keputusan finansial yang tepat, dan mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Sementara itu, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) menjelaskan bahwa literasi keuangan mencakup kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan untuk membuat keputusan finansial yang sehat dan mencapai kesejahteraan ekonomi pribadi.

Merujuk pada definisi yang telah dijelaskan sebelumnya, literasi keuangan meliputi kapabilitas seseorang dalam memahami serta menerapkan prinsip-prinsip keuangan secara tepat dalam proses pengambilan keputusan. Literasi ini tidak semata berkaitan dengan aspek pengetahuan, tetapi juga mencakup kemampuan praktis dalam mengatur keuangan pribadi, merancang

perencanaan keuangan, serta mengelola aset dan investasi. Tingkat literasi keuangan yang tinggi memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang bijak dan bertanggung jawab, yang berkontribusi pada pencapaian tujuan keuangan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi serta subjektif mereka. Literasi keuangan, dengan demikian, menjadi faktor penting dalam meningkatkan kesejahteraan finansial jangka panjang.

2.2.2.5 Tingkat Literasi Keuangan

Otoritas jasa Keuangan (OJK, 2014), membagi tingkat literasi keuangan dibagi menjadi empat level, yaitu

1. Well Literate, merupakan tingkat tertinggi dalam literasi keuangan, di mana individu memiliki pengetahuan yang mendalam serta keyakinan terhadap lembaga keuangan, produk, dan layanan yang disediakan. Individu pada tahap ini memahami fitur, manfaat, serta risiko, termasuk hak dan kewajiban yang melekat, serta mampu menggunakan produk dan layanan tersebut secara efektif.
2. Sufficient Literate, pada level ini, seseorang memiliki pengetahuan dan keyakinan yang memadai mengenai institusi keuangan serta produk dan layanan keuangan, termasuk pemahaman terhadap karakteristik, keuntungan, risiko, serta hak dan kewajiban yang terkait, meskipun mungkin belum sepenuhnya terampil dalam penggunaannya.
3. Less Literate, tahapan ini menggambarkan individu yang hanya mengetahui secara umum tentang lembaga keuangan dan produk serta layanan yang ditawarkan, namun belum disertai dengan pemahaman mendalam atau keterampilan penggunaan.
4. Not Literate, tingkat literasi keuangan terendah, di mana individu tidak memiliki pengetahuan maupun keyakinan terhadap institusi dan produk keuangan, serta tidak memiliki kemampuan untuk memanfaatkan layanan keuangan yang tersedia.

Sedangkan menurut oleh Chen and Vlope (1998) mengkategorikan literasi finansial menjadi 3 kelompok, yaitu

1. Kelompok <60% yang menunjukkan bahwa individu memiliki pengetahuan keuangan yang rendah.

2. Kelompok 60% - 79% yang menunjukkan bahwa individu memiliki pengetahuan keuangan yang sedang
3. Kelompok >80% yang menunjukkan bahwa individu memiliki pengetahuan keuangan yang tinggi

2.2.2.6 Indikator Literasi Keuangan

Indikator literasi keuangan merupakan alat penting untuk mengukur pemahaman dan keterampilan individu dalam pengelolaan keuangan. Dalam konteks global, indikator ini dirancang agar dapat diterapkan di berbagai latar belakang negara, mencerminkan keragaman budaya dan sistem keuangan yang ada. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) mengembangkan indikator-indikator tersebut dalam survei kedua yang dilaksanakan pada tahun 2016, melibatkan 30 negara sebagai peserta. Literasi keuangan menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) tahun 2016 dapat diukur melalui tiga indikator utama yaitu,

1. Pengetahuan keuangan

Mencakup pemahaman seseorang tentang konsep-konsep keuangan dasar seperti inflasi, bunga majemuk, risiko dan diversifikasi, serta perhitungan matematis sederhana yang berkaitan dengan keuangan. Pengetahuan ini menjadi fondasi penting bagi seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang tepat dan rasional.

2. Perilaku keuangan

Manifestasi dari bagaimana seseorang menerapkan pengetahuan keuangannya dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku ini tercermin dalam berbagai aktivitas seperti perencanaan anggaran, pengelolaan tabungan, ketepatan waktu dalam pembayaran tagihan, pertimbangan sebelum melakukan pembelian, serta pengelolaan dan pengawasan terhadap keuangan pribadi. Perilaku keuangan yang baik menunjukkan kemampuan seseorang dalam menerapkan pengetahuan keuangan secara praktis.

3. Sikap keuangan

Menggambarkan pola pikir dan pandangan seseorang terhadap uang dan pengelolaan keuangan. Sikap ini meliputi orientasi terhadap perencanaan keuangan jangka panjang, kecenderungan untuk menabung atau berhemat, serta perspektif seseorang dalam memandang uang sebagai alat untuk mencapai kesejahteraan. Sikap keuangan yang positif cenderung

mendorong seseorang untuk lebih bijak dalam mengelola keuangannya dan memiliki pandangan jangka panjang dalam perencanaan keuangan.

Ketiga indikator tersebut saling berkaitan dan membentuk suatu kesatuan yang menggambarkan tingkat literasi keuangan seseorang. Pengetahuan keuangan yang baik akan mempengaruhi perilaku keuangan seseorang, sementara sikap keuangan yang positif akan mendorong implementasi pengetahuan tersebut ke dalam perilaku yang lebih baik. Pemahaman dan penerapan ketiga indikator ini secara menyeluruh dapat membantu seseorang dalam mencapai kesejahteraan finansial yang lebih baik.

2.2.2.7 Konsep Literasi Keuangan dalam Perspektif Islam

Islam telah memberikan panduan komprehensif mengenai pengelolaan keuangan melalui Al-Quran dan Hadist. Salah satu landasan fundamental mengenai literasi keuangan dalam Islam tertuang dalam Al-Quran Surah Al-Isra ayat 26-27, yang berbunyi:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Ayat ini mengandung dua prinsip utama dalam pengelolaan keuangan Islam. Pertama, konsep distribusi kekayaan yang adil, di mana setiap Muslim diwajibkan untuk memperhatikan hak-hak keluarga dekat, orang miskin, dan musafir dalam pengelolaan hartanya. Kedua, larangan berperilaku boros (tabdzir) dalam menggunakan harta, yang ditegaskan dengan pernyataan bahwa pemborosan adalah karakteristik syaitan (Shihab, 2006).

Tafsir Al-Misbah menjelaskan bahwa kata tabdzir (pemborosan) dalam ayat tersebut mengandung pengertian penggunaan harta pada hal-hal yang tidak sepatutnya atau berlebih-lebihan dalam hal yang dibenarkan. Konsep ini

menekankan pentingnya perencanaan keuangan yang matang dan pengeluaran yang terukur sesuai dengan kebutuhan. Ibn Mas'ud dan Ibn Abbas, sebagaimana dikutip oleh Al-Qurthubi, menafsirkan bahwa tabdzir adalah membelanjakan harta pada hal yang tidak benar. Hal ini mengindikasikan bahwa Islam sangat memperhatikan aspek kebijaksanaan dalam pengelolaan keuangan (Al-Qurthubi, 2006).

Lebih lanjut, Al-Quran juga memberikan contoh konkret mengenai perencanaan keuangan jangka panjang melalui kisah Nabi Yusuf AS dalam Surah Yusuf ayat 47-48:

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَابًا ۖ فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلَةٍ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ
٤٧

“Dia (Yusuf) berkata, "Agar kamu bercocok tanam tujuh tahun (berturut-turut) sebagaimana biasa; kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan ditangkainya kecuali sedikit untuk kamu makan.”

مَ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ ٤٨

“Kemudian setelah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan.”

Ayat ini menggambarkan strategi pengelolaan keuangan dan sumber daya yang sangat modern, mencakup konsep perencanaan, penganggaran, dan manajemen risiko. Tafsir Ibn Katsir menjelaskan bahwa ayat ini mengajarkan pentingnya perencanaan ekonomi jangka panjang dan manajemen cadangan pangan untuk menghadapi masa-masa sulit (Ibn Katsir, 2004).

Menurut Ahmad Mustafa Al-Maraghi dalam Tafsir Al-Maraghi, strategi yang digunakan Nabi Yusuf AS mencakup tiga aspek penting dalam pengelolaan keuangan: perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), dan pengendalian (controlling). Perencanaan terlihat dari prediksi dan antisipasi terhadap masa paceklik, pengorganisasian tercermin dalam sistem penyimpanan dan distribusi hasil panen, serta pengendalian tampak pada pengaturan konsumsi dan penghematan selama masa subur (Al-Maraghi, 1993).

Kedua ayat tersebut memberikan fondasi yang kuat bagi konsep literasi keuangan dalam Islam. Implementasi dari ayat-ayat ini dalam konteks modern mencakup berbagai aspek seperti perencanaan keuangan, penganggaran, manajemen risiko, dan investasi yang bijak. Prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya tidak hanya relevan untuk individu, tetapi juga dapat diterapkan dalam manajemen keuangan organisasi dan negara.

2.2.4 Persepsi Kemudahan

2.2.4.1 Definisi Persepsi Kemudahan

Jogiyanto (2009) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi baru akan minim usaha. Davis (1989), seperti yang dikutip oleh Fatmawati (2015), mengkarakterisasi persepsi kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana individu yakin dapat memanfaatkan sistem tertentu dengan tanpa kesulitan, sehingga tidak memerlukan upaya berlebih dan terbebas dari hambatan. Damayanti (2019) melihat persepsi kemudahan penggunaan sebagai penilaian konsumen tentang aksesibilitas dan operabilitas aplikasi yang didesain sedemikian rupa sehingga pengguna tidak mengalami kesulitan saat bertransaksi online. Wilson et al. (2021) menginterpretasikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai evaluasi publik atau konsumen terhadap kuantitas usaha atau durasi yang dibutuhkan untuk memahami dan mengoperasikan inovasi teknologi, di mana evaluasi tersebut dapat bersifat afirmatif atau negatif.

Berdasarkan definisi dari para pakar yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu keyakinan atau pandangan subjektif seseorang tentang sejauh mana penggunaan suatu sistem atau teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa memerlukan usaha yang keras. Persepsi ini mencakup penilaian tentang seberapa mudah sistem atau teknologi tersebut dipelajari dan digunakan, serta seberapa besar usaha atau waktu yang diperlukan untuk melakukannya. Persepsi kemudahan penggunaan ini sangat penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan atau menerima suatu sistem atau teknologi baru. Dengan demikian, persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor kunci dalam penelitian adopsi teknologi.

2.2.4.2 Dimensi Persepsi Kemudahan

Mengutip karya Sun dan Zhang (2011) yang mengidentifikasi empat aspek utama dalam dimensi persepsi kemudahan penggunaan, yaitu

1. Kemudahan pembelajaran. Para pelaku usaha cenderung yakin bahwa sistem teknologi baru dapat dipelajari tanpa kesulitan yang berarti.
2. Keramahan pengguna. Terdapat keyakinan di kalangan pelaku bisnis bahwa sistem inovatif yang diperkenalkan akan memiliki antarmuka yang mudah dioperasikan.
3. Kejelasan dan keterpahaman. Pengusaha umumnya percaya bahwa teknologi terkini dirancang dengan fitur-fitur yang intuitif dan mudah dipahami.
4. Peningkatan keterampilan. Ada anggapan bahwa dengan memanfaatkan sistem yang baru diimplementasikan, para pelaku usaha akan meningkatkan keahlian mereka dalam menggunakan teknologi.

2.2.4.3 Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut Jimenez et al., (2016) (dalam penelitian Wibowo et al., n.d.), Andrian menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari tiga indikator

1. Kemudahan pembelajaran. Mendeskripsikan situasi di mana pengguna merasakan bahwa teknologi baru memiliki kurva pembelajaran yang landai, sehingga mudah untuk dikuasai.
2. Aksesibilitas tinggi. Merujuk pada kondisi di mana inovasi yang akan diimplementasikan memiliki tingkat keterjangkauan yang tinggi, sehingga tidak sulit untuk diakses.
3. Semplicitas operasional. Menggambarkan keadaan di mana sistem inovatif yang akan digunakan dirancang dengan antarmuka intuitif, sehingga pengguna dapat mengoperasikannya tanpa kesulitan berarti.

2.2.4.4 Konsep Persepsi Kemudahan dalam Perspektif Islam

Islam sebagai agama yang rahmatan lil 'alamin sangat menekankan prinsip kemudahan dalam segala aspek kehidupan. Hal ini tercermin dengan jelas dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah ayat 185 yang menyatakan:

...يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ...

“...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu...”

Ayat ini menjadi landasan fundamental bahwa segala bentuk aktivitas dalam Islam, termasuk muamalah dan penggunaan teknologi, harus mengedepankan prinsip kemudahan. Menurut Imam Al-Qurthubi dalam tafsirnya, ayat ini mengandung kaidah umum bahwa Allah SWT selalu menginginkan kemudahan bagi hamba-Nya dalam menjalankan syariat dan kehidupan sehari-hari (Al-Qurthubi, 2006).

Prinsip kemudahan ini diperkuat oleh hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim: "Permudahlah dan jangan mempersulit, berilah kabar gembira dan jangan membuat orang lari." Imam An-Nawawi dalam Syarah Shahih Muslim menjelaskan bahwa hadits ini merupakan kaidah agung dalam syariat Islam yang mengajarkan bahwa kemudahan dan menghindari kesulitan merupakan pendekatan yang harus diutamakan dalam segala aspek kehidupan. Prinsip ini menjadi sangat relevan dalam konteks pengembangan dan implementasi teknologi digital modern (An-Nawawi, 2010).

2.2.5 Persepsi Manfaat

2.2.5.1 Definisi Persepsi Manfaat

Kotler (2012) mendefinisikan persepsi sebagai sebuah mekanisme di mana individu melakukan seleksi, organisasi, dan interpretasi atas input informasi untuk membentuk pemahaman yang bermakna tentang dunia sekitarnya. Dalam konteks teknologi, Jogiyanto (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat mengacu pada tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan efektivitas kerja mereka. Serupa dengan itu, Nasri dan Charfeddine (2012) mengkonseptualisasikan persepsi manfaat sebagai derajat kepercayaan individu bahwa implementasi sistem baru akan berdampak positif pada peningkatan kualitas kinerja mereka. Memperluas pemahaman ini, Desmayanti (2012) mengartikulasikan persepsi manfaat atau "Usefulness Perception" sebagai evaluasi subjektif tentang bagaimana adopsi sistem baru dapat memberikan nilai tambah atau utilitas bagi penggunaannya.

Berdasarkan definisi dari para pakar yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat adalah suatu keyakinan atau pandangan subjektif seseorang tentang sejauh mana penggunaan suatu sistem atau teknologi dapat memberikan manfaat bagi mereka. Manfaat ini dapat berupa peningkatan kinerja pekerjaan, peningkatan produktivitas, atau kegunaan lainnya dari sistem atau teknologi tersebut. Persepsi manfaat ini sangat penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan atau menerima suatu sistem atau teknologi baru. Dengan demikian, persepsi manfaat menjadi salah satu faktor kunci dalam penelitian adopsi teknologi.

2.2.5.2 Dimensi Persepsi Manfaat

Menurut Jogiyanto (2009) (dalam penelitian Wibowo et al., n.d.) mengemukakan bahwa terdapat empat item dimensi dari persepsi manfaat,

1. Peningkatan efisiensi (Efficiency enhancement). Mengacu pada situasi di mana implementasi teknologi baru menghasilkan kenaikan signifikan dalam rasio output terhadap input suatu usaha, dibandingkan dengan kondisi sebelum adopsi inovasi tersebut.
2. Optimalisasi kinerja atau efektivitas (Performance optimization or effectiveness). Mendeskripsikan keadaan di mana pemilik usaha mengalami peningkatan substansial dalam produktivitas kerja, serta operasi bisnisnya menjadi lebih efektif setelah mengadopsi sistem inovatif.
3. Relevansi terhadap tugas (Task relevance). Inovasi baru akan memiliki nilai tinggi bagi penggunanya jika dalam penerapannya, sistem tersebut menjadi komponen kritis dalam operasionalisasi bisnis.
4. Utilitas komprehensif (Comprehensive utility). Merujuk pada kondisi di mana penggunaan teknologi baru memberikan efek positif yang menyeluruh pada perkembangan bisnis yang sedang dioperasikan.

2.2.5.3 Indikator Persepsi Manfaat

Manfaat yang dirasakan dalam penggunaan teknologi atau sistem menurut Gefen et al. (2003) dapat diukur melalui tiga indikator utama yang menggambarkan nilai tambah yang diperoleh pengguna. Indikator-indikator tersebut meliputi,

1. Peningkatan fleksibilitas waktu

Mengacu pada kemampuan sistem atau teknologi untuk memberikan keleluasaan kepada pengguna dalam mengelola dan mengatur waktu mereka secara lebih efektif. Fleksibilitas waktu ini memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas atau transaksi tanpa terikat pada batasan jam operasional konvensional, sehingga mereka dapat mengoptimalkan produktivitas sesuai dengan jadwal dan preferensi mereka masing-masing.

2. Aksesibilitas yang lebih baik

Menunjukkan kemudahan dalam mengakses layanan atau informasi yang dibutuhkan tanpa terbatas oleh lokasi fisik. Aksesibilitas yang baik memungkinkan pengguna untuk memanfaatkan sistem atau teknologi dari berbagai tempat, baik melalui perangkat mobile maupun desktop, selama terhubung dengan jaringan internet. Hal ini memberikan kebebasan kepada pengguna untuk melakukan aktivitas mereka tanpa perlu mengunjungi lokasi fisik tertentu, yang pada gilirannya dapat menghemat waktu dan biaya transportasi.

3. Kenyamanan penggunaan

Berkaitan dengan pengalaman positif yang dirasakan pengguna selama berinteraksi dengan sistem atau teknologi. Kenyamanan ini mencakup berbagai aspek seperti interface yang user-friendly, proses yang streamlined dan efisien, serta kemampuan sistem untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan cara yang menyenangkan dan tidak membebani. Sistem yang nyaman digunakan cenderung mendorong adopsi yang lebih tinggi dan kepuasan pengguna yang berkelanjutan.

Ketiga indikator tersebut saling berkaitan dalam membentuk persepsi manfaat yang komprehensif bagi pengguna. Sistem atau teknologi yang menawarkan fleksibilitas waktu yang tinggi, aksesibilitas yang baik, dan kenyamanan dalam penggunaan akan dipandang sebagai solusi yang bernilai tinggi oleh penggunanya. Pemahaman terhadap indikator-indikator ini menjadi krusial dalam pengembangan dan evaluasi sistem, karena dapat membantu dalam menciptakan solusi yang tidak hanya fungsional tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan bagi penggunanya dalam konteks efisiensi, aksesibilitas, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

2.2.5.4 Konsep Persepsi Manfaat dalam Perspektif Islam

Islam sebagai agama yang komprehensif memberikan perhatian khusus terhadap konsep manfaat (manfa'ah) dalam setiap aspek kehidupan manusia. Prinsip manfaat dalam Islam didasarkan pada dua fondasi utama: kehalalan dan universalitas. Sebagaimana tercantum dalam Al-Quran Surah Al-A'raf ayat 157:

يَأْمُرُهُم بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُجِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ... الخَبِيثَاتِ

“...yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk...”

Ayat ini, menurut Imam Al-Qurthubi, menetapkan bahwa setiap manfaat yang diperoleh harus bersumber dari hal-hal yang halal dan baik (thoyyib). Imam Al-Ghazali dalam kitab Al-Mustasfa menegaskan bahwa kriteria manfaat dalam Islam harus sejalan dengan maqashid syariah (tujuan syariat), yaitu melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Al-Ghazali, 2004).

Dalam konteks dimensi manfaat, Islam mengakui adanya dua dimensi utama: manfaat duniawi (worldly benefits) dan manfaat ukhrawi (afterlife benefits). Hal ini tercermin dalam QS. Al-Qasas ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا..... ٧٧

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi...”

Imam As-Syatibi dalam "Al-Muwafaqat" menjelaskan bahwa keseimbangan antara kedua dimensi ini merupakan karakteristik unik dari konsep manfaat dalam Islam. Manfaat duniawi mencakup aspek-aspek praktis seperti kemudahan dalam kehidupan, peningkatan produktivitas, dan efisiensi dalam penggunaan waktu dan sumber daya (As-Syatibi, 1997).

Dimensi ukhrawi dari manfaat dipertegas dalam hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Muslim: "Barangsiapa yang menunjukkan kepada kebaikan, maka baginya pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya." Imam An-Nawawi dalam Syarah Shahih Muslim

menjelaskan bahwa hadits ini mengindikasikan bahwa setiap manfaat yang diberikan memiliki nilai spiritual yang berkelanjutan. Ibn Qayyim Al-Jawziyyah dalam "I'lam al-Muwaqqi'in" menekankan bahwa dimensi ukhrawi dari manfaat meliputi keberkahan dalam usaha, pahala yang berkelanjutan, dan dampak positif bagi kehidupan sosial (Ibn Qayyim, 1996).

2.2.6 Kepercayaan

2.2.6.1 Definisi Kepercayaan

Kepercayaan (trust) merupakan konsep fundamental dalam hubungan sosial dan organisasional yang telah banyak dikaji oleh para ahli dari berbagai perspektif. Mayer et al. (2020) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kesiapan seseorang untuk berada dalam posisi rentan terhadap tindakan pihak lain, berdasarkan harapan bahwa pihak tersebut akan bertindak dengan cara yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, meskipun pihak tersebut tidak dapat memantau atau mengendalikan tindakan pihak lain.

McKnight & Chervany (2019) mendefinisikan kepercayaan dalam konteks teknologi finansial sebagai keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan keuangan digital memiliki karakteristik yang akan menguntungkan pengguna, sehingga menciptakan keinginan untuk bergantung pada layanan tersebut. Kim & Peterson (2021) menekankan bahwa dalam konteks fintech, kepercayaan mencakup keyakinan terhadap keamanan transaksi, kepercayaan terhadap perlindungan data pribadi, keyakinan akan reliabilitas sistem, dan kepercayaan terhadap kompetensi penyedia.

Kepercayaan dalam konteks penelitian ini merujuk pada keyakinan pengguna terhadap keamanan, reliabilitas, dan integritas sistem GoPay sebagai layanan keuangan digital. Kepercayaan memainkan peran penting sebagai variabel mediasi yang mempengaruhi hubungan antara literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Berdasarkan definisi dari para ahli, kepercayaan melibatkan keyakinan bahwa penyedia layanan akan bertindak sesuai dengan harapan pengguna, melindungi data pribadi, dan memastikan keamanan transaksi. Kepercayaan ini memungkinkan pengguna merasa aman dan yakin dalam mengelola keuangan mereka melalui platform digital, sehingga meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

2.2.5.5 Dimensi Kepercayaan

Berdasarkan penelitian Lee & Turban (2018), terdapat beberapa dimensi utama kepercayaan dalam konteks layanan keuangan digital, yaitu sebagai berikut

1. Kemampuan (ability)

Kemampuan ini yang mencakup kompetensi teknis platform, kapabilitas sistem keamanan, kemampuan dalam menyelesaikan masalah, serta kualitas layanan yang diberikan. Dimensi ini berfokus pada kapasitas platform untuk menjalankan fungsinya dengan baik dan aman.

2. Kebajikan (benevolence)

Kebajikan merujuk pada perhatian terhadap kepentingan pengguna, itikad baik dalam pelayanan, kesediaan membantu pengguna, serta orientasi pada kepuasan pelanggan. Dimensi ini menekankan pada niat positif dan kepedulian terhadap kebutuhan pengguna.

3. Integritas (integrity)

Integritas mencakup kejujuran dalam layanan, konsistensi dalam pelayanan, kepatuhan terhadap regulasi, dan transparansi informasi. Hal ini berkaitan dengan kepercayaan bahwa platform bertindak dengan jujur dan mengikuti standar yang ditetapkan.

4. Prediktabilitas (predictability)

Prediktabilitas mengacu pada konsistensi kinerja sistem, keandalan layanan, stabilitas platform, dan keteraturan operasional, yang memberikan rasa aman kepada pengguna bahwa layanan akan berfungsi dengan baik secara berkelanjutan.

2.2.5.6 Indikator Kepercayaan

Menurut Roger (1995), indikator kepercayaan dalam konteks penggunaan layanan digital dapat diukur melalui,

1. Ability (kemampuan)

Mengacu pada kompetensi dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu pihak dalam memberikan layanan atau memenuhi kebutuhan pengguna. Kemampuan ini mencakup berbagai aspek seperti pengetahuan, keahlian teknis, pengalaman operasional, serta kapasitas untuk memberikan layanan yang berkualitas dan konsisten. Ability menjadi fondasi penting dalam

membangun kepercayaan karena menunjukkan bahwa suatu pihak memiliki kapabilitas yang diperlukan untuk memenuhi janjinya kepada pengguna.

2. Benevolence (kebajikan)

Menggambarkan itikad baik dan perhatian yang tulus dari suatu pihak terhadap kesejahteraan penggunanya. Kebajikan ini tercermin dalam keinginan untuk memberikan manfaat yang optimal kepada pengguna, bukan hanya sekedar mencari keuntungan semata. Benevolence meliputi aspek-aspek seperti kesediaan untuk membantu, empati terhadap kebutuhan pengguna, serta komitmen untuk memberikan solusi yang terbaik bagi permasalahan yang dihadapi pengguna. Indikator ini menjadi penting karena menunjukkan bahwa suatu pihak memiliki motivasi yang positif dalam menjalin hubungan dengan penggunanya.

3. Integrity (integritas)

Berkaitan dengan kejujuran dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip moral serta etika dalam memberikan layanan. Integritas mencakup konsistensi dalam tindakan, nilai-nilai, metode, ukuran, prinsip, dan hasil yang dihasilkan. Hal ini termasuk komitmen untuk menjaga kerahasiaan data pengguna, transparansi dalam memberikan informasi, serta kepatuhan terhadap regulasi dan standar yang berlaku. Integrity menjadi krusial dalam membangun kepercayaan karena menunjukkan bahwa suatu pihak dapat diandalkan dan bertanggung jawab dalam menjalankan kewajibannya.

Ketiga indikator tersebut bekerja secara sinergis dalam membentuk kepercayaan yang kuat antara penyedia layanan dan penggunanya. Kemampuan yang baik tanpa didukung kebajikan dan integritas tidak akan menghasilkan kepercayaan yang berkelanjutan, begitu pula sebaliknya. Pemahaman terhadap indikator-indikator ini menjadi penting dalam membangun dan memelihara hubungan kepercayaan yang produktif dengan pengguna. Dalam konteks bisnis atau layanan, kepercayaan yang dibangun berdasarkan ketiga indikator ini dapat mendorong loyalitas pengguna, meningkatkan reputasi, serta menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara penyedia layanan dan penggunanya.

2.2.6.4 Konsep Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Islam memandang kepercayaan sebagai elemen fundamental dalam setiap transaksi keuangan, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah ayat 283,

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ آمَنْتُمْ بِبَعْضِ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي
أُؤْتِيَ مَأْمَنَةً وَليَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ..... ٢٨٣

“Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya....”

Ayat ini menekankan pentingnya amanah dalam transaksi tidak tunai. Ayat ini menjadi landasan utama bagaimana seharusnya kepercayaan dibangun dan dijaga dalam setiap transaksi keuangan. Dalam konteks modern, kepercayaan ini mencakup keamanan dana, transparansi transaksi, dan kejujuran dalam bertransaksi. Rasulullah SAW juga menekankan pentingnya kepercayaan dalam transaksi keuangan melalui hadistnya yang diriwayatkan oleh Tirmidzi, "Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada." Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan bukan hanya aspek teknis, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang mendalam.

Sistem keuangan Islam dibangun atas dasar kepercayaan yang memiliki implikasi luas. Pertama, berkaitan dengan keamanan transaksi sebagaimana dijelaskan dalam hadist Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Ahmad, "Tidak halal bagi seseorang mengambil harta saudaranya kecuali dengan kerelaan hatinya." Kedua, mengenai perlindungan konsumen yang ditegaskan dalam Surah An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas

dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat ini mengenai larangan memakan harta orang lain dengan cara yang batil. Implikasi ini menciptakan sistem keuangan yang tidak hanya aman tetapi juga adil dan berkelanjutan.

Dalam era digital, kepercayaan dalam fintech memiliki dimensi yang lebih kompleks. Keamanan data menjadi aspek crucial sebagaimana ditekankan dalam hadist Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Abu Dawud tentang menunaikan amanah. Reliabilitas sistem juga mendapat perhatian khusus, seperti yang diisyaratkan dalam Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُواهُمْ يَخْسِرُونَ ﴿٣﴾

“Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.”

Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3 tentang larangan berbuat curang dalam takaran dan timbangan, yang dalam konteks modern dapat diartikan sebagai akurasi dan keandalan sistem transaksi digital.

Implementasi praktis dari aspek-aspek kepercayaan ini dalam fintech meliputi beberapa dimensi penting. Pertama, keamanan sistem yang mencakup perlindungan data pengguna dan keamanan transaksi. Kedua, transparansi operasional yang memungkinkan pengguna memahami setiap aspek transaksi. Ketiga, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah yang menjamin bahwa setiap transaksi bebas dari riba, gharar, dan maysir. Keempat, akuntabilitas sistem yang memastikan setiap transaksi dapat dipertanggungjawabkan dan diaudit.

2.2.7 GoPay

2.2.7.1 Perkembangan GoPay

GoPay merupakan layanan dompet digital (e-wallet) yang diluncurkan oleh Gojek pada tahun 2016, yang sebelumnya dikenal dengan nama Go-Wallet sebagai metode pembayaran dalam aplikasi Gojek (Mutiara & Priantinah, 2018). Pada fase awal peluncurannya, GoPay hanya berfungsi sebagai metode

pembayaran digital untuk layanan dalam ekosistem Gojek seperti transportasi dan pengiriman makanan, dengan opsi top-up melalui driver Gojek dan transfer bank (Rahmatika & Fajar, 2019).

Memasuki tahun 2017-2018, GoPay mengalami fase ekspansi dengan memperluas fungsi pembayarannya ke merchant offline melalui sistem QR Code dan menambahkan fitur transfer saldo antar pengguna. Pada periode ini, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah mitra merchant yang menerima pembayaran GoPay, didukung dengan implementasi program cashback dan reward untuk meningkatkan adopsi penggunaan (Widodo et al., 2020).

Transformasi besar terjadi pada tahun 2019 ketika unit bisnis finansial Gojek dipisahkan menjadi entitas terpisah bernama PT Dompot Karya Anak Bangsa dan memperoleh lisensi e-money dari Bank Indonesia. Pada fase ini, GoPay mulai mengembangkan berbagai layanan finansial seperti investasi dan asuransi, serta meningkatkan limit transaksi bagi pengguna yang telah melakukan verifikasi (Pratama & Sulistiyo, 2021).

Fase penguatan GoPay terjadi pada periode 2020-2021 seiring dengan merger Gojek dan Tokopedia yang membentuk GoTo Group. Integrasi sistem pembayaran dengan ekosistem Tokopedia memperluas jangkauan layanan GoPay secara signifikan. Pada periode ini juga diluncurkan layanan GoPayLater untuk pinjaman digital dan pengembangan fitur pembayaran tagihan serta pembelian produk digital (Setiawan et al., 2022).

Memasuki fase maturity (2022-sekarang), GoPay terus mengembangkan layanan keuangan digital yang lebih kompleks dengan meningkatkan keamanan transaksi melalui teknologi enkripsi dan menjalin kolaborasi dengan berbagai institusi keuangan dan merchant. Pengembangan fitur investasi dan wealth management menjadi fokus utama dalam fase ini (Kusuma & Dewi, 2023).

Dari segi pencapaian, GoPay mencatatkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah pengguna aktif, dari 120 juta pengguna terdaftar pada 2019 menjadi lebih dari 300 juta pengguna pada 2021. Jumlah merchant partner juga meningkat drastis dari 420.000 merchant pada 2019 menjadi lebih dari 11 juta merchant pada 2021. Nilai transaksi tahunan GoPay juga menunjukkan tren positif, dari Rp 112 triliun pada 2019 menjadi Rp 295 triliun pada 2021 (Annual Report GoTo, 2022).

Inovasi teknologi yang diterapkan GoPay mencakup implementasi teknologi blockchain untuk keamanan transaksi, pengembangan sistem anti-fraud, dan peningkatan kapasitas server untuk menangani transaksi massal. Dalam aspek keamanan, GoPay menerapkan verifikasi biometrik, sistem monitoring transaksi real-time, dan telah memperoleh berbagai sertifikasi keamanan internasional (Wijaya & Sutanto, 2023).

Perkembangan GoPay memberikan dampak signifikan terhadap inklusi keuangan di Indonesia melalui peningkatan akses layanan keuangan digital, pemberdayaan UMKM, dan edukasi literasi keuangan kepada masyarakat. Transformasi bisnis yang didorong oleh GoPay juga berkontribusi pada percepatan adopsi pembayaran digital, peningkatan efisiensi operasional merchant, dan transparansi transaksi (Hidayat et al., 2023).

2.2.7.2 Fitur dan Layanan GoPay

GoPay sebagai platform pembayaran digital menyediakan berbagai fitur dan layanan yang komprehensif untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan penggunanya. Layanan utama GoPay mencakup pembayaran digital, transfer dana, dan berbagai layanan finansial lainnya yang terintegrasi dalam satu platform (Nugroho & Susilowati, 2021).

Dalam hal pembayaran digital, GoPay menyediakan fitur pembayaran melalui QR Code yang dapat digunakan di berbagai merchant, baik online maupun offline. Sistem QRIS (QR Code Indonesian Standard) yang diterapkan GoPay memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di merchant yang terdaftar dalam jaringan QRIS nasional, tidak terbatas hanya pada merchant GoPay (Wijaya et al., 2022). Selain itu, GoPay juga menyediakan fitur pembayaran tagihan rutin seperti listrik, air, telepon, internet, BPJS, hingga pembayaran pendidikan (Pratama & Hidayat, 2023).

Layanan transfer dana pada GoPay memungkinkan pengguna untuk mengirim uang ke sesama pengguna GoPay maupun ke rekening bank. Fitur transfer ini dilengkapi dengan berbagai metode top-up saldo yang dapat dilakukan melalui transfer bank, merchant, driver Gojek, atau agen GoPay. Untuk meningkatkan keamanan transaksi, setiap transfer dana dilengkapi dengan sistem verifikasi PIN dan notifikasi real-time (Santoso & Rahman, 2022).

GoPay juga mengembangkan layanan pinjaman digital melalui GoPayLater yang menawarkan opsi pembayaran tunda dan cicilan. Layanan ini

memberikan limit pinjaman yang disesuaikan dengan profil kredit pengguna, dengan proses verifikasi yang cepat dan bunga yang kompetitif. GoPayLater dapat digunakan untuk berbagai transaksi dalam ekosistem GoTo, termasuk pembelian di Tokopedia dan layanan Gojek (Kusuma et al., 2023).

Dalam aspek investasi, GoPay menyediakan layanan GoInvestasi yang memungkinkan pengguna untuk berinvestasi dalam produk reksadana dengan modal minimal yang terjangkau. Layanan ini berkolaborasi dengan manajer investasi terpercaya dan dilengkapi dengan fitur monitoring portofolio serta edukasi investasi untuk pengguna (Dharma & Putri, 2023).

Fitur pembayaran untuk transaksi e-commerce menjadi salah satu layanan unggulan GoPay, terutama setelah integrasi dengan Tokopedia. Pengguna dapat memanfaatkan saldo GoPay untuk berbelanja online dengan berbagai promo dan cashback yang menarik. Sistem pembayaran terintegrasi ini juga mencakup fitur pembayaran tagihan marketplace dan pembayaran untuk layanan digital lainnya (Wibowo & Sari, 2023).

GoPay PayLater Pro merupakan pengembangan dari layanan pinjaman digital yang menawarkan limit kredit lebih tinggi dengan bunga yang lebih kompetitif. Layanan ini ditujukan untuk pengguna yang telah memiliki riwayat transaksi dan kredit yang baik, dengan proses persetujuan yang lebih cepat dan fitur manajemen kredit yang lebih lengkap (Rahmawati et al., 2023).

Untuk mendukung transaksi bisnis, GoPay menyediakan GoPay Business yang dirancang khusus untuk kebutuhan merchant. Layanan ini mencakup sistem manajemen pembayaran, laporan transaksi real-time, fitur settlement otomatis, dan berbagai tools analitik untuk membantu merchant mengelola bisnisnya secara lebih efektif (Hartono & Susilo, 2023).

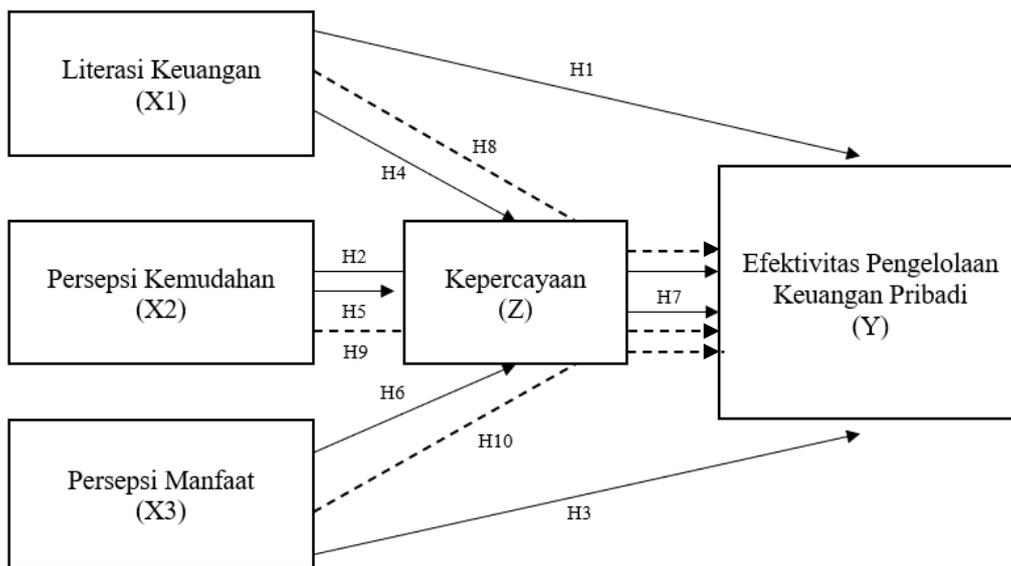
GoPay juga mengembangkan layanan asuransi digital melalui GoSure yang menawarkan berbagai produk asuransi, mulai dari asuransi kesehatan, kendaraan, hingga perjalanan. Proses klaim dapat dilakukan secara digital melalui aplikasi dengan dokumen pendukung yang minimal (Febriani & Waluyo, 2023).

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menggambarkan hubungan yang logis antara landasan teori dan temuan-temuan empiris. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan sifat eksplorasi asosiatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk

menganalisis populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiono, 2016). Berdasarkan judul penelitian ini pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada shopeepay dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi, maka dapat dibuat sebuah kerangka konseptual dalam suatu bentuk/model konsepsi sebagai berikut,

Gambar 3.1
Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Keterangan:

- > Pengaruh langsung
- - - - -> Pengaruh tidak langsung

- H1 : Adhliana et al. (2022), Asmara et al. (2023), Maulana & Zoraya (2024)
- H2 : Agustino et al. (2021), Gustantio et al. (2024), Suseno et al. (2021), Wasana & Telagawathi (2023), Zubaedah (2024)
- H3 : Agustino et al. (2021), Aisyiah et al. (2023), Evitasari et al. (2023), Naufaldi & Tjokrosaputro (2020), Rizkyla et al. (2024)
- H4 : Kantika et al. (2022), Maulana & Zoraya (2024), Putri et al. (2023)
- H5 : Agustino et al. (2021), Nangin et al. (2020), Wasana & Telagawathi (2023), Zubaedah (2024)

- H6 : Agustino et al. (2021), Aisyiah et al. (2023), Evitasari et al. (2023), Rizkyla et al. (2024), Kantika et al. (2022)
- H7 : Kantika et al. (2022), Naufaldi et al. (2020), Suseno et al. (2021), Rizkyla et al. (2024), Wasana & Telagawathi (2023), Zubaedah (2024)
- H8 : Agustino et al. (2021), Kantika et al. (2022), Nangin et al. (2020), Rizkyla et al. (2024), Wasana & Telagawathi (2023), Zubaedah (2024)
- H9 : Agustino et al. (2021), Aisyiah et al. (2023), Evitasari et al. (2023), Naufaldi et al. (2020), Rizkyla et al. (2024)
- H10 : Agustino et al. (2021), Evitasari et al. (2023), Kantika et al. (2022), Nangin et al. (2020), Rizkyla et al. (2024), Wasana & Telagawathi (2023),

2.4 Hipotesa Penelitian

2.4.1 Hubungan antara literasi keuangan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada melalui GoPay

Literasi keuangan mengacu pada gabungan kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat serta mencapai kesejahteraan finansial pribadi (OECD dalam dokumen). Lusardi & Mitchell (2014) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk memahami dan mengaplikasikan pengetahuan serta keterampilan dalam bidang keuangan yang mendukung pengambilan keputusan keuangan yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi umumnya lebih mampu mengelola keuangan pribadi mereka dengan lebih efisien dan membuat pilihan keuangan yang bijaksana (Fernandes et al., 2014).

Dalam konteks penggunaan GoPay, penelitian Adhliana et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi pengguna e-wallet. Hal ini diperkuat oleh temuan Maulana & Zoraya (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ShopeePay. Namun, terdapat hasil yang berbeda dari penelitian Bunga Safira Adhliana dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan pengguna layanan pembayaran digital.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin baik kemampuannya dalam memahami fitur-fitur keuangan digital seperti GoPay, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi mereka. Individu dengan literasi keuangan yang baik akan lebih mampu memanfaatkan fitur-fitur pengelolaan keuangan yang tersedia di GoPay, seperti pencatatan transaksi, pembayaran tagihan, dan perencanaan pengeluaran, yang berkontribusi pada pengelolaan keuangan yang lebih efektif.

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay.

2.4.2 Hubungan antara persepsi kemudahan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada melalui GoPay

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah salah satu elemen penting dalam adopsi teknologi finansial. Agustino et al. (2021) menyebutkan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinan sistem tersebut untuk diadopsi dalam pengelolaan keuangan harian. Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian Wasana & Telagawathi (2023), yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePay sebagai metode pembayaran.

Penelitian Zubaedah (2024) lebih lanjut memperkuat argumen ini dengan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan ShopeePay. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Gustantio et al. (2024) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan bertransaksi berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan e-wallet. Ini mengindikasikan bahwa ketika pengguna merasa sistem pembayaran digital mudah digunakan, mereka cenderung menggunakan sistem tersebut secara lebih efektif untuk mengelola keuangan mereka.

Dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi, kemudahan penggunaan GoPay dapat memfasilitasi pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan seperti pencatatan transaksi, pemantauan pengeluaran, dan perencanaan budget dengan lebih

mudah. Suseno et al. (2021) mendukung argumen ini dengan temuan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention dalam penggunaan layanan pembayaran digital. Ketika pengguna merasa bahwa platform pembayaran digital mudah digunakan, mereka cenderung menggunakan fitur-fitur pengelolaan keuangan yang tersedia secara lebih optimal, yang pada akhirnya dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi mereka.

H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay.

2.4.3 Hubungan antara persepsi manfaat terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada melalui GoPay

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merujuk pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat bagi dirinya. Dalam konteks layanan keuangan digital, persepsi manfaat menjadi faktor yang sangat memengaruhi keputusan individu untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi tersebut secara efisien dalam pengelolaan keuangan mereka.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung hubungan positif antara persepsi manfaat dan penggunaan layanan keuangan digital. Penelitian Aisyiah et al. (2023) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan fintech. Sejalan dengan itu, Agustino et al. (2021) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet. Lebih spesifik lagi, Evitasari et al. (2023) mengonfirmasi bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital.

Hasil penelitian Naufaldi et al. (2020) juga memperkuat argumen ini dengan temuan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap intention to use. Demikian pula, Rizkyla et al. (2024) menemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang besar terhadap minat menggunakan layanan keuangan digital.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diasumsikan bahwa ketika pengguna merasakan manfaat yang signifikan dari penggunaan GoPay, seperti kemudahan dalam melacak pengeluaran, penghematan melalui promo dan cashback, serta efisiensi dalam transaksi keuangan, mereka akan cenderung menggunakan platform ini secara lebih optimal untuk mengelola keuangan pribadi

mereka. Semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan memanfaatkan berbagai fitur GoPay secara maksimal untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan mereka.

H3: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay.

2.4.4 Hubungan antara literasi keuangan terhadap kepercayaan penggunaan GoPay

Literasi keuangan mencakup pemahaman menyeluruh mengenai konsep-konsep keuangan, termasuk pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan serta risiko yang terkait. Menurut OJK (2014), individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi (*well literate*) ditandai dengan pemahaman dan keyakinan terhadap lembaga keuangan, produk, serta layanan keuangan, termasuk pengetahuan mengenai fitur, manfaat, risiko, serta hak dan kewajiban yang berkaitan dengan produk tersebut. Pemahaman yang mendalam ini dapat memperkuat dasar kepercayaan terhadap layanan keuangan digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Kantika et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dalam konteks adopsi layanan keuangan digital. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Maulana & Zoraya (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan memiliki hubungan positif dalam penggunaan ShopeePay, dengan total pengaruh sebesar 33,8%. Selain itu, Putri et al. (2023) mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki peran penting sebagai mediator dalam keputusan menggunakan e-wallet.

Secara logis, dapat diasumsikan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi memiliki pemahaman lebih baik tentang mekanisme keamanan, regulasi, dan perlindungan konsumen dalam layanan keuangan digital. Pemahaman ini cenderung meningkatkan kepercayaan mereka terhadap platform pembayaran digital seperti GoPay. Ketika seseorang memahami dengan baik bagaimana sistem pembayaran digital bekerja, risiko yang mungkin timbul, serta cara menghindari atau memitigasi risiko tersebut, mereka cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap layanan tersebut.

H4: Literasi keuangan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan GoPay.

2.4.5 Hubungan antara persepsi kemudahan terhadap kepercayaan penggunaan GoPay

Persepsi terhadap kemudahan penggunaan menjadi salah satu elemen kunci yang berkontribusi terhadap terbentuknya kepercayaan pengguna terhadap layanan pembayaran digital. Konsep ini merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan upaya yang rumit dan dapat dipahami dengan mudah. Apabila pengguna merasa bahwa sistem tersebut user-friendly, maka tingkat keraguan akan menurun dan kepercayaan terhadap layanan akan meningkat.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung hubungan positif antara persepsi kemudahan dan kepercayaan. Wasana & Telagawathi (2023) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePay. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Nangin et al. (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan dalam konteks adopsi fintech. Senada dengan hal tersebut, studi oleh Agustino et al. (2021) juga mengkonfirmasi bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dalam penggunaan e-wallet.

Dalam konteks GoPay, kemudahan penggunaan dapat tercermin dari antarmuka yang user-friendly, proses transaksi yang sederhana, dan navigasi yang intuitif. Zubaedah (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan GoPay, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa GoPay mudah digunakan dan dipahami, mereka cenderung membangun kepercayaan yang lebih tinggi terhadap platform tersebut.

H5: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan GoPay.

2.4.6 Hubungan antara persepsi manfaat terhadap kepercayaan penggunaan GoPay

Persepsi manfaat (perceived usefulness) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem atau teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi dirinya. Dalam konteks layanan keuangan digital, persepsi manfaat mencerminkan sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan platform pembayaran digital dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas transaksi keuangan mereka.

Penelitian Agustino et al. (2021) mendukung hubungan ini dengan temuan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dalam penggunaan e-wallet. Hal ini sejalan dengan penelitian Aisyiah et al. (2023) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan fintech, meskipun kepercayaan tidak memediasi hubungan tersebut. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Evtasari et al. (2023) yang menemukan bahwa kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi manfaat dan keputusan penggunaan QRIS.

Rizkyla et al. (2024) dalam penelitiannya tentang layanan keuangan digital menemukan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh besar terhadap *trust*. Ketika pengguna merasakan manfaat yang signifikan dari penggunaan layanan keuangan digital, hal ini cenderung meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Hal ini diperkuat oleh penelitian Kantika et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh paling signifikan dalam adopsi layanan keuangan digital.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat diasumsikan bahwa ketika pengguna merasakan manfaat yang nyata dari penggunaan GoPay, seperti kemudahan transaksi, penghematan biaya melalui berbagai promosi, dan efisiensi waktu, maka hal ini akan meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap platform tersebut. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk membangun kepercayaan terhadap GoPay sebagai platform pembayaran digital yang dapat diandalkan.

H6: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan penggunaan GoPay.

2.4.7 Hubungan antara kepercayaan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay

Kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam adopsi dan penggunaan layanan keuangan digital. Dalam konteks layanan keuangan digital, kepercayaan menjadi elemen kritis yang mempengaruhi bagaimana pengguna memanfaatkan layanan tersebut untuk mengelola keuangan mereka. Hal ini sejalan dengan temuan Kantika et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap adopsi layanan keuangan digital.

Namun, terdapat hasil penelitian yang menunjukkan temuan berbeda. Naufaldi et al. (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa *trust* (kepercayaan) tidak

berpengaruh signifikan terhadap intention to use. Sejalan dengan itu, penelitian Suseno et al. (2021) juga mengungkapkan bahwa persepsi kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap behavioral intention dalam penggunaan layanan pembayaran digital.

Di sisi lain, beberapa penelitian tetap menunjukkan pengaruh positif kepercayaan. Wasana et al. (2023) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ShopeePay sebagai metode pembayaran. Zubaedah (2024) juga menemukan bahwa kepercayaan layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan ShopeePay.

Secara logis, meskipun terdapat hasil yang beragam, kepercayaan tetap dapat dianggap sebagai faktor yang berpotensi mempengaruhi efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay. Ketika pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap platform, mereka cenderung lebih nyaman dalam menggunakan berbagai fitur pengelolaan keuangan yang tersedia, seperti menyimpan saldo, melakukan transaksi rutin, dan mengatur pengeluaran. Hal ini didukung oleh Rizkyla et al. (2024) yang menemukan bahwa trust menunjukkan pengaruh yang besar terhadap minat menggunakan layanan keuangan digital.

H7: Kepercayaan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay.

2.4.8 Hubungan antara literasi keuangan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dimediasi oleh kepercayaan.

Literasi keuangan yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap keuangan (Kusumaningtuti & Cecep, 2018) memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap layanan keuangan digital. Pemahaman yang baik tentang konsep dan produk keuangan dapat meningkatkan keyakinan seseorang dalam menggunakan layanan keuangan, termasuk platform pembayaran digital seperti GoPay. Hal ini sejalan dengan konsep well literate dari OJK (2014) yang menjelaskan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga layanan keuangan beserta produk dan layanannya.

Penelitian Kantika et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, dengan kepercayaan bertindak sebagai mediator yang efektif dalam adopsi layanan keuangan digital. Hal ini diperkuat

oleh temuan Putri et al. (2023) yang mengungkapkan bahwa kepercayaan memiliki peran mediasi yang signifikan dalam keputusan penggunaan e-wallet. Lebih lanjut, penelitian Evtasari et al. (2023) menemukan bahwa kepercayaan berperan efektif dalam memediasi hubungan antara persepsi pengguna dengan keputusan penggunaan layanan pembayaran digital.

Dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi, Rizkyla et al. (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat menggunakan layanan keuangan digital. Ketika seseorang memiliki literasi keuangan yang baik, mereka cenderung lebih memahami mekanisme kerja layanan keuangan digital, yang kemudian meningkatkan kepercayaan mereka terhadap platform tersebut. Kepercayaan yang tinggi pada gilirannya mendorong penggunaan yang lebih optimal dari fitur-fitur pengelolaan keuangan yang tersedia di ShopeePay, seperti pencatatan transaksi, pembayaran tagihan, dan perencanaan pengeluaran, yang akhirnya berkontribusi pada pengelolaan keuangan yang lebih efektif.

Berdasarkan landasan teoritis dan empiris tersebut, dapat diasumsikan bahwa literasi keuangan akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap GoPay, yang pada gilirannya akan mendorong penggunaan platform tersebut secara lebih efektif untuk pengelolaan keuangan pribadi. Tingkat literasi keuangan yang tinggi memungkinkan pengguna untuk lebih memahami dan mempercayai sistem keamanan dan fitur-fitur yang ditawarkan GoPay, sehingga mereka dapat memanfaatkannya secara optimal untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi mereka.

H8: Literasi keuangan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi.

2.4.9 Hubungan antara persepsi kemudahan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dimediasi oleh kepercayaan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam adopsi teknologi finansial yang mempengaruhi bagaimana pengguna berinteraksi dengan layanan keuangan digital. Berdasarkan penelitian Wasana & Telagawathi (2023), persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePay, menunjukkan bahwa semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi tingkat penerimaan dan penggunaannya. Hal ini diperkuat oleh temuan Zubaedah

(2024) yang mengonfirmasi bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan ShopeePay.

Dalam konteks mediasi kepercayaan, penelitian Nangin et al. (2020) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan dalam konteks adopsi fintech. Sejalan dengan itu, Agustino et al. (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan minat penggunaan e-wallet, dengan kepercayaan berperan sebagai mediator yang efektif. Lebih lanjut, studi Rizkyla et al. (2024) mengonfirmasi bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh besar terhadap *trust* dalam konteks layanan keuangan digital.

Peran kepercayaan sebagai mediator semakin diperkuat oleh temuan Kantika et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap adopsi layanan keuangan digital dan bertindak sebagai mediator yang efektif. Ketika pengguna merasakan kemudahan dalam menggunakan ShopeePay, hal ini akan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap platform tersebut, yang pada gilirannya dapat mendorong penggunaan yang lebih efektif dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Berdasarkan rangkaian logis tersebut, dapat diasumsikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap GoPay, yang kemudian akan mempengaruhi efektivitas pengelolaan keuangan pribadi mereka. Ketika pengguna merasa bahwa GoPay mudah digunakan, mereka akan lebih percaya pada platform tersebut, yang pada akhirnya akan mendorong mereka untuk memanfaatkan berbagai fitur pengelolaan keuangan yang tersedia secara lebih optimal.

H9: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi.

2.4.10 Hubungan antara persepsi manfaat terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dimediasi oleh kepercayaan.

Persepsi manfaat merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi dirinya. Dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital, persepsi manfaat menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi dan menggunakan layanan tersebut secara efektif dalam pengelolaan keuangan mereka.

Penelitian Aisyiah et al. (2023) menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan fintech, namun kepercayaan tidak memediasi hubungan tersebut secara langsung. Berbeda dengan temuan tersebut, Evitasari et al. (2023) menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pembayaran digital, dengan kepercayaan berperan efektif sebagai mediator antara persepsi manfaat dan keputusan penggunaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Agustino et al. (2021) yang mengonfirmasi bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet dengan kepercayaan sebagai mediator yang efektif.

Temuan ini didukung oleh studi Naufaldi et al. (2020) yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* (persepsi manfaat) berpengaruh positif terhadap *intention to use*. Lebih lanjut, penelitian Rizkyla et al. (2024) mengungkapkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh besar terhadap *trust* (kepercayaan), dan keduanya menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan keuangan digital.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat diasumsikan bahwa ketika pengguna merasakan manfaat dari penggunaan GoPay, hal ini akan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap platform tersebut. Kepercayaan yang terbentuk kemudian akan mendorong pengguna untuk memanfaatkan berbagai fitur GoPay secara optimal dalam pengelolaan keuangan pribadi mereka. Semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna, yang pada akhirnya akan meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui platform ini.

H10: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research. Penelitian explanatory bertujuan untuk menguji teori atau hipotesis yang telah ada, guna mendukung atau menolak hasil penelitian sebelumnya. Menurut Sugiyono (2016), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berpijak pada paradigma positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data melalui instrumen khusus, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Penelitian ini termasuk dalam explanatory research karena bertujuan untuk menganalisis hubungan kausal (sebab-akibat) antara variabel independen (literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan) terhadap variabel dependen (efektivitas pengelolaan keuangan pribadi) melalui variabel mediasi (kepercayaan) dalam konteks penggunaan GoPay.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini menggunakan data berupa angka-angka yang diperoleh melalui kuesioner dan akan dianalisis menggunakan metode statistik. Hal ini sejalan dengan pendapat Cooper & Schindler (2014) yang menyatakan bahwa penelitian kuantitatif berupaya untuk mengukur sesuatu secara tepat dengan menggunakan data numerik dan analisis statistik.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, dengan fokus pada empat Perguruan Tinggi Negeri (PTN), yakni Universitas Brawijaya (UB), Universitas Islam Negeri Malang (UIN Malang), Politeknik Negeri Malang (POLINEMA), dan Universitas Negeri Malang (UM). Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan teoritis dan praktis yang relevan dengan arah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Menurut Sukardi (2015), pemilihan lokasi penelitian harus mempertimbangkan kesesuaian dengan topik penelitian, ketersediaan data, dan aksesibilitas. Kota Malang dipilih karena statusnya sebagai Kota Pendidikan terbesar kedua setelah Yogyakarta di Indonesia, dengan populasi mahasiswa yang besar dan tingkat penetrasi teknologi finansial yang tinggi, termasuk penggunaan GoPay di kalangan mahasiswa.

Sebagaimana dikemukakan oleh Moleong (2014), lokasi penelitian idealnya memiliki karakteristik yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Ketiga PTN yang dipilih memiliki karakteristik yang berbeda namun representatif, mewakili berbagai jenis perguruan tinggi negeri yang ada di Kota Malang. Selain itu, menurut Sugiyono (2017), lokasi penelitian harus memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan secara efektif dan efisien. Keberadaan mahasiswa yang terkonsentrasi di kampus-kampus tersebut memudahkan proses pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan kelompok objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan jumlah tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti sebagai sumber data untuk diteliti dan dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah mahasiswa aktif dari empat Perguruan Tinggi Negeri (PTN) yang berada di Kota Malang—yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Islam Negeri (UIN), Politeknik Negeri Malang (POLINEMA), dan Universitas Negeri Malang (UM)—yang menggunakan layanan GoPay.

Sampel Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2016), sampel adalah subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Sementara menurut Cooper & Schindler (2014), sampel adalah bagian dari target populasi yang dipilih secara cermat untuk mewakili populasi tersebut.

Pemilihan mahasiswa PTN di Malang sebagai sampel penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, karakteristik demografis mahasiswa PTN di Malang yang mewakili kelompok generasi Z dan milenial sebagai pengguna aktif pembayaran digital. Mayoritas mahasiswa berada pada rentang usia 18-25 tahun yang memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi, serta memiliki latar belakang pendidikan yang memadai untuk memahami dan mengelola keuangan digital.

Kedua, potensi penggunaan layanan digital di Kota Malang yang berkembang pesat sebagai kota pendidikan, ditandai dengan banyaknya merchant yang terintegrasi dengan GoPay. Mahasiswa PTN cenderung memiliki akses internet dan smartphone yang

mendukung penggunaan pembayaran digital, serta memiliki kebutuhan transaksi rutin seperti pembayaran kuliah, pembelian buku, dan kebutuhan sehari-hari.

Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih dibatasi pada mahasiswa yang memenuhi kriteria tertentu untuk memastikan validitas dan relevansi data penelitian. Kriteria tersebut meliputi,

1. Responden harus memiliki status akademik aktif yang terdaftar secara resmi pada salah satu dari tiga Perguruan Tinggi Negeri di Malang, yaitu Universitas Brawijaya, Politeknik Negeri Malang, atau Universitas Negeri Malang. Kriteria ini mengacu pada definisi mahasiswa aktif menurut Permendikbud No. 3 Tahun 2020, di mana mahasiswa aktif adalah peserta didik yang terdaftar dan mengikuti proses pembelajaran di perguruan tinggi.
2. Responden merupakan pengguna yang secara konsisten menggunakan layanan financial technology GoPay dalam kurun waktu minimal tiga bulan terakhir dengan frekuensi penggunaan minimal tiga kali transaksi per bulan. Penetapan kriteria ini sejalan dengan penelitian Venkatesh & Davis (2000) yang menyatakan bahwa pengalaman penggunaan teknologi selama periode tertentu berpengaruh terhadap penerimaan dan perilaku penggunaan teknologi tersebut.

Pembatasan kriteria ini dilakukan untuk memastikan responden memiliki pengalaman dan pemahaman yang cukup tentang penggunaan GoPay dalam pengelolaan keuangan mereka.

3.4 Teknik Pengumpulan Sampel

Menentukan ukuran sampel minimal, penelitian ini menggunakan pendekatan yang dikemukakan oleh Hair et al. (2010), di mana ukuran sampel ditentukan berdasarkan jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian dikalikan 5-10. Dalam penelitian ini terdapat 15 indikator dengan perhitungan pengukuran sampel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Perhitungan Sampel

No.	Variabel	Jumlah Indikator
1.	Literasi keuangan	3
2.	Kemudahan penggunaan	3
3.	Manfaat yang dirasakan	3

4.	Efektivitas pengelolaan keuangan pribadi	3
5.	Kepercayaan	3
Total Indikator		15
Batas minimum sampel (total indikator x 5)		75
Batas maksimum sampel (total indikator x 10)		150

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Dengan menggunakan pendekatan Hair et al. (2010) yang merekomendasikan jumlah sampel minimal 5-10 kali dari jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian, maka untuk penelitian ini dengan total 15 indikator, batas minimum sampel yang dibutuhkan adalah 75 responden (15×5) dan batas maksimum 150 responden (15×10). Oleh karena itu, untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal dan representatif, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150 responden yang merupakan batas maksimum.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik equal allocation sampling untuk menentukan jumlah sampel dari masing-masing PTN. Teknik ini dipilih untuk memastikan representasi yang setara dari setiap PTN dan menghindari bias dalam pengambilan sampel. Menurut Kumar (2011), equal allocation sampling efektif digunakan ketika peneliti ingin membandingkan karakteristik antar kelompok dengan tingkat presisi yang sama. Dengan total sampel 150 responden dan empat PTN yang diteliti, maka setiap PTN akan memiliki proporsi yang sama yaitu 25% atau 37-38 responden, dengan rincian sebagai berikut,

Tabel 3.2
Persebaran Responden

PTN	Proporsi	Jumlah Sampel
Universitas Brawijaya	25%	38 Responden
Universitas Negeri Malang	25%	37 Responden
Universitas Islam Negeri Malang	25%	38 Responden
Politeknik Negeri Malang	25%	37 Responden
Total	100%	150 Responden

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Pembagian proporsi sampel yang sama untuk setiap PTN ini didasarkan pada pertimbangan bahwa setiap institusi memiliki karakteristik dan kontribusi yang sama

pentingnya dalam penelitian ini. Hal ini juga sejalan dengan tujuan penelitian untuk mendapatkan gambaran yang seimbang mengenai pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay di kalangan mahasiswa PTN di Malang.

3.5 Data dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber utama data penelitian. Menurut Sugiyono (2019), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pemilihan data primer sebagai satu-satunya sumber data dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan:

1. Fokus penelitian adalah pada persepsi dan pengalaman langsung mahasiswa dalam menggunakan GoPay untuk pengelolaan keuangan pribadi, yang hanya dapat diperoleh melalui pengumpulan data langsung dari responden.
2. Variabel-variabel yang diteliti (literasi keuangan, kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, kepercayaan, dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi) merupakan variabel yang bersifat perseptual dan membutuhkan tanggapan langsung dari pengguna.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form kepada mahasiswa yang aktif di PTN Kota Malang (UB, UIN, POLINEMA, dan UM). Data yang dikumpulkan meliputi karakteristik responden, tanggapan responden terkait literasi keuangan, tanggapan responden tentang kemudahan penggunaan GoPay, tanggapan responden mengenai manfaat yang dirasakan, tanggapan responden tentang kepercayaan terhadap GoPay, tanggapan responden terkait efektivitas pengelolaan keuangan pribadi

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner online yang disebarakan melalui Google Form. Menurut Arikunto (2016), kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden, baik mengenai diri mereka maupun hal-hal yang mereka ketahui. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5, dimana:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Tahapan dalam pengumpulan data meliputi:

1. Penyusunan kuesioner berdasarkan indikator penelitian
2. Pembuatan formulir digital menggunakan Google Form
3. Penyebaran tautan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria
4. Monitoring pengisian kuesioner
5. Pengunduhan dan pengolahan data hasil kuesioner

Pemilihan kuesioner online melalui Google Form didasarkan pada beberapa keunggulan sebagaimana dikemukakan oleh Sekaran & Bougie (2016), yaitu efisiensi waktu, jangkauan yang luas, biaya yang rendah, dan kemudahan dalam pengolahan data.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan
Efektivitas pengelolaan keuangan pribadi	Efektivitas pengelolaan keuangan pribadi adalah kemampuan individu dalam menyusun perencanaan, menyusun anggaran, mengelola, mengawasi, mencari, serta menyimpan dana untuk kebutuhan sehari-hari	Indikator efektivitas pengelolaan keuangan menurut Yushita (2017) meliputi, 1. Penggunaan dana 2. Manajemen resiko 3. Perencanaan masa depan	1. Saya dapat mengatur pengeluaran dengan baik menggunakan GoPay 2. Saya mampu memantau penggunaan dana melalui riwayat transaksi GoPay 3. GoPay membantu saya menghindari pemborosan dalam berbelanja

	mencerminkan efektivitas dalam pengelolaan keuangan pribadinya (Sina & Noya, 2012).		<ol style="list-style-type: none"> 4. Saya merasa lebih aman bertransaksi menggunakan GoPay dibanding membawa uang tunai 5. GoPay membantu saya menyisihkan uang untuk kebutuhan mendatang 6. Saya dapat merencanakan pengeluaran lebih baik dengan menggunakan GoPay
Literasi keuangan	Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan yang dimiliki seseorang yang kemudian memengaruhi sikap dan tindakan mereka dalam mengambil keputusan finansial yang lebih baik demi mencapai kesejahteraan hidup (OJK, 2017).	<p>Indikator literasi keuangan menurut OECD (2016) meliputi,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan keuangan 2. Perilaku keuangan 3. Sikap keuangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memahami cara kerja layanan keuangan digital seperti GoPay 2. Saya mengerti berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan GoPay 3. Saya rutin mencatat dan mengecek transaksi keuangan di GoPay 4. Saya membandingkan harga dan promo sebelum melakukan transaksi di GoPay 5. Saya bijak dalam menggunakan saldo GoPay 6. Saya mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan sebelum bertransaksi di GoPay
Kemudahan Penggunaan	Kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan suatu teknologi	<p>Indikator kemudahan penggunaan menurut Jimenez et al., (2016) meliputi,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan pembelajaran. 2. Aksesibilitas tinggi. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan GoPay 2. Tampilan GoPay mudah dipahami

	dapat dilakukan dengan mudah dan tidak memerlukan upaya besar (Davis, 1989).	3. Simplisitas operasional.	bagi pengguna baru 3. GoPay dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi 4. Saya dapat menggunakan GoPay kapanpun dan dimanapun 5. Proses transaksi di GoPay tidak rumit 6. Saya tidak kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur GoPay
Manfaat yang dirasakan	Manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana individu yakin bahwa penerapan suatu sistem akan memberikan dampak positif terhadap efisiensi dan hasil kerjanya (Davis, 1989).	Indikator manfaat yang dirasakan menurut Gefen et al. (2003) meliputi, 1. Peningkatan fleksibilitas waktu 2. Aksesibilitas yang lebih baik 3. Kenyamanan penggunaan	1. GoPay mempersingkat waktu dalam bertransaksi 2. Saya dapat melakukan transaksi 24 jam menggunakan GoPay 3. GoPay mudah diakses melalui smartphone 4. Saya dapat mengakses riwayat transaksi GoPay dengan mudah 5. Bertransaksi menggunakan GoPay lebih praktis 6. GoPay memberikan pengalaman bertransaksi yang nyaman
Kepercayaan	Kepercayaan diartikan sebagai kesiapan seseorang untuk mengandalkan pihak lain meskipun terdapat potensi risiko dalam hubungan	Indikator kepercayaan menurut Roger (1995) meliputi, 1. Ability 2. Benevolence 3. Integrity	1. GoPay mampu menjaga keamanan data pribadi saya 2. GoPay memiliki sistem yang handal dalam memproses transaksi 3. GoPay memberikan

	tersebut (Mayer et al., 1995).		<p>layanan sesuai dengan kepentingan pengguna</p> <p>4. GoPay responsive dalam menangani keluhan pengguna</p> <p>5. GoPay memberikan informasi yang jujur dan transparan</p> <p>6. GoPay menepati janji-janji yang diberikan kepada pengguna</p>
--	--------------------------------	--	--

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

3.8 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling dengan metode Partial Least Square (SEM-PLS) yang dioperasikan melalui software SmartPLS 4. Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam menganalisis hubungan antar variabel secara simultan dan menguji model pengukuran sekaligus model struktural.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode analisis yang digunakan untuk mengolah dan menyajikan data sebagaimana adanya, tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang bersifat generalisasi atau berlaku umum (Hair et al., 2022). Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan ilustrasi atau gambaran mengenai data berdasarkan berbagai aspek yang diamati.

3.8.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran merupakan tahap pertama yang bertujuan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari instrumen pengukuran. Evaluasi ini meliputi beberapa pengujian:

a. Indicator Reliability (Reliabilitas Indikator)

Reliabilitas indikator dinilai melalui pemeriksaan nilai outer loading dari masing-masing indikator dengan kriteria nilai outer loading harus ≥ 0.70 . Outer loading menunjukkan korelasi antara indikator dengan konstruksinya. Semakin tinggi nilai outer loading menandakan semakin tinggi kesamaan varian yang dijelaskan

oleh indikator tersebut. Indikator dengan outer loading < 0.70 sebaiknya dihapus dari model

b. Internal Consistency Reliability (Reliabilitas Konsistensi Internal)

Reliabilitas konsistensi internal diukur menggunakan dua parameter:

- Cronbach's Alpha

Nilai minimum yang dapat diterima adalah 0.6. Mengukur korelasi antar indikator dalam suatu konstruk. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha menunjukkan semakin tinggi reliabilitas.

- Composite Reliability (CR)

Nilai minimum yang dapat diterima adalah 0.6. Mengukur reliabilitas dengan mempertimbangkan perbedaan outer loading. Lebih tepat untuk model PLS karena tidak mengasumsikan kesetaraan indikator

c. Validitas Konvergen

Validitas konvergen dapat dinilai melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE), di mana ambang batas minimum yang diterima adalah 0,5. Nilai AVE yang melebihi 0,5 menunjukkan bahwa konstruk tersebut mampu menjelaskan lebih dari setengah variasi yang terdapat dalam indikator-indikatornya. Hal ini menandakan bahwa indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki kesamaan varian yang tinggi atau saling berkorelasi erat.

d. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dievaluasi menggunakan tiga kriteria untuk memastikan setiap konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya:

- Fornell-Larcker Criterion

Nilai akar kuadrat AVE harus lebih besar dari korelasi dengan konstruk lainnya. Membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar konstruk. Menunjukkan bahwa konstruk lebih baik dalam menjelaskan varian indikatornya sendiri daripada varian indikator konstruk lainnya.

- Cross-Loading

Loading indikator pada konstruk yang dituju harus lebih besar dari cross-loading pada konstruk lainnya. Setiap indikator harus berkorelasi lebih

tinggi dengan konstraknya sendiri. Menunjukkan bahwa indikator benar-benar mengukur konstruk yang dituju

e. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Nilai maksimum yang dapat diterima adalah 0.9. Mengukur rasio korelasi antara konstruk. Nilai HTMT > 0.9 menunjukkan kurangnya validitas diskriminan

3.8.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, tahap selanjutnya adalah evaluasi model struktural yang bertujuan untuk menilai hubungan antar konstruk yang dihipotesiskan.

a. Uji Kolinearitas

Uji kolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak ada masalah multikolinearitas dalam model. Menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF). VIF < 5 menunjukkan tidak ada masalah kolinearitas. Mengevaluasi tingkat korelasi antar variabel prediktor.

b. Evaluasi Path Coefficient dan Signifikansi

Evaluasi jalur dan signifikansi meliputi:

- Path Coefficient

Nilai mendekati +1 menunjukkan hubungan positif kuat. Nilai mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif kuat. Nilai mendekati 0 menunjukkan hubungan lemah.

- Signifikansi Hubungan

T-statistik > 1.96 untuk signifikansi pada level 5%. P-value < 0.05 untuk menentukan signifikansi hubungan. Menggunakan prosedur bootstrapping untuk menguji signifikansi.

c. Evaluasi Kekuatan Model

Kekuatan model dievaluasi melalui dua parameter:

- R-Square (R^2)

Mengukur kekuatan prediktif model. $R^2 = 0.75$ menunjukkan kekuatan prediktif substansial. $R^2 = 0.50$ menunjukkan kekuatan prediktif moderat. $R^2 = 0.25$ menunjukkan kekuatan prediktif lemah.

- Effect Size (f^2)

Mengukur dampak relatif variabel prediktor. $f^2 = 0.02$ menunjukkan efek kecil, $f^2 = 0.15$ menunjukkan efek sedang, dan $f^2 = 0.35$ menunjukkan efek besar

d. Evaluasi Kekuatan Prediksi Model

Kekuatan prediksi model dievaluasi menggunakan:

- Q-Square (Q^2)
Mengukur relevansi prediktif model. $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki relevansi prediktif. Dihitung menggunakan prosedur blindfolding.
- Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)
Mengukur tingkat fit model. Nilai < 0.08 menunjukkan model fit yang baik.
Mengukur perbedaan antara korelasi yang diobservasi dengan yang diimplikasikan model

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hubungan yang dihipotesiskan dalam model penelitian.

a. Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Evaluasi pengaruh langsung dilakukan dengan kriteria:

- Nilai path coefficient menunjukkan kekuatan dan arah hubungan
- T-statistik > 1.96 menunjukkan hubungan signifikan pada level 5%
- P-value < 0.05 menunjukkan penolakan hipotesis nol
- Pengujian dilakukan pada semua hipotesis pengaruh langsung (H1-H7)

b. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Untuk pengujian efek mediasi (H8-H10), evaluasi dilakukan terhadap:

- Nilai specific indirect effects untuk menilai kekuatan efek mediasi
- T-statistik > 1.96 untuk signifikansi efek mediasi
- P-value < 0.05 untuk menentukan signifikansi efek mediasi

Pengujian mediasi menggunakan prosedur bootstrapping untuk menguji signifikansi efek tidak langsung dan dapat menggunakan salah satu dari pendekatan berikut:

1. Metode Baron & Kenny

2. Sobel Test

3. Bootstrapping

3.8.5 Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Langsung (*Direct Effect*)

Analisis pengaruh langsung (*direct effect*) dilakukan untuk mengevaluasi signifikansi hubungan antara variabel dengan memperhatikan nilai koefisien parameter serta t-statistik yang diperoleh melalui teknik *bootstrapping*. Hubungan antar variabel dianggap signifikan apabila nilai *t-statistik* melebihi 1,96 pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2017).

b. Uji Hipotesis Tak Langsung (*Indirect Effect*)

Uji pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) untuk mengevaluasi peran variabel mediasi, yang juga dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* dengan minimum 5000 resamples untuk menghasilkan distribusi sampling yang lebih akurat dan standard error yang lebih reliabel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa di empat Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Islam Negeri Malang (UIN), dan Politeknik Negeri Malang (POLINEMA). Responden yang dipilih merupakan mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah keuangan dan menggunakan e-wallet GoPay.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diperoleh karakteristik responden sebagai berikut:

1. Dari segi gender, komposisi responden didominasi oleh mahasiswa perempuan sebanyak 56%, sementara mahasiswa laki-laki sebanyak 44%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat keseimbangan yang cukup baik dalam representasi gender pada penelitian ini, meskipun dengan sedikit dominasi responden perempuan.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	66	44%
Perempuan	84	56%
Total	150	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

2. Seluruh responden (100%) merupakan mahasiswa aktif yang berkuliah di Kota Malang, sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian. Distribusi responden berdasarkan asal perguruan tinggi menunjukkan persebaran yang merata, dimana masing-masing institusi (UB, UM, UIN, dan POLINEMA) diwakili oleh 25% dari total responden. Distribusi yang merata ini memberikan gambaran yang representatif mengenai populasi mahasiswa pengguna GoPay di berbagai perguruan tinggi negeri di Kota Malang.

Tabel 4.2
Jumlah Sebaran Responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
Politeknik Negeri Malang	37	25%
Universitas Negeri Malang	37	25%
Universitas Brawijaya	38	25%
Universitas Islam Negeri Malang	38	25%
Total	150	100%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel Efektivitas Pengelolaan Keuangan (Y)

Variabel efektivitas pengelolaan keuangan pribadi terdiri dari 3 indikator yaitu penggunaan dana, manajemen risiko, dan perencanaan masa depan. Pada masing-masing indikatornya diwakili oleh dua pertanyaan yang relevan.

Tabel 4.3
Deskripsi Variabel Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1	7	5%	15	10%	10	7%	75	50%	43	29%	3.880
Y2	4	3%	13	9%	13	9%	67	45%	53	35%	4.013
Y3	6	4%	15	10%	20	13%	48	32%	61	41%	3.953
Y4	7	5%	13	9%	13	9%	69	46%	48	32%	3.920
Y5	6	4%	18	12%	13	9%	65	43%	48	32%	3.873
Y6	6	4%	15	10%	13	9%	57	38%	59	39%	3.987

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Mengacu pada tabel 4.3, efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay dinilai cukup baik oleh mayoritas responden. Indikator penggunaan dana menunjukkan respon paling positif, terutama pada pernyataan Y2 mengenai pemantauan melalui riwayat transaksi dengan total 80% responden setuju atau sangat setuju. Pernyataan Y1 tentang pengaturan pengeluaran juga mendapat respon positif sebesar 79%.

Pada indikator manajemen risiko, pernyataan Y3 tentang kemampuan GoPay dalam membantu menghindari pemborosan mendapat total 73% respon positif, namun juga mencatat persentase netral tertinggi (13%), menunjukkan masih adanya keraguan dari sebagian pengguna. Sementara itu, pernyataan Y4 mengenai keamanan transaksi memperoleh total 78% respon positif, menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan GoPay.

Indikator perencanaan masa depan menunjukkan bahwa Y5 tentang menyisihkan uang mendapat 75% respons positif, meskipun 12% responden menyatakan tidak setuju. Sementara itu, Y6 mengenai perencanaan pengeluaran memperoleh 77% respons positif.

Secara keseluruhan, seluruh indikator menunjukkan respon positif di atas 70%, dengan indikator penggunaan dana menjadi yang paling menonjol. Hal ini mencerminkan bahwa GoPay dinilai cukup efektif dalam membantu pengelolaan keuangan pribadi oleh para penggunanya.

Literasi Keuangan (X1)

Variabel literasi keuangan terdiri dari 3 indikator yaitu pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan. Pada masing-masing indikatornya diwakili oleh dua pertanyaan yang relevan.

Tabel 4.4
Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X1)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0%	5	3%	9	6%	70	47%	66	44%	4.313
X1.2	0	0%	7	5%	7	5%	78	52%	58	39%	4.247
X1.3	0	0%	5	3%	7	5%	76	51%	62	41%	4.300
X1.4	0	0%	6	4%	6	4%	61	41%	77	51%	4.393
X1.5	0	0%	2	1%	12	8%	75	50%	61	41%	4.300
X1.6	0	0%	5	3%	8	5%	73	49%	64	43%	4.307

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan deskripsi variabel literasi keuangan pada tabel 4.4, tingkat literasi keuangan pengguna GoPay tergolong tinggi. Pernyataan dengan respon tertinggi adalah X1.4 "Saya membandingkan harga dan promo sebelum melakukan transaksi di GoPay" dengan mean 4,393 dan total 92% responden setuju atau sangat setuju. Sementara pernyataan dengan mean terendah adalah X1.2 "Saya mengerti berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan GoPay" dengan mean 4,247, meskipun tetap didominasi oleh respon positif 91%.

Pada indikator pengetahuan keuangan (X1.1 dan X1.2), respon positif melebihi 90%, menunjukkan pemahaman yang baik terhadap fitur dan layanan GoPay. Indikator perilaku keuangan (X1.3 dan X1.4) juga menunjukkan hasil sangat baik, dengan 92% responden aktif mencatat transaksi serta membandingkan harga dan promo. Untuk

indikator sikap keuangan (X1.5 dan X1.6), respon positif di atas 90% dengan mean di atas 4,3 yang mencerminkan sikap bijak dan pertimbangan matang sebelum bertransaksi.

Secara keseluruhan, seluruh pernyataan memiliki mean di atas 4,2 dan respon positif di atas 90%, mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna GoPay memiliki literasi keuangan yang tinggi.

Kemudahan Penggunaan (X2)

Variabel kemudahan penggunaan terdiri dari 3 indikator yaitu kemudahan pembelajaran, aksesibilitas tinggi, dan simplisitas operasional. Pada masing-masing indikatornya diwakili oleh dua pertanyaan yang relevan.

Tabel 4.5
Deskripsi Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0%	6	4%	9	6%	70	47%	65	43%	4.293
X2.2	0	0%	6	4%	7	5%	68	45%	69	46%	4.333
X2.3	0	0%	8	5%	7	5%	72	48%	63	42%	4.267
X2.4	0	0%	5	3%	10	7%	78	52%	57	38%	4.247
X2.5	0	0%	5	3%	8	5%	78	52%	59	39%	4.273
X2.6	0	0%	6	4%	6	4%	74	49%	64	43%	4.307

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Sebagaimana tertera pada tabel 4.5, variabel Kemudahan Penggunaan GoPay menunjukkan respon yang sangat positif dari pengguna. Pernyataan dengan mean tertinggi adalah X2.2 "Tampilan GoPay mudah dipahami bagi pengguna baru" dengan mean 4,333 dan 91% responden setuju atau sangat setuju, menandakan interface GoPay ramah bagi pengguna baru.

Indikator kemudahan pembelajaran juga kuat, di mana X2.1 menunjukkan total respon positif 90%, mencerminkan bahwa mayoritas pengguna cepat memahami cara penggunaan GoPay. Pada indikator aksesibilitas tinggi, X2.3 dan X2.4 sama-sama memperoleh 90% respon positif. Namun, X2.4 mencatat persentase netral tertinggi (7%), yang menunjukkan masih adanya sedikit hambatan dalam penggunaan GoPay kapan dan di mana saja.

Indikator simplisitas operasional memperlihatkan hasil paling menonjol. Pernyataan X2.6 "Saya tidak kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur GoPay" meraih 92% respon positif, tertinggi di antara semua pernyataan. Begitu pula X2.5 mencatat 91%, menandakan bahwa proses transaksi dinilai sangat mudah dan tidak rumit.

Secara keseluruhan, seluruh item pada variabel ini memperoleh total respon positif di atas 90%, dengan persentase ketidaksetujuan sangat rendah (3–5%) dan tidak ada yang sangat tidak setuju. Ini mengindikasikan bahwa GoPay telah berhasil menyediakan platform yang sangat mudah diakses dan digunakan.

Manfaat yang Dirasakan (X3)

Variabel manfaat yang dirasakan terdiri dari 3 indikator yaitu peningkatan fleksibilitas waktu, aksesibilitas yang lebih baik, dan kenyamanan penggunaan. Pada masing-masing indikatornya diwakili oleh dua pertanyaan yang relevan.

Tabel 4.6
Deskripsi Variabel Manfaay yang Dirasakan (X3)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	0	0%	5	3%	8	5%	68	45%	69	46%	4.340
X3.2	0	0%	4	3%	10	7%	76	51%	60	40%	4.280
X3.3	0	0%	7	5%	6	4%	79	53%	58	39%	4.253
X3.4	0	0%	6	4%	4	3%	68	45%	72	48%	4.373
X3.5	0	0%	4	3%	8	5%	67	45%	71	7%	4.367
X3.6	0	0%	3	2%	11	7%	76	51%	60	40%	4.287

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Sesuai dengan yang tertera pada tabel 4.6, ditinjau dari nilai meannya variabel Manfaat yang Dirasakan menunjukkan hasil yang sangat positif. Pernyataan X3.4 “Saya dapat mengakses riwayat transaksi GoPay dengan mudah” memperoleh mean tertinggi sebesar 4,373, menandakan bahwa fitur riwayat transaksi menjadi manfaat paling dirasakan oleh pengguna. Sementara itu, mean terendah tercatat pada X3.3 “GoPay mudah diakses melalui smartphone” sebesar 4,253, yang tetap tergolong tinggi dalam skala lima poin.

Seluruh pernyataan dalam variabel ini memiliki mean di atas 4,2, dengan rentang yang sempit (4,253–4,373), mengindikasikan persepsi manfaat yang konsisten di semua

aspek layanan GoPay. Pada indikator fleksibilitas waktu, X3.1 dan X3.2 masing-masing memperoleh respon positif sebesar 91%, menunjukkan bahwa GoPay membantu pengguna dalam menghemat waktu dan menyediakan layanan 24 jam. Pada indikator aksesibilitas, X3.3 dan X3.4 masing-masing mendapat 92% dan 93% respon positif, menegaskan kemudahan akses GoPay, baik melalui smartphone maupun fitur riwayat transaksi.

Sementara itu, indikator kenyamanan penggunaan juga menunjukkan hasil yang tinggi. X3.5 mencatat mean tertinggi kedua (4,367) dengan respon positif 92%, dan X3.6 memperoleh 91%, menandakan bahwa pengguna merasa praktis dan nyaman dalam bertransaksi menggunakan GoPay.

Secara keseluruhan, variabel ini menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi terhadap manfaat yang diberikan GoPay, dengan respon positif di atas 90% dan hampir tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Kepercayaan (Z)

Variabel kepercayaan terdiri dari 3 indikator yaitu ability, benevolence, dan integrity. Pada masing-masing indikatornya diwakili oleh dua pertanyaan yang relevan.

Tabel 4.7
Deskripsi Variabel Kepercayaan (Z)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Z1	6	4%	15	10%	16	11%	64	43%	49	33%	3.900
Z2	4	3%	10	7%	15	10%	66	44%	55	37%	4.053
Z3	7	5%	9	6%	15	10%	72	48%	47	31%	3.953
Z4	10	7%	12	8%	18	12%	58	39%	52	35%	3.867
Z5	2	1%	21	14%	8	5%	65	43%	54	36%	3.987
Z6	5	3%	11	7%	20	13%	62	41%	52	35%	3.967

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan deskripsi variabel kepercayaan pada tabel 4.7, variabel Kepercayaan terhadap GoPay menunjukkan bahwa indikator *Ability* memperoleh respon paling tinggi, khususnya pernyataan Z2 "GoPay memiliki sistem yang handal dalam memproses transaksi" dengan total 81% respon positif dan mean tertinggi sebesar 4,053. Hal ini mencerminkan kepercayaan kuat pengguna terhadap kehandalan sistem GoPay.

Pada indikator *Ability* lainnya, yaitu Z1 "GoPay mampu menjaga keamanan data pribadi saya", juga mencatat respon positif sebesar 76%. Ini menunjukkan bahwa aspek teknis dan keamanan menjadi kekuatan utama dalam membangun kepercayaan pengguna.

Indikator *Benevolence* menunjukkan respon paling rendah. Pernyataan Z4 "GoPay responsif dalam menangani keluhan pengguna" memiliki mean terendah (3,867) dan persentase sangat tidak setuju tertinggi (7%), meskipun total respon positif tetap sebesar 74%. Ini mengindikasikan bahwa aspek responsivitas layanan masih perlu ditingkatkan. Sementara Z3 "GoPay memberikan layanan sesuai kepentingan pengguna" mendapat 79% respon positif.

Pada indikator *Integrity*, Z5 "GoPay memberikan informasi yang jujur dan transparan" mendapatkan total 79% respon positif dan persentase sangat tidak setuju terendah (1%). Z6 "GoPay menepati janji-janji kepada pengguna" juga menunjukkan respon positif sebesar 76%.

Secara rata-rata, indikator *Ability* memiliki respon positif tertinggi (78,5%), diikuti *Integrity* (77,5%) dan *Benevolence* (76,5%). Seluruh indikator mencatatkan mean di atas 3,8 dan respon positif di atas 74%, mengindikasikan bahwa GoPay telah berhasil membangun kepercayaan pengguna, terutama dalam aspek kehandalan sistem dan keamanan teknisnya.

4.1.3 Hasil Analisis Data

4.1.3.1 Indikator Reliability

Tahap awal dalam evaluasi outer model dimulai dengan menguji nilai outer loading dari masing-masing indikator. Semakin tinggi nilai outer loading, semakin besar tingkat kesamaan indikator terhadap konstruk yang diukur. Menurut Hair et al. (2022), nilai outer loading yang dianggap memenuhi syarat minimal adalah 0,7. Hasil pengujian outer loading disajikan pada Tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8
Outer Loading

	Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	Keper- cayaan (Z)	Literasi Keuangan (X1)	Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi Manfaat (X3)
Y_1	0.880				
Y_2	0.915				
Y_3	0.875				
X1_1			0.908		
X1_2			0.886		
X1_3			0.907		
X2_1				0.888	
X2_2				0.899	
X2_3				0.873	
X3_1					0.876
X3_2					0.878
X3_3					0.901
Z_1		0.891			
Z_2		0.865			
Z_3		0.897			

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Merujuk pada hasil uji validitas konvergen yang ditampilkan pada Tabel 4.8, seluruh indikator menunjukkan nilai outer loading sebesar $\geq 0,70$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas yang ditetapkan.

4.1.3.2 Internal Consistency Reliabilty (Reliabilitas Konsistems Internal)

Pengujian yang perlu dilakukan pada outer model selanjutnya adalah uji internal consistency reliability. Uji ini dilakukan melalui nilai cronbach alpha dan composite reliability. Nilai cronbach alpha menggambarkan korelasi indikator pada suatu konstruk, sedangkan composite reliability melihat perbedaan outer loading dari variabel indikator. Hair et al. (2022) menyatakan bahwa nilai cronbach alpha dan composite reliability yang diterima harus bernilai lebih dari 0,6 (Hair et al., 2022).

Tabel 4.9
Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.869	0.871	0.920
Kepercayaan (Z)	0.861	0.861	0.915
Literasi Keuangan (X1)	0.883	0.885	0.928
Persepsi Kemudahan (X2)	0.864	0.866	0.917
Persepsi Manfaat (X3)	0.862	0.874	0.916

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.9, seluruh variabel laten terbukti memenuhi syarat uji reliabilitas. Hal ini terlihat dari nilai cronbach alpha dan composite reliability masing-masing variabel yang semuanya berada di atas 0,6. Dengan demikian, seluruh variabel laten dapat dinyatakan reliabel karena telah memenuhi seluruh kriteria pengukuran yang ditetapkan.

4.1.3.3 Validitas Konvergen (AVE)

Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana suatu konstruk dapat merepresentasikan indikator-indikator yang membentuknya. Untuk menguji validitas konvergen, digunakan penilaian terhadap nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Hair et al. (2022) menyatakan bahwa jika nilai AVE melebihi 0,5, maka konstruk tersebut dinilai mampu menjelaskan lebih dari 50% varians dari indikator-indikator yang dimilikinya.

Tabel 4.10
Average Variance Extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.792
Kepercayaan (Z)	0.782
Literasi Keuangan (X1)	0.811
Persepsi Kemudahan (X2)	0.786
Persepsi Manfaat (X3)	0.783

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Nilai AVE digunakan untuk mengukur validitas konvergen, dengan ambang batas minimal 0.50. Pada tabel 4.10, dapat diketahui bahwa semua variabel dalam model memiliki nilai AVE di atas 0.78, yang menunjukkan bahwa setiap konstruk

memiliki kevalidan yang tinggi. Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.792) memiliki varian yang dijelaskan dengan baik oleh indikatornya, diikuti oleh Kepercayaan (0.782), Literasi Keuangan (0.811), Persepsi Kemudahan (0.786), dan Persepsi Manfaat (0.783). Dengan demikian, model ini memenuhi syarat validitas konvergen yang kuat.

4.1.3.4 Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Validitas diskriminan bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan secara empiris dari konstruk lain yang merepresentasikan konsep berbeda. Beberapa pendekatan yang umum digunakan dalam menguji validitas diskriminan meliputi kriteria Fornell-Larcker, cross loading, serta rasio heterotrait-monotrait (HTMT) (Hair et al., 2022).

Salah satu indikator utama dalam pengujian ini adalah *Fornell-Larcker criterion*, di mana konstruk dianggap memenuhi kriteria jika akar kuadrat dari nilai AVE lebih besar dibandingkan korelasi tertinggi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Discriminant Validity Fornell-Lacker Criterion

	Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	Keper- cayaan (Z)	Literasi Keuangan (X1)	Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi Manfaat (X3)
Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.890				
Kepercayaan (Z)	0.709	0.885			
Literasi Keuangan (X1)	0.290	0.368	0.901		
Persepsi Kemudahan (X2)	0.429	0.445	-0.085	0.887	
Persepsi Manfaat (X3)	0.337	0.421	-0.160	-0.114	0.885

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.11, nilai akar kuadrat dari AVE untuk masing-masing konstruk telah melebihi nilai korelasinya dengan konstruk lain, sehingga telah memenuhi syarat dari *Fornell-Larcker criterion*.

Tahap berikutnya yang perlu diperhatikan adalah hasil cross loading. Sesuai dengan kriteria ini, nilai outer loading masing-masing indikator seharusnya lebih besar terhadap konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan nilai loading

terhadap konstruk lainnya. Rincian nilai loading factor tersebut ditampilkan pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12
Discriminant Validity Cross Loading

	Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	Kepercayaan (Z)	Literasi Keuangan (X1)	Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi Manfaat (X3)
Y_1	0.880	0.595	0.232	0.379	0.286
Y_2	0.915	0.659	0.306	0.377	0.317
Y_3	0.875	0.637	0.232	0.391	0.296
X1_1	0.262	0.337	0.908	-0.079	-0.158
X1_2	0.224	0.337	0.886	-0.081	-0.146
X1_3	0.293	0.322	0.907	-0.070	-0.128
X2_1	0.372	0.389	-0.122	0.888	-0.051
X2_2	0.372	0.444	-0.048	0.899	-0.127
X2_3	0.399	0.347	-0.058	0.873	-0.123
X3_1	0.265	0.352	-0.172	-0.100	0.876
X3_2	0.281	0.343	-0.140	-0.074	0.878
X3_3	0.341	0.415	-0.118	-0.123	0.901
Z_1	0.614	0.891	0.358	0.330	0.381
Z_2	0.615	0.865	0.340	0.398	0.369
Z_3	0.652	0.897	0.281	0.450	0.367

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan pada tabel 4.12, dapat dinyatakan bahwa nilai masing-masing dari *outer loading* lebih tinggi daripada *cross loading* pada konstruk lainnya.

Salah satu kriteria penting dalam menilai validitas diskriminan adalah rasio *heterotrait-monotrait* (HTMT), yang merepresentasikan rata-rata hubungan antar indikator dari konstruk yang berbeda. Menurut Hair et al. (2022), nilai HTMT sebaiknya tidak melebihi 0,9. Apabila nilai HTMT melampaui angka tersebut, maka hal itu mengindikasikan validitas diskriminan yang lemah.

Tabel 4.13
Heterotrait Monotrait Ration (HTMT)

	Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	Keper- cayaan (Z)	Literasi Keuangan (X1)	Persepsi Kemudahan (X2)
Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)				

Kepercayaan (Z)	0.819			
Literasi Keuangan (X1)	0.328	0.423		
Persepsi Kemudahan (X2)	0.496	0.513	0.098	
Persepsi Manfaat (X3)	0.385	0.485	0.186	0.129

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.13, seluruh nilai korelasi HTMT berada di bawah angka 0,9. Hal ini menunjukkan bahwa kriteria HTMT telah terpenuhi, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk-konstruk dalam model telah lolos uji validitas diskriminan.

Dengan terpenuhinya seluruh kriteria yang diperlukan dalam pengujian validitas diskriminan, maka dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk secara empiris berbeda satu sama lain dan mampu merepresentasikan fenomena yang unik, yang tidak dijelaskan oleh konstruk lainnya dalam model. Oleh karena itu, seluruh indikator dinyatakan valid dalam mengukur konstraknya masing-masing.

Tahap selanjutnya setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel adalah melakukan *Structural Model Assessment*, atau biasa disebut evaluasi *inner model*. Menurut Hair et al. (2022), evaluasi inner model melibatkan beberapa aspek pengujian, antara lain uji kolinearitas, signifikansi serta relevansi hubungan antarkonstruk, daya jelas model (*Model's Explanatory Power*), dan kemampuan prediktif model (*Model's Predictive Power*) yang akan dijelaskan pada bagian berikutnya.

4.1.3.5 Uji Kolinearitas

Kolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel independen dalam model memiliki tingkat korelasi yang tinggi atau bersifat linear satu sama lain. Untuk mendeteksi adanya kolinearitas, dapat digunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF berada di bawah 5, maka model dianggap layak dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya. Rincian hasil uji VIF disajikan pada tabel 4.14 di bawah ini.

Tabel 4.14
Assess the Structural Model for Collinearity Issues (VIF)

	VIF
Y_1	2.291
Y_2	2.684
Y_3	2.092
X2_1	2.282
X2_2	2.320
X2_3	2.097
Z_1	2.361
Z_2	1.951
Z_3	2.392
X1_1	2.631
X1_2	2.325
X1_3	2.564
X3_1	2.190
X3_2	2.215
X3_3	2.195

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Dapat dilihat pada tabel 4.14, bahwa nilai VIF antar variabel penelitian telah memenuhi batas uji yakni < 5 . Dari pengujian inner model didapatkan model secara umum sudah cukup baik.

4.1.3.6 Evaluasi Path Coefficient dan Signifikan

Pada tahap ini, uji yang dilakukan adalah dengan melihat nilai *path coefficient* dan nilai t. Nilai *path coefficient* yang mendekati 1 menunjukkan hubungan yang positif dan sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan lemahnya hubungan dalam struktur model. Selanjutnya, nilai t menunjukkan signifikansi dari suatu hubungan antar variabel pada tingkat error tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan signifikansi level error sebesar 5% yang berarti nilai t harus lebih besar dari 1.96 (Hair et al., 2022). Berikut ini merupakan nilai *path coefficient* dan t value yang ditampilkan pada tabel 4.15.

Tabel 4.15
Uji Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Literasi Keuangan (X1) -> Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.200	0.201	0.083	2.397	0.017
Persepsi Kemudahan (X2) -> Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.290	0.285	0.089	3.271	0.001
Persepsi Manfaat (X3) -> Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.229	0.225	0.111	2.067	0.039
Literasi Keuangan (X1) -> Kepercayaan (Z)	0.505	0.501	0.077	6.580	0.000
Persepsi Kemudahan (X2) -> Kepercayaan (Z)	0.552	0.547	0.083	6.667	0.000
Persepsi Manfaat (X3) -> Kepercayaan (Z)	0.565	0.560	0.073	7.759	0.000
Kepercayaan (Z) -> Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.410	0.416	0.108	3.812	0.000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Dari tabel 4.15 dapat diketahui bahwa hasil uji hubungan langsung menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.200, T=2.397, p=0.017) serta terhadap Kepercayaan (0.505, T=6.580, p=0.000), menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, semakin tinggi pula kepercayaan individu dalam mengelola keuangannya.

Persepsi Kemudahan juga berpengaruh positif terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.290, T=3.271, p=0.001) dan terhadap Kepercayaan (0.552, T=6.667, p=0.000), yang menunjukkan bahwa semakin mudah individu mengakses dan menggunakan sistem keuangan, semakin tinggi tingkat kepercayaannya terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Persepsi Manfaat juga memberikan dampak positif terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.229, T=2.067, p=0.039) dan Kepercayaan (0.565, T=7.759, p=0.000), mengindikasikan bahwa jika individu merasakan manfaat yang

lebih besar dari sistem keuangan, mereka akan lebih percaya dan lebih efektif dalam mengelola keuangan mereka.

Selain itu, hasil uji hubungan langsung menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.410, $T=3.812$, $p=0.000$), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan, semakin efektif pengelolaan keuangan pribadi seseorang. Selanjutnya, merupakan nilai *path coefficient* dan *t value* dengan pengaruh tidak langsung yang ditampilkan pada tabel 4.16 berikut.

Tabel 4.16
Uji Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Literasi Keuangan (X1) -> Kepercayaan (Z) -> Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.207	0.205	0.050	4.158	0.000
Persepsi Kemudahan (X2) -> Kepercayaan (Z) -> Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.227	0.229	0.074	3.056	0.002
Persepsi Manfaat (X3) -> Kepercayaan (Z) -> Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.232	0.234	0.071	3.274	0.001

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Dapat dilihat pada tabel 4.16, hasil uji mediasi menunjukkan bahwa Kepercayaan memediasi hubungan antara Literasi Keuangan dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi dengan efek signifikan (0.207, $T=4.158$, $p=0.000$), mengindikasikan bahwa literasi keuangan yang baik akan meningkatkan kepercayaan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap efektivitas pengelolaan keuangan.

Kepercayaan juga memediasi hubungan antara Persepsi Kemudahan dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.227, $T=3.056$, $p=0.002$), yang menunjukkan bahwa semakin mudah sistem keuangan digunakan, semakin tinggi kepercayaan seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya.

Persepsi Manfaat juga memiliki efek mediasi melalui Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.232, T=3.274, p=0.001), yang mengindikasikan bahwa persepsi akan manfaat dari sistem keuangan berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas pengelolaan keuangan melalui peningkatan kepercayaan.

4.1.3.7 R-Square (R^2)

Tahap ketiga dalam evaluasi model struktural adalah mengukur seberapa kuat model tersebut mampu menjelaskan variabel yang diteliti. Penilaian ini berfokus pada kemampuan model dalam mencerminkan data aktual melalui kekuatan hubungan yang terbentuk dalam jalur PLS. Indikator yang paling sering digunakan untuk menilai kemampuan penjelasan ini adalah koefisien determinasi (R^2). Semakin tinggi nilai R^2 yang dihasilkan, maka semakin baik pula kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen berdasarkan konstruk yang diajukan dalam penelitian. Pada tabel 4.17 dapat dilihat hasil analisis pengujian terhadap nilai

Tabel 4.17
R-Square

	R-square	R-square adjusted
Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	0.550	0.538
Kepercayaan (Z)	0.670	0.663

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Nilai *r-square* menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 67.0%, sementara Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi dapat dijelaskan sebesar 55.0% oleh variabel prediktornya. *Adjusted R-square* sedikit lebih rendah tetapi tetap menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang cukup kuat.

4.1.3.8 Nilai *Effect Size*

Langkah selanjutnya dalam tahap *Assess the model's explanatory power* adalah mengevaluasi ukuran efek atau *effect size* (f^2). Analisis ini bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel eksogen memberikan pengaruh terhadap variabel endogen dalam model. Menurut Hair et al. (2022), nilai f^2 sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 mencerminkan pengaruh sedang, dan 0,35 menandakan

pengaruh besar. Nilai *f-square* untuk masing-masing konstruk dapat dilihat pada Tabel 4.18.

Tabel 4.18
Effect Size

	Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	Kepercayaan (Z)
Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)		
Kepercayaan (Z)	0.124	
Literasi Keuangan (X1)	0.049	0.745
Persepsi Kemudahan (X2)	0.096	0.901
Persepsi Manfaat (X3)	0.058	0.924

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan pedoman Hair et al. (2022), nilai *f-square* sebesar 0.02, 0.15, dan 0.35 masing-masing menunjukkan efek kecil, sedang, dan besar. Literasi Keuangan memiliki efek besar terhadap Kepercayaan (0.745) dan efek kecil terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.049). Persepsi Kemudahan memiliki efek besar terhadap Kepercayaan (0.901) dan efek kecil terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.096). Persepsi Manfaat memiliki efek besar terhadap Kepercayaan (0.924) dan efek kecil terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.058). Sementara itu, Kepercayaan memiliki efek sedang terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.124).

4.1.3.9 Predictive Relevance (Q^2)

Agar model jalur dalam penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk pengambilan keputusan manajerial, penting bagi model tersebut menghasilkan temuan yang bersifat generalis. Artinya, hasil penelitian tidak hanya relevan untuk data yang dianalisis, tetapi juga dapat diaplikasikan pada data lain di luar sampel yang digunakan (Hair et al., 2022). Untuk menilai kemampuan prediktif model, digunakan indikator *predictive relevance* (Q^2). Semakin tinggi nilai Q^2 , maka semakin baik kemampuan model dalam memprediksi data dari sampel yang berbeda. Rincian hasil pengujian nilai Q^2 disajikan pada Tabel 4.19.

Tabel 4.19
Predictive Relevance (Q²)

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	450.000	259.745	0.423
Kepercayaan (Z)	450.000	220.910	0.509
Literasi Keuangan (X1)	450.000	450.000	0.000
Persepsi Kemudahan (X2)	450.000	450.000	0.000
Persepsi Manfaat (X3)	450.000	450.000	0.000

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Nilai Q-square menunjukkan kemampuan prediksi model. Dapat dilihat dari tabel 4.19, Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi memiliki nilai Q² sebesar 0.423, sementara Kepercayaan memiliki Q² sebesar 0.509. Kedua nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik, karena nilai Q² lebih besar dari nol.

4.1.3.10 SRMR

Tabel 4.20
SRMR

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.049	0.049

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.10, nilai SRMR sebesar 0.049 menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang sangat baik karena berada di bawah ambang batas 0.08. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kesesuaian struktural yang baik.

4.1.4 Uji Hipotesis

4.1.4.1 Literasi Keuangan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Tabel 4.21
Uji Hipotesis Langsung Literasi Keuangan pada Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Literasi Keuangan terhadap	0.200	2.397	0.017	Positif & Signifikan

Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi				
--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.21, koefisien jalur sebesar 0.200 dengan t-statistik 2.397 dan p-value 0.017 menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Ini menandakan bahwa semakin tinggi pemahaman seseorang tentang keuangan, semakin baik mereka dalam mengelola keuangannya.

4.1.4.2 Persepsi Kemudahan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Tabel 4.22
Uji Hipotesis Langsung Persepsi Kemudahan pada Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.290	3.271	0.001	Positif & Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Mengacu pada tabel 4.22, koefisien jalur sebesar 0.290 dengan t-statistik 3.271 dan p-value 0.001 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Ini berarti bahwa semakin mudah seseorang merasa dalam menggunakan layanan keuangan, semakin baik pula pengelolaan keuangannya.

4.1.4.3 Persepsi Manfaat terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Tabel 4.23
Uji Hipotesis Langsung Persepsi Manfaat pada Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Persepsi Manfaat terhadap Efektivitas	0.229	2.067	0.039	Positif & Signifikan

Pengelolaan Keuangan Pribadi				
------------------------------	--	--	--	--

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Merujuk pada tabel 4.23, koefisien jalur sebesar 0.229 dengan t-statistik 2.067 dan p-value 0.039 menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Ini berarti bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan seseorang dari suatu sistem keuangan, semakin efektif mereka dalam mengelola keuangannya.

4.1.4.4 Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan

Tabel 4.24
Uji Hipotesis Langsung Literasi Keuangan pada Kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan	0.505	6.580	0.000	Positif & Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Sebagaimana pada tabel 4.24, koefisien jalur sebesar 0.505 dengan t-statistik 6.580 dan p-value 0.000 menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Ini berarti bahwa individu dengan pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem keuangan yang mereka gunakan.

4.1.4.5 Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan

Tabel 4.25
Uji Hipotesis Langsung Persepsi Kemudahan pada Kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan	0.552	6.667	0.000	Positif & Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Dari tabel 4.25, koefisien jalur sebesar 0.552 dengan t-statistik 6.667 dan p-value 0.000 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh

positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Ini menandakan bahwa semakin mudah suatu sistem keuangan digunakan, semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap sistem tersebut.

4.1.4.6 Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan

Tabel 4.26
Uji Hipotesis Langsung Persepsi Manfaat pada Kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan	0.565	7.759	0.000	Positif & Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Menurut tabel 4.26, koefisien jalur sebesar 0.565 dengan t-statistik 7.759 dan p-value 0.000 menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Ini menandakan bahwa individu yang melihat manfaat nyata dari suatu sistem keuangan cenderung memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem tersebut.

4.1.4.7 Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Tabel 4.27
Uji Hipotesis Langsung Kepercayaan pada Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.410	3.812	0.000	Positif & Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.27, koefisien jalur sebesar 0.410 dengan t-statistik 3.812 dan p-value 0.000 menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap sistem keuangan yang digunakan, semakin efektif pengelolaan keuangan pribadinya.

4.1.4.8 Literasi Keuangan melalui Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Tabel 4.28
Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara Literasi Keuangan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Literasi Keuangan melalui Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.207	4.158	0.000	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Diketahui dari tabel 4.28, koefisien jalur sebesar 0.207 dengan t-statistik 4.158 dan p-value 0.000 menunjukkan bahwa kepercayaan memediasi hubungan antara literasi keuangan dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi secara signifikan. Ini menunjukkan bahwa selain berpengaruh langsung, literasi keuangan juga meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui peningkatan kepercayaan.

4.1.4.9 Persepsi Kemudahan melalui Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Tabel 4.29
Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara Persepsi Kemudahan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan melalui Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.227	3.056	0.002	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Mengacu pada tabel 4.29, koefisien jalur sebesar 0.227 dengan t-statistik 3.056 dan p-value 0.002 menunjukkan bahwa kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi secara signifikan. Ini berarti bahwa semakin mudah seseorang dalam menggunakan layanan keuangan, semakin tinggi tingkat kepercayaan mereka, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadinya.

4.1.4.10 Persepsi Manfaat melalui Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Tabel 4.30
Uji Hipotesis Hubungan Tidak Langsung antara Persepsi Manfaat terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Kepercayaan

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Kesimpulan
Persepsi Manfaat melalui Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.232	3.274	0.001	Signifikan

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.30, koefisien jalur sebesar 0.232 dengan t-statistik 3.274 dan p-value 0.001 menunjukkan bahwa kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi manfaat dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi secara signifikan. Ini menunjukkan bahwa individu yang melihat manfaat nyata dari suatu sistem keuangan akan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas dalam mengelola keuangan pribadinya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini ditunjukkan melalui nilai koefisien jalur sebesar 0.200 dengan nilai *t-statistik* 2.397 dan *p-value* 0.017. Hasil ini mengkonfirmasi bahwa terdapat hubungan langsung yang bermakna antara tingkat literasi keuangan seseorang dengan kemampuannya dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif.

Temuan ini sejalan dengan konsep dasar bahwa pemahaman yang komprehensif tentang aspek-aspek keuangan berkontribusi terhadap keputusan keuangan yang lebih baik. Ketika individu memiliki pemahaman yang memadai tentang konsep-konsep keuangan dasar, mereka cenderung lebih mampu merencanakan, mengalokasikan, dan mengelola sumber daya keuangan mereka dengan lebih optimal. Literasi keuangan memberikan fondasi pengetahuan yang memungkinkan individu untuk membuat keputusan berdasarkan informasi yang lebih baik, baik dalam hal penggunaan dana secara terencana, manajemen risiko keuangan, dan perencanaan masa depan.

Data ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya dalam konteks teknologi finansial. Adhliana et al. (2022) dalam studinya tentang penggunaan GoPay menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap manajemen keuangan pribadi pengguna e-wallet. Demikian pula, Maulana & Zoraya (2024) mengkonfirmasi hasil serupa dalam konteks penggunaan ShopeePay.

Hasil uji *effect size* menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki efek kecil terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi dengan nilai f^2 sebesar 0.049. Meskipun efeknya tergolong kecil berdasarkan pedoman Hair et al. (2022), pengaruh ini tetap signifikan secara statistik, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Validitas dan reliabilitas konstruk Literasi Keuangan juga telah terkonfirmasi melalui berbagai uji. Nilai *composite reliability* (0.928) dan *cronbach's alpha* (0.883) yang tinggi mengindikasikan konsistensi internal yang baik. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) sebesar 0.811 menunjukkan bahwa konstruk ini mampu menjelaskan lebih dari 81% varian dari indikator-indikatornya, yang jauh melampaui ambang batas minimal 0.5. Hasil ini memperkuat keyakinan bahwa pengukuran Literasi Keuangan dalam penelitian ini telah dilakukan dengan tepat.

Dalam keseluruhan model, literasi keuangan bersama dengan variabel lainnya mampu menjelaskan 55% variasi dalam efektivitas pengelolaan keuangan pribadi, yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0.550. Nilai Q^2 untuk efektivitas pengelolaan keuangan pribadi sebesar 0.423 juga mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik. Ini berarti bahwa literasi keuangan memiliki

kontribusi yang nyata dalam memprediksi seberapa efektif seseorang dapat mengelola keuangan pribadinya.

Indikator-indikator Literasi Keuangan (X1_1, X1_2, dan X1_3) memiliki nilai outer loading yang tinggi (0.908, 0.886, dan 0.907), menunjukkan bahwa ketiga indikator tersebut merupakan ukuran yang valid untuk konstruk Literasi Keuangan. Hal ini juga didukung oleh hasil uji discriminant validity yang menunjukkan bahwa konstruk Literasi Keuangan berbeda secara empiris dari konstruk lainnya dalam model.

Pengaruh langsung Literasi Keuangan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi mengimplikasikan pentingnya edukasi keuangan dalam meningkatkan kapabilitas individu untuk mengelola keuangan mereka. Dengan pemahaman keuangan yang lebih baik, individu dapat mengoptimalkan sumber daya keuangan mereka, menghindari jebakan keuangan, dan membuat keputusan keuangan yang lebih rasional. Walaupun pengaruhnya tergolong kecil berdasarkan nilai effect size, signifikansi statistiknya menunjukkan bahwa literasi keuangan tetap menjadi komponen penting dalam ekosistem faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi menunjukkan keselarasan yang kuat dengan konsep dasar pengelolaan keuangan dalam Islam, khususnya prinsip keseimbangan dan moderasi yang tercantum dalam Qur'an Surah Al-Furqan ayat 67,

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

"Dan (hamba-hamba Allah yang beriman adalah) orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan mereka) di tengah-tengah antara yang demikian."

Literasi keuangan memungkinkan individu untuk mengimplementasikan prinsip keseimbangan (*wasathiyah*) dalam pengelolaan keuangan mereka. Dengan pemahaman yang komprehensif tentang konsep-konsep keuangan, seseorang dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, merencanakan pengeluaran secara proporsional, dan menghindari pembelanjaan yang berlebihan (*israf*) maupun penimbunan harta yang tidak produktif (*taqtir*).

Dalam perspektif Islam, literasi keuangan dapat dilihat sebagai implementasi dari konsep ilmu yang bermanfaat (*'ilm nafi'*), yang memungkinkan

seseorang untuk mengelola amanah berupa harta dengan bijaksana. Peningkatan literasi keuangan membekali individu dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan secara proporsional, mencapai kesejahteraan keuangan yang berkelanjutan, dan pada akhirnya menjalankan prinsip "tengah-tengah" sebagaimana diajarkan dalam Al-Quran.

4.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Analisis yang telah dilakukan mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini ditunjukkan melalui nilai koefisien jalur sebesar 0.290 dengan nilai *t-statistik* 3.271 yang jauh lebih besar dari nilai kritis 1.96 dan *p-value* 0.001 yang sangat signifikan (lebih kecil dari 0.05). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan oleh seseorang dalam menggunakan layanan atau sistem keuangan, semakin efektif pula pengelolaan keuangan pribadi yang dapat mereka lakukan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Agustino et al. (2021) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet, yang merupakan salah satu aspek dalam pengelolaan keuangan digital. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan Wasana & Telagawathi (2023) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePay sebagai metode pembayaran.

Dari segi *effect size* (f^2), persepsi kemudahan memiliki nilai 0.096 terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Meskipun nilai ini tergolong kecil menurut pedoman Hair et al. (2022), namun pengaruh ini tetap bermakna secara statistik dan memberikan kontribusi dalam model. Perlu dicatat bahwa dalam konteks ilmu sosial, *effect size* yang kecil masih dapat memiliki implikasi praktis yang signifikan, terutama ketika variabel tersebut dapat diintervensi atau dimodifikasi.

Dalam struktur model penelitian, persepsi kemudahan bersama dengan variabel prediktor lainnya mampu menjelaskan 55% variasi dalam efektivitas pengelolaan keuangan pribadi ($R^2 = 0.550$). Nilai ini cukup substansial dan menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelas yang baik. Selain itu, nilai Q^2 untuk efektivitas pengelolaan keuangan pribadi sebesar 0.423

mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik, di mana persepsi kemudahan menjadi salah satu prediktor penting.

Temuan ini konsisten dengan konsep kemudahan penggunaan yang diadopsi dari *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor kunci dalam adopsi dan pemanfaatan efektif suatu teknologi atau sistem. Dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi, persepsi kemudahan berarti bahwa individu merasa sistem atau alat keuangan yang mereka gunakan tidak memerlukan usaha mental atau fisik yang besar untuk dipahami dan dioperasikan.

Pengaruh persepsi kemudahan yang signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi memiliki implikasi penting bagi penyedia layanan keuangan dan pembuat kebijakan. Desain antarmuka yang intuitif dan *user-friendly* pada aplikasi keuangan, proses yang sederhana dalam layanan perbankan, dan material edukasi yang mudah dipahami dapat secara langsung meningkatkan persepsi kemudahan, yang pada gilirannya akan meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi masyarakat.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan pentingnya aspek kemudahan dalam mendorong perilaku pengelolaan keuangan yang efektif. Saat seseorang merasa bahwa alat dan sistem keuangan mudah digunakan, mereka akan lebih mampu mengoptimalkan pengelolaan sumber daya keuangan mereka, membuat keputusan keuangan yang lebih baik, dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan finansial yang lebih tinggi.

Dalam perspektif Islam, prinsip kemudahan (*yusr*) merupakan nilai universal yang ditekankan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam muamalah keuangan. Kemudahan akses dan penggunaan sistem keuangan akan mengurangi hambatan psikologis dan teknis, sehingga membantu individu untuk lebih efektif dalam mengelola keuangan mereka. Prinsip kemudahan ini tercantum dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah ayat 185 yang menyatakan:

...يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ...

“...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu...”

Ayat ini menjadi landasan fundamental bahwa segala bentuk aktivitas dalam Islam, termasuk dalam pengelolaan keuangan, harus mengedepankan prinsip kemudahan. Persepsi kemudahan dalam menggunakan sistem keuangan memfasilitasi individu untuk mencapai pengelolaan keuangan yang lebih efektif dengan memungkinkan mereka untuk memantau pengeluaran dan pendapatan dengan lebih efisien, merencanakan anggaran dengan baik, menghindari pemborosan (*israf*) dan sikap kikir (*iqtar*), serta mencapai moderasi finansial yang seimbang dalam pengelolaan keuangan mereka.

Prinsip kemudahan yang ditekankan dalam ayat ini mendukung temuan penelitian bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Ketika sistem keuangan dirancang dengan memperhatikan aspek kemudahan penggunaan, hal ini sejalan dengan kehendak Allah SWT yang menginginkan kemudahan bagi hamba-Nya, termasuk dalam urusan muamalah keuangan.

4.2.3 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa persepsi manfaat terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini ditunjukkan melalui nilai koefisien jalur sebesar 0.229 dengan nilai *t-statistik* 2.067 yang lebih besar dari nilai kritis 1.96 dan *p-value* 0.039 yang lebih kecil dari 0.05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh seseorang terhadap sistem atau layanan keuangan, semakin efektif pula pengelolaan keuangan pribadi yang dapat mereka lakukan.

Temuan penelitian ini yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi memperkuat hasil berbagai penelitian terdahulu dalam konteks layanan keuangan digital. Konsistensi ini terlihat dari keselarasan dengan temuan Aisyiah et al. (2023) tentang pengaruh positif persepsi manfaat terhadap penggunaan fintech, Agustino et al. (2021) mengenai dampaknya pada minat penggunaan e-wallet, dan Evitasari et al. (2023) yang mengonfirmasi pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran digital. Penelitian ini memperkuat temuan Naufaldi et al. (2020) dengan menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak hanya memengaruhi

intention to use, tetapi juga meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Dari segi *effect size* (f^2), persepsi manfaat memiliki nilai 0.058 terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Meskipun berdasarkan pedoman Hair et al. (2022) nilai ini tergolong dalam kategori efek kecil, namun tetap bermakna secara statistik dan memberikan kontribusi dalam model penelitian. Perlu diingat bahwa dalam konteks penelitian ilmu sosial, effect size yang kecil tetap dapat memiliki implikasi praktis yang penting, terutama ketika variabel tersebut dapat diintervensi melalui berbagai strategi.

Dalam keseluruhan model, persepsi manfaat bersama dengan variabel prediktor lainnya mampu menjelaskan 55% variasi dalam efektivitas pengelolaan keuangan pribadi, yang ditunjukkan dengan nilai R^2 sebesar 0.550. Nilai ini cukup substansial dan menggambarkan bahwa model secara keseluruhan memiliki kekuatan penjelas yang baik. Selain itu, nilai Q^2 untuk efektivitas pengelolaan keuangan pribadi sebesar 0.423 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik, dengan persepsi manfaat sebagai salah satu kontributor penting.

Temuan ini sejalan dengan konsep *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menjelaskan bahwa persepsi individu tentang manfaat atau kegunaan suatu sistem menjadi faktor penentu dalam adopsi dan penggunaan efektif sistem tersebut. Dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi, persepsi manfaat menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem atau layanan keuangan tertentu akan meningkatkan performa dan hasil pengelolaan keuangan mereka.

Secara praktis, pengaruh persepsi manfaat yang signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi memiliki implikasi penting bagi berbagai pemangku kepentingan. Bagi penyedia layanan keuangan, temuan ini menunjukkan pentingnya untuk tidak hanya menciptakan sistem yang mudah digunakan, tetapi juga mengomunikasikan dengan jelas manfaat konkret yang dapat diperoleh pengguna. Fitur-fitur yang membantu pengguna melihat kemajuan finansial mereka, analitik yang memberikan wawasan berharga, dan fungsi yang memfasilitasi pencapaian tujuan keuangan dapat meningkatkan persepsi manfaat.

Bagi pembuat kebijakan dan pendidik keuangan, temuan ini menekankan pentingnya untuk mengedukasi masyarakat tidak hanya tentang bagaimana

menggunakan sistem keuangan, tetapi juga tentang manfaat jangka pendek dan jangka panjang dari pengelolaan keuangan yang efektif. Kampanye edukasi keuangan yang menekankan manfaat konkret seperti peningkatan kesejahteraan finansial, pengurangan stres keuangan, dan pencapaian tujuan hidup dapat memperkuat persepsi manfaat dan pada akhirnya meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor penting yang mempengaruhi efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Ketika individu melihat nilai dan manfaat yang jelas dari menggunakan sistem keuangan tertentu atau menerapkan praktik pengelolaan keuangan tertentu, mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsi dan memanfaatkannya secara efektif, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan finansial mereka secara keseluruhan.

Dalam perspektif Islam, pengaruh positif persepsi manfaat terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi sejalan dengan konsep manfaat (*manfa'ah*) yang ditekankan dalam Islam. Islam mengakui adanya dua dimensi utama manfaat yang tercermin dalam QS. Al-Qasas ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا..... ﴿٧٧﴾

"Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi..."

Temuan penelitian yang menunjukkan signifikansi persepsi manfaat terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi sejalan dengan dimensi duniawi manfaat yang dijelaskan oleh Imam As-Syatibi, yaitu berupa kemudahan dalam kehidupan, peningkatan produktivitas, dan efisiensi dalam penggunaan sumber daya. Sedangkan dimensi ukhrawi tercermin dalam pengelolaan keuangan yang tidak hanya efektif secara material tetapi juga membawa keberkahan dan pahala berkelanjutan sebagaimana dijelaskan oleh Ibn Qayyim Al-Jawziyyah.

Dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi, persepsi manfaat yang tinggi mendorong individu untuk lebih aktif dan disiplin dalam mengelola keuangan mereka karena mereka melihat nilai baik jangka pendek maupun jangka panjang dari aktivitas tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep masalah dalam ekonomi

Islam yang menekankan perlindungan terhadap harta (*hifz al-mal*) sebagai salah satu maqashid syariah sebagaimana dijelaskan oleh Imam Al-Ghazali.

Secara praktis, temuan penelitian ini mengindikasikan pentingnya mengomunikasikan manfaat pengelolaan keuangan yang sesuai dengan perspektif Islam, yaitu yang mencakup tidak hanya keuntungan material tetapi juga spiritual. Penyedia layanan keuangan syariah dan pendidik keuangan Islam dapat meningkatkan persepsi manfaat dengan menekankan bagaimana pengelolaan keuangan yang baik berkontribusi pada pencapaian *falah* (kesuksesan dunia dan akhirat) dan mencerminkan nilai-nilai amanah dalam mengelola harta yang dipercayakan oleh Allah SWT.

4.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kepercayaan Penggunaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini terlihat dari nilai koefisien jalur sebesar 0,505 dengan t-statistik sebesar 6,580, yang melebihi nilai kritis 1,96, serta p-value sebesar 0,000 yang berada jauh di bawah ambang batas 0,05. Temuan ini menggambarkan bahwa semakin baik pemahaman individu terhadap konsep serta produk keuangan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan mereka terhadap sistem keuangan yang digunakan.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Kantika et al. (2022) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dalam adopsi layanan keuangan digital. Temuan ini juga sejalan dengan Maulana & Zoraya (2024) yang menemukan hubungan positif antara literasi keuangan dan kepercayaan dalam penggunaan ShopeePay, meskipun dengan total pengaruh yang lebih kecil sebesar 33,8%. Selain itu, penelitian ini mendukung hasil Putri et al. (2023) yang menekankan pentingnya kepercayaan sebagai mediator dalam keputusan menggunakan e-wallet.

Efek size (f^2) literasi keuangan terhadap kepercayaan tergolong besar yaitu sebesar 0.745, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang kuat terhadap pembentukan kepercayaan. Hal ini menegaskan bahwa pengetahuan dan pemahaman finansial yang baik menjadi dasar yang kuat bagi individu untuk mengembangkan rasa percaya terhadap instrumen dan sistem keuangan. Individu yang memahami dengan baik bagaimana sistem keuangan bekerja, risiko yang

terlibat, serta hak dan kewajiban mereka sebagai pengguna, cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

Dalam konteks model keseluruhan, literasi keuangan bersama dengan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mampu menjelaskan 67% variasi dalam kepercayaan, yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0.670. Angka ini menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan eksplanatori yang substansial dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan. Nilai Q^2 untuk kepercayaan sebesar 0.509 juga mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang sangat baik, yang berarti bahwa literasi keuangan dapat menjadi prediktor yang kuat untuk tingkat kepercayaan seseorang.

Jika dibandingkan dengan variabel lain yang juga mempengaruhi kepercayaan, literasi keuangan memiliki koefisien jalur yang cukup tinggi (0.505), meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan persepsi kemudahan (0.552) dan persepsi manfaat (0.565). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki peran yang hampir setara dalam membentuk kepercayaan, dengan literasi keuangan tetap menjadi faktor yang sangat penting.

Hasil ini selaras dengan pemahaman teoritis bahwa individu yang memiliki pengetahuan yang memadai tentang konsep keuangan akan lebih mampu mengevaluasi layanan keuangan, memahami risiko dan manfaat yang terkait, serta membuat keputusan berdasarkan informasi yang lebih lengkap. Proses evaluasi dan pemahaman ini kemudian menghasilkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi ketika mereka merasa bahwa sistem keuangan yang mereka gunakan dapat diandalkan dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Temuan ini menegaskan pentingnya pendidikan keuangan sebagai landasan untuk membangun kepercayaan terhadap sistem keuangan. Ketika individu memiliki literasi keuangan yang baik, mereka tidak hanya dapat membuat keputusan keuangan yang lebih baik, tetapi juga mengembangkan hubungan yang lebih positif dan percaya dengan lembaga keuangan dan sistem keuangan secara keseluruhan. Kepercayaan ini pada gilirannya dapat mendorong penggunaan layanan keuangan yang lebih optimal dan efektif, yang berkontribusi pada kesehatan finansial yang lebih baik.

Dalam perspektif Islam, hubungan antara literasi keuangan dan kepercayaan memiliki landasan yang kuat dalam Al-Qur'an dan hadits. Islam memandang ilmu

pengetahuan, termasuk pemahaman tentang muamalah keuangan, sebagai fondasi penting dalam membangun kepercayaan (tsiqah).

Prinsip amanah (kepercayaan) dalam Islam tidak hanya sekadar konsep, tetapi merupakan kewajiban yang diatur secara eksplisit dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam Surah An-Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya."

Imam Al-Qurthubi dalam tafsirnya menjelaskan bahwa amanah dalam ayat ini mencakup segala bentuk transaksi dan hubungan kepercayaan, termasuk dalam konteks keuangan. Literasi keuangan menjadi sarana penting untuk memastikan bahwa amanah dapat dijaga dengan baik, karena pemahaman yang mendalam tentang sistem keuangan memungkinkan individu untuk mengenali dan menjaga kepercayaan yang diberikan.

4.2.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepercayaan Penggunaan

Hasil uji hipotesis memperlihatkan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,552 dengan *t-statistik* sebesar 6,667, yang secara signifikan lebih tinggi dari nilai kritis 1,96. Selain itu, *p-value* yang diperoleh sebesar 0,000 berada jauh di bawah ambang batas 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin sistem keuangan dianggap mudah digunakan, maka semakin tinggi pula kepercayaan pengguna terhadap sistem tersebut.

Penemuan ini selaras dengan studi-studi empiris terdahulu juga mengonfirmasi pengaruh positif signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan pengguna layanan keuangan digital seperti penelitian dari Wasana & Telagawathi (2023) melaporkan efek serupa pada minat penggunaan ShopeePay, Nangin et al. (2020) mengamati peningkatan kepercayaan pelanggan dalam adopsi fintech, dan Agustino et al. (2021) menemukan hasil yang sejalan dalam konteks e-wallet.g

Besarnya pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan juga dapat dilihat dari nilai *effect size* (f^2) yang mencapai 0.901, yang menurut pedoman Hair et al. (2022) menunjukkan efek yang besar. Ini menegaskan bahwa persepsi

kemudahan bukan hanya memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik, tetapi juga memiliki dampak substansial dalam meningkatkan kepercayaan pengguna.

Dalam konteks model struktural secara keseluruhan, persepsi kemudahan bersama dengan variabel independen lainnya mampu menjelaskan 67.0% variasi dalam kepercayaan, yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0.670. Nilai ini tergolong substansial dan menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelas yang kuat. Lebih lanjut, nilai Q^2 untuk kepercayaan sebesar 0.509 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang sangat baik.

Persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu prediktor terkuat bagi kepercayaan, dengan nilai koefisien jalur yang lebih tinggi dibandingkan dengan literasi keuangan (0.505), meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan dengan persepsi manfaat (0.565). Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks sistem keuangan, kemudahan penggunaan merupakan faktor yang sangat krusial dalam membentuk kepercayaan pengguna.

Temuan ini sejalan dengan konsep dasar dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan pentingnya persepsi kemudahan penggunaan dalam adopsi teknologi. Ketika pengguna mempersepsikan bahwa suatu sistem keuangan mudah untuk dipelajari, dioperasikan, dan tidak memerlukan usaha yang besar, mereka cenderung mengembangkan sikap positif terhadap sistem tersebut. Sikap positif ini berkembang menjadi kepercayaan yang lebih tinggi karena mengurangi ketidakpastian dan risiko yang dirasakan.

Dalam konteks layanan keuangan, kemudahan penggunaan menjadi semakin penting karena kompleksitas inherent dalam transaksi dan produk keuangan. Sistem yang dirancang dengan antarmuka yang intuitif, alur kerja yang sederhana, dan petunjuk yang jelas akan mengurangi beban kognitif pengguna, menurunkan tingkat frustrasi, dan meningkatkan kepuasan. Kondisi ini menciptakan dasar yang kuat bagi terbentuknya kepercayaan.

Persepsi kemudahan penggunaan juga dapat mengurangi risiko yang dirasakan oleh pengguna. Ketika sistem keuangan mudah digunakan, pengguna merasa lebih mampu mengendalikan dan memahami proses yang terjadi, sehingga mengurangi kekhawatiran tentang kesalahan yang mungkin terjadi. Berkurangnya risiko yang dirasakan ini berkontribusi pada peningkatan kepercayaan terhadap sistem.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa pengembang dan penyedia layanan keuangan perlu memberikan perhatian khusus pada aspek kemudahan penggunaan dalam desain antarmuka dan alur kerja sistemnya. Investasi dalam penelitian pengguna, pengujian kegunaan, dan perbaikan berkelanjutan pada kemudahan penggunaan dapat memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kepercayaan pengguna. Strategi seperti menyederhanakan proses, mengurangi langkah-langkah yang tidak perlu, menyediakan bantuan kontekstual, dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dapat berkontribusi pada persepsi kemudahan yang lebih baik.

Penyedia layanan keuangan juga perlu memahami bahwa persepsi kemudahan dapat bervariasi di antara kelompok pengguna yang berbeda, tergantung pada tingkat literasi digital, pengalaman sebelumnya, dan karakteristik demografis lainnya. Oleh karena itu, pendekatan yang dipersonalisasi dalam desain antarmuka dan dukungan pengguna mungkin diperlukan untuk mengakomodasi kebutuhan berbagai segmen pengguna.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan pentingnya persepsi kemudahan penggunaan sebagai faktor kunci dalam membentuk kepercayaan pengguna terhadap sistem keuangan. Dengan memperhatikan aspek kemudahan penggunaan, penyedia layanan keuangan dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi terbentuknya kepercayaan, yang pada gilirannya akan mendorong adopsi dan penggunaan sistem keuangan yang lebih efektif.

Dalam perspektif Islam, hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki landasan yang kokoh dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Islam sangat menekankan prinsip kemudahan (*yusr*) dan kepercayaan (*amanah*) dalam segala bentuk muamalah, termasuk pengelolaan keuangan.

Allah SWT dengan jelas menetapkan prinsip kemudahan sebagai fondasi syariat Islam dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 185:

...يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ...

"...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu..."

Imam Ibn Kathir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa ayat ini merupakan salah satu prinsip dasar dalam syariat yang menegaskan bahwa Allah SWT

senantiasa menginginkan kemudahan bagi hambanya dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam bermuamalah.

Dalam konteks sistem keuangan, kemudahan penggunaan mencerminkan implementasi prinsip *taysir* (memudahkan) dan *raf'ul haraj* (menghilangkan kesulitan) yang merupakan kaidah penting dalam fiqh muamalah. Imam al-Syatibi dalam kitabnya Al-Muwafaqat menyebutkan bahwa menghilangkan kesulitan (*raf'ul haraj*) merupakan salah satu tujuan utama syariah, yang dapat diimplementasikan dalam desain sistem keuangan yang mudah digunakan dan dipahami oleh semua kalangan.

Temuan penelitian ini, yang menunjukkan pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan, memberikan validasi empiris terhadap prinsip-prinsip Islam tersebut dan menegaskan bahwa implementasi nilai-nilai Islam dalam desain sistem keuangan tidak hanya sesuai dengan ajaran agama, tetapi juga mendukung efektivitas dan penerimaan sistem oleh masyarakat luas.

4.2.6 Pengaruh Manfaat yang Dirasakan terhadap Kepercayaan Penggunaan

Merujuk pada hasil analisis yang telah dilakukan, persepsi manfaat terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.565 yang didukung oleh nilai *t-statistik* sebesar 7.759 (jauh di atas nilai kritis 1.96) dan *p-value* 0.000 (di bawah ambang batas signifikansi 0.05). Temuan ini menandakan bahwa semakin tinggi persepsi individu terhadap manfaat yang diperoleh dari sistem keuangan yang digunakan, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan mereka terhadap sistem tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat terhadap kepercayaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Agustino et al. (2021) dan Rizkyla et al. (2024) yang mengkonfirmasi hubungan positif antara persepsi manfaat dan kepercayaan dalam konteks layanan keuangan digital. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan pengguna terhadap layanan keuangan digital, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan mereka terhadap sistem tersebut.

Persepsi manfaat menunjukkan *effect size* (f^2) yang sangat besar terhadap kepercayaan, yaitu 0.924. Berdasarkan pedoman Hair et al. (2022), nilai *f-square* di atas 0.35 menunjukkan efek yang besar. Dalam kasus ini, nilai 0.924 mengindikasikan bahwa persepsi manfaat memiliki kontribusi yang substansial dalam menjelaskan variasi pada variabel kepercayaan. Dengan kata lain, persepsi

manfaat merupakan prediktor yang sangat kuat untuk kepercayaan dalam model penelitian ini.

Dalam keseluruhan model, persepsi manfaat bersama dengan variabel independen lainnya (literasi keuangan dan persepsi kemudahan) mampu menjelaskan 67% variasi dalam kepercayaan, yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0.670. Nilai ini cukup tinggi dan menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan penjelas yang baik. Sementara itu, nilai Q^2 untuk kepercayaan sebesar 0.509 mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang sangat baik, karena nilai ini jauh di atas nol.

Jika dibandingkan dengan variabel independen lain dalam model, persepsi manfaat memiliki pengaruh tertinggi terhadap kepercayaan (0.565), diikuti oleh persepsi kemudahan (0.552) dan literasi keuangan (0.505). Meskipun ketiga variabel ini memiliki pengaruh yang besar dan signifikan, persepsi manfaat tetap menjadi prediktor terkuat untuk kepercayaan. Ini menunjukkan bahwa ketika individu melihat manfaat yang jelas dan signifikan dari penggunaan sistem keuangan, mereka cenderung mengembangkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem tersebut.

Temuan ini konsisten dengan teori yang menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor penting dalam pembentukan kepercayaan. Ketika individu merasakan manfaat nyata dari penggunaan suatu sistem, seperti peningkatan efisiensi, kemudahan dalam melakukan transaksi, atau keuntungan ekonomi yang jelas, mereka cenderung mengembangkan kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem tersebut. Kepercayaan ini kemudian menjadi landasan penting bagi individu untuk terus menggunakan sistem tersebut dan bahkan meningkatkan intensitas penggunaannya.

Hasil pengujian validitas diskriminan menunjukkan bahwa persepsi manfaat adalah konstruk yang berbeda dari variabel lainnya dalam model. Nilai *cross loading* untuk indikator-indikator persepsi manfaat (X3_1, X3_2, dan X3_3) lebih tinggi pada konstruk persepsi manfaat dibandingkan pada konstruk lainnya. Begitu pula, nilai *heterotrait monotrait ratio* (HTMT) untuk persepsi manfaat dengan variabel lainnya berada di bawah 0.9, yang menunjukkan bahwa konstruk ini memiliki validitas diskriminan yang baik. Hal ini memperkuat keyakinan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor yang unik dan penting dalam mempengaruhi kepercayaan.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan pentingnya persepsi manfaat dalam membangun kepercayaan terhadap sistem keuangan. Institusi keuangan dan pengembang aplikasi keuangan perlu memastikan bahwa produk dan layanan mereka memberikan manfaat yang jelas dan nyata bagi pengguna. Strategi komunikasi yang efektif juga diperlukan untuk menyoroti manfaat-manfaat ini sehingga dapat meningkatkan persepsi manfaat di kalangan pengguna. Dengan meningkatnya persepsi manfaat, tingkat kepercayaan terhadap sistem keuangan juga akan meningkat, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada penggunaan yang lebih efektif dan peningkatan kesejahteraan finansial secara keseluruhan.

Dalam perspektif Islam, konsep manfaat (*manfa'ah*) dan kepercayaan (*amanah*) memiliki landasan kuat dalam Al-Qur'an. Islam sangat menekankan bahwa setiap transaksi dan kegiatan ekonomi harus mengandung manfaat yang jelas dan tidak mengandung unsur yang merugikan (*dharar*).

Konsep ini bisa dikaitkan langsung dengan ayat Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 219:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَمَافِعٌ لِلنَّاسِ وَإِنَّهُمَا آكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا

"Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya..."

Ayat ini menegaskan prinsip fundamental dalam ekonomi Islam bahwa manfaat (*naf'*) harus lebih besar daripada mudarat. Dalam konteks sistem keuangan, ayat ini dapat diinterpretasikan bahwa sistem yang memberikan manfaat yang jelas dan nyata bagi penggunanya akan lebih dipercaya dan diadopsi.

Juga bisa dikaitkan dengan prinsip "*maslahah*" (kemaslahatan) yang merupakan tujuan utama ekonomi Islam. Imam Al-Ghazali dalam kitabnya "Al-Mustashfa" menjelaskan bahwa segala sesuatu yang mendatangkan manfaat dan menjauhkan kemudaratannya adalah sejalan dengan *maqashid syariah* (tujuan syariah). Ketika sistem keuangan menawarkan manfaat nyata, hal ini sejalan dengan prinsip *maslahah* dan akan meningkatkan kepercayaan pengguna.

4.2.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien jalur sebesar 0.410 dengan nilai *t-statistik* 3.812 dan *p-value* 0.000. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap sistem keuangan yang digunakan, semakin efektif pula kemampuan mereka dalam mengelola keuangan pribadinya.

Penelitian menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan, konsisten dengan Wasana et al. (2023) dan Rizkyla et al. (2024). Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan merupakan faktor krusial yang mendorong individu untuk mengoptimalkan penggunaan layanan keuangan digital dalam pengelolaan keuangan mereka. Semakin tinggi kepercayaan pengguna, semakin efektif pula pengelolaan keuangan pribadi yang dilakukan.

Pengaruh kepercayaan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi memiliki *effect size* (f^2) sebesar 0.124, yang menurut kriteria Hair et al. (2022) termasuk dalam kategori efek menengah. Nilai ini menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan kontribusi yang cukup substansial terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi dalam konteks model penelitian secara keseluruhan. Dibandingkan dengan variabel independen lainnya seperti literasi keuangan (0.049), persepsi kemudahan (0.096), dan persepsi manfaat (0.058), kepercayaan memiliki efek yang lebih besar terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Dalam model struktural, variabel kepercayaan berperan sebagai variabel endogen yang dipengaruhi oleh literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat, dengan nilai R^2 sebesar 0.670. Hal ini menunjukkan bahwa 67% variasi dalam variabel kepercayaan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Nilai adjusted R^2 sebesar 0.663 yang hampir sama dengan nilai R^2 juga mengindikasikan bahwa model memiliki kekuatan penjelas yang baik dan tidak terjadi overfitting.

Relevansi prediktif kepercayaan juga terbukti sangat baik dengan nilai Q^2 sebesar 0.509, yang jauh di atas nol. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang kuat untuk variabel kepercayaan. Sementara itu, dalam konteks keseluruhan model, nilai SRMR sebesar 0.049 yang berada di bawah

ambang batas 0.08 menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang sangat baik.

Besarnya pengaruh kepercayaan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi ini dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme. Pertama, kepercayaan terhadap sistem keuangan dapat mengurangi keraguan dan kekhawatiran dalam mengambil keputusan keuangan, sehingga individu dapat mengalokasikan dan mengelola sumber daya keuangannya dengan lebih optimal. Kedua, kepercayaan dapat meningkatkan kemauan individu untuk mengadopsi dan menggunakan berbagai instrumen keuangan yang dapat mendukung pengelolaan keuangan yang lebih efektif. Ketiga, kepercayaan dapat memotivasi individu untuk mengembangkan perencanaan keuangan jangka panjang dengan lebih baik karena mereka percaya bahwa sistem keuangan yang mereka gunakan akan mendukung tujuan keuangan mereka.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa upaya untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi perlu mempertimbangkan aspek kepercayaan sebagai faktor kunci. Lembaga keuangan dan pihak-pihak terkait perlu mengembangkan strategi yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan, misalnya melalui transparansi, edukasi, dan penyediaan layanan yang konsisten dan terpercaya. Selain itu, regulasi yang melindungi konsumen juga perlu diperkuat untuk membangun dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap sistem keuangan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting yang secara langsung memengaruhi efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Temuan ini memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pengelolaan keuangan pribadi yang efektif dan dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi dan kebijakan untuk meningkatkan kesejahteraan finansial masyarakat.

Dalam perspektif Islam, kepercayaan (amanah) merupakan nilai fundamental dalam pengelolaan harta dan aktivitas ekonomi. Konsep ini memiliki landasan kuat dalam Al-Qur'an dan Hadits serta sangat relevan dengan pembahasan pengaruh kepercayaan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Al-Qur'an menekankan pentingnya amanah dalam Surah Al-Mu'minin ayat 8:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

"Dan (sungguh beruntung) orang yang memelihara amanah-amanah dan janjinya."

Ayat ini menunjukkan bahwa menjaga amanah, termasuk dalam pengelolaan keuangan, merupakan karakteristik orang-orang yang beruntung dan sukses. Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan terhadap sistem keuangan mendorong individu untuk menjadi lebih bertanggung jawab dalam mengelola keuangan pribadi mereka sebagai bentuk amanah.

Islam juga mengajarkan konsep penting tentang husnuzhan (berprasangka baik) yang berkaitan erat dengan kepercayaan. Ketika seseorang memiliki husnuzhan terhadap sistem keuangan, ia akan cenderung menggunakan sistem tersebut secara optimal untuk meningkatkan pengelolaan keuangannya.

4.2.8 Pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi Dimediasi oleh Kepercayaan

Hasil analisis penelitian mengungkapkan adanya pengaruh tidak langsung yang signifikan dari literasi keuangan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui variabel mediasi kepercayaan. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien jalur sebesar 0,207 (t -statistik = 4,158, p -value = 0,000) yang mengonfirmasi peran penting kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut.

Pola mediasi ini menjelaskan bahwa ketika individu memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, mereka cenderung mengembangkan kepercayaan yang lebih kuat terhadap sistem keuangan dan kemampuan mereka sendiri dalam mengelola keuangan. Individu dengan pemahaman yang komprehensif tentang konsep-konsep keuangan akan merasa lebih percaya diri dalam menilai produk keuangan, menganalisis risiko, dan membuat keputusan keuangan. Kepercayaan ini kemudian menjadi katalisator yang mendorong implementasi efektif dari pengetahuan keuangan tersebut ke dalam praktik pengelolaan keuangan sehari-hari.

Hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh tidak langsung yang signifikan dari literasi keuangan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui kepercayaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kantika et al. (2022) dan Putri et al. (2023) yang menegaskan peran mediasi kepercayaan dalam hubungan antara literasi keuangan dan penggunaan layanan keuangan digital. Hasil

ini mengindikasikan bahwa individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki kepercayaan lebih tinggi terhadap sistem keuangan digital, yang selanjutnya meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan mereka. Peningkatan literasi keuangan tidak hanya memperluas pengetahuan tentang keuangan, tetapi juga membangun kepercayaan yang menjadi katalis penting bagi efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Hasil ini didukung oleh nilai *effect size* (f^2) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki efek besar terhadap kepercayaan (0,745). Nilai efek yang substansial ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam membentuk kepercayaan individu terhadap sistem keuangan dan kemampuan mereka sendiri. Melalui jalur mediasi kepercayaan inilah literasi keuangan memberikan kontribusi tambahan yang signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Model penelitian juga menunjukkan kemampuan prediktif yang baik untuk variabel mediasi kepercayaan dengan nilai R^2 sebesar 0,670, yang berarti 67,0% variasi dalam kepercayaan dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan variabel independen lainnya. Nilai Q^2 untuk kepercayaan (0,509) juga menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik untuk variabel mediasi ini.

Temuan-temuan tersebut menggarisbawahi pentingnya memahami jalur mediasi melalui kepercayaan dalam konteks hubungan antara literasi keuangan dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik namun tidak mengembangkan kepercayaan yang cukup mungkin tidak akan sepenuhnya memanfaatkan pengetahuan tersebut dalam praktik pengelolaan keuangan mereka. Sebaliknya, kepercayaan yang terbentuk sebagai hasil dari literasi keuangan yang tinggi dapat menjadi faktor penggerak yang mendorong individu untuk secara aktif menerapkan pengetahuan keuangan mereka dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa program-program edukasi keuangan tidak cukup hanya berfokus pada penyampaian informasi dan pengetahuan keuangan, tetapi juga perlu memberikan perhatian khusus pada aspek membangun kepercayaan. Intervensi yang bertujuan meningkatkan literasi keuangan seharusnya juga mencakup komponen-komponen yang dirancang untuk memperkuat kepercayaan individu terhadap sistem keuangan dan keyakinan mereka akan kemampuan diri dalam menerapkan pengetahuan keuangan tersebut. Dengan

demikian, jalur mediasi melalui kepercayaan dapat dioptimalkan untuk secara efektif meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan pribadi.

Dalam perspektif Islam, pengaruh literasi keuangan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi yang dimediasi oleh kepercayaan mendapat legitimasi kuat dalam Al-Qur'an, khususnya dalam Surah Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ
وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ

"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya..."

Ayat ini mengandung prinsip komprehensif yang mencerminkan dinamika hubungan ketiga variabel dalam penelitian. Imam Al-Qurthubi menafsirkan perintah pencatatan sebagai isyarat pentingnya literasi keuangan, sementara frasa "menuliskan dengan benar" yang ditafsirkan Ibnu Katsir menekankan aspek *amanah* (kepercayaan) dalam transaksi keuangan. M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah menjelaskan bahwa pencatatan yang diperintahkan bukan sekadar formalitas, melainkan sarana membangun iklim kepercayaan dan transparansi yang mendorong pengelolaan keuangan efektif. Sayyid Quthb memperkuat tafsir ini dengan menekankan bahwa sistem dokumentasi keuangan yang baik menciptakan kejelasan dan keteraturan yang menjadi fondasi pengelolaan keuangan yang optimal. Buya Hamka menambahkan dimensi edukatif dari pencatatan keuangan yang tidak hanya meningkatkan literasi, tetapi juga membangun kepercayaan yang kemudian menjadi katalisator implementasi praktik pengelolaan keuangan yang lebih efektif.

Dengan demikian, pola mediasi kepercayaan dalam hubungan antara literasi keuangan dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi sepenuhnya selaras dengan prinsip mu'amalah dalam Islam yang terangkum dalam QS Al-Baqarah ayat 282, dimana literasi keuangan mendorong terbentuknya kepercayaan yang kemudian menghasilkan pengelolaan keuangan yang lebih efektif dan membawa keberkahan.

4.2.9 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi Dimediasi oleh Kepercayaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan secara signifikan memediasi hubungan antara Persepsi Kemudahan dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.227 dengan nilai *t-statistik* 3.056 dan *p-value* 0.002. Nilai koefisien jalur yang positif mengindikasikan bahwa pengaruh tidak langsung Persepsi Kemudahan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Kepercayaan bersifat positif dan signifikan secara statistik.

Kepercayaan terbukti secara signifikan memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Temuan ini konsisten dengan penelitian Nangin et al. (2020) dan Agustino et al. (2021), serta didukung oleh studi Wasana & Telagawathi (2023) dan Zubaedah (2024). Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem keuangan meningkatkan kepercayaan pengguna, yang kemudian mendorong pemanfaatan sistem secara lebih efektif dalam pengelolaan keuangan. Ketika pengguna merasakan bahwa sistem mudah digunakan, mereka akan lebih percaya pada kemampuan mereka menggunakan sistem tersebut dan pada keandalan sistem itu sendiri. Konsistensi ini menegaskan bahwa pengembangan sistem keuangan yang intuitif dan mudah digunakan merupakan strategi penting untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Temuan ini menjelaskan bahwa ketika individu merasakan kemudahan dalam menggunakan sistem keuangan, mereka cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem tersebut. Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh yang besar terhadap Kepercayaan, yang ditunjukkan dengan nilai *effect size* (f^2) sebesar 0.901, yang menurut Hair et al. (2022) termasuk dalam kategori efek besar. Kepercayaan yang terbentuk ini kemudian berperan penting dalam meningkatkan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi.

Mekanisme mediasi ini dapat dijelaskan melalui teori bahwa ketika sistem keuangan mudah digunakan, dipahami, dan diakses, pengguna merasa lebih mampu mengendalikan pengelolaan keuangan mereka tanpa hambatan teknis yang signifikan. Kemudahan ini menumbuhkan rasa percaya diri dan kepercayaan bahwa sistem tersebut dapat diandalkan dan aman untuk digunakan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Selanjutnya, kepercayaan ini mendorong individu untuk lebih

aktif menggunakan sistem keuangan dalam berbagai keputusan keuangan mereka, sehingga meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi secara keseluruhan.

Nilai *predictive relevance* (Q^2) untuk variabel Kepercayaan sebesar 0.509 dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi sebesar 0.423 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik, mendukung peran mediasi Kepercayaan dalam hubungan antara Persepsi Kemudahan dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi. Hasil ini juga diperkuat oleh model yang menunjukkan kecocokan yang sangat baik, dengan nilai SRMR sebesar 0.049 yang berada di bawah ambang batas 0.08.

Peran mediasi Kepercayaan ini menunjukkan bahwa peningkatan Persepsi Kemudahan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi, tetapi juga beroperasi melalui jalur tidak langsung dengan terlebih dahulu meningkatkan Kepercayaan. Ini berarti bahwa strategi untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi seharusnya tidak hanya berfokus pada menciptakan sistem yang mudah digunakan, tetapi juga harus secara eksplisit membangun kepercayaan pengguna terhadap sistem tersebut. Tanpa adanya kepercayaan yang cukup, manfaat dari kemudahan penggunaan mungkin tidak sepenuhnya direalisasikan dalam konteks efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Dalam perspektif Islam, temuan tentang peran mediasi kepercayaan dalam hubungan antara persepsi kemudahan dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi sejalan dengan prinsip *taysir* (kemudahan) yang fundamental dalam muamalah Islami. Rasulullah SAW bersabda:

يَسِّرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا، وَبَسِّرُوا وَلَا تُتَفِّرُوا

"Permudahlah dan jangan mempersulit, berilah kabar gembira dan jangan membuat orang lari (dari Islam)." (HR. Bukhari)

Imam Ibn Hajar al-Asqalani menafsirkan "*yassirū*" (permudahlah) sebagai anjuran untuk menghilangkan kesulitan dalam urusan manusia, termasuk muamalah keuangan. Dalam konteks penelitian ini, kemudahan penggunaan sistem keuangan (implementasi *taysir*) membangun kepercayaan pengguna, yang kemudian meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.

Kemudahan penggunaan sistem keuangan merefleksikan konsep "*yassirū*" yang diajarkan Nabi, sementara kepercayaan yang terbentuk mencerminkan konsep amanah yang menjadi fondasi transaksi dalam Islam. Sistem keuangan yang rumit dapat menyebabkan "*tanfīr*" (menjauhkan orang), bertentangan dengan prinsip "*basyirū*" (berilah kabar gembira) dalam hadits tersebut.

Dengan demikian, hadits Rasulullah SAW tentang kemudahan ini memberikan validasi teologis terhadap temuan penelitian yang menunjukkan peran mediasi kepercayaan dalam hubungan antara persepsi kemudahan dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Integrasi prinsip *taysir* dalam sistem keuangan bukan hanya strategi bisnis, tetapi juga perwujudan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan keuangan modern.

4.2.10 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi Dimediasi oleh Kepercayaan

Berdasarkan hasil analisis data, terdapat hubungan mediasi yang signifikan antara Persepsi Manfaat dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi melalui Kepercayaan. Hasil uji hipotesis tidak langsung menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.232 dengan nilai *t-statistik* 3.274 dan *p-value* 0.001, yang mengkonfirmasi bahwa efek mediasi ini bersifat signifikan secara statistik.

Peran mediasi Kepercayaan dalam hubungan ini menunjukkan bahwa ketika individu merasakan manfaat yang tinggi dari penggunaan sistem pengelolaan keuangan, hal ini tidak hanya berpengaruh langsung terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi mereka, tetapi juga meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap sistem tersebut. Kepercayaan yang meningkat ini kemudian menjadi faktor penting yang mendorong efektivitas pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Hal ini selaras dengan besarnya nilai *effect size* (f^2) dari Persepsi Manfaat terhadap Kepercayaan yang mencapai 0.924, menunjukkan efek besar menurut pedoman Hair et al. (2022). Data ini memperkuat argumen bahwa Persepsi Manfaat memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam membentuk Kepercayaan pengguna. Sementara itu, Kepercayaan sendiri memiliki pengaruh signifikan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi dengan koefisien jalur 0.410 (*t-statistik* 3.812, *p-value* 0.000).

Hasil analisis jalur tidak langsung ini mengindikasikan adanya mekanisme psikologis penting dalam proses adopsi dan penggunaan efektif sistem pengelolaan keuangan. Ketika individu menyadari dan mengalami manfaat nyata dari sistem keuangan yang mereka gunakan, seperti kemudahan melacak pengeluaran, perencanaan anggaran yang lebih baik, atau peningkatan dalam pengambilan keputusan keuangan, mereka cenderung mengembangkan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap sistem tersebut. Kepercayaan yang terbangun ini kemudian memotivasi mereka untuk lebih mengoptimalkan penggunaan sistem tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

Dari perspektif praktis, temuan ini menyoroti pentingnya bagi penyedia layanan keuangan untuk tidak hanya berfokus pada manfaat fungsional dari produk atau layanan mereka, tetapi juga pada membangun dan memelihara kepercayaan pengguna. Persepsi manfaat yang positif perlu diterjemahkan menjadi peningkatan kepercayaan melalui transparansi, keandalan, dan pemenuhan janji nilai produk secara konsisten. Dengan demikian, kepercayaan berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan persepsi manfaat dengan perilaku pengelolaan keuangan yang efektif.

Hasil mediasi ini juga didukung oleh nilai Q^2 untuk Kepercayaan (0.509) dan Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi (0.423) yang menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang kuat. Nilai SRMR sebesar 0.049 yang berada di bawah ambang batas 0.08 mengindikasikan kecocokan model yang sangat baik, sehingga memperkuat validitas temuan mediasi ini.

Secara keseluruhan, hasil analisis jalur mediasi ini menegaskan bahwa Kepercayaan merupakan mekanisme penting yang menjelaskan bagaimana Persepsi Manfaat ditransformasikan menjadi Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi yang lebih tinggi. Hubungan mediasi ini menekankan bahwa manfaat yang dirasakan dari sistem keuangan harus mampu membangun dan meningkatkan kepercayaan pengguna untuk mencapai hasil optimal dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Perspektif Islam pada pengaruh persepsi manfaat terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi yang dimediasi oleh kepercayaan memiliki landasan kuat dalam Al-Qur'an, khususnya Surah An-Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا
يَعْظُمُ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat."

Ayat ini sangat relevan dengan temuan penelitian yang menunjukkan adanya hubungan mediasi yang signifikan antara persepsi manfaat dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui kepercayaan. Imam Al-Qurthubi dalam tafsirnya menerangkan bahwa amanah dalam ayat ini mencakup seluruh bentuk kepercayaan yang diberikan kepada manusia, termasuk dalam pengelolaan harta, yang menegaskan bahwa kepercayaan merupakan nilai fundamental dalam sistem keuangan Islam. Imam Al-Mawardi dalam *"An-Nukat wal 'Uyun"* menafsirkan bahwa amanah dalam ayat ini meliputi semua bentuk tanggung jawab yang dipercayakan kepada manusia, termasuk dalam mengelola keuangan, yang selaras dengan peran kepercayaan sebagai mediator antara persepsi manfaat dan efektivitas pengelolaan keuangan.

Dengan demikian, Surah An-Nisa ayat 58 memberikan landasan spiritual yang kuat untuk memahami mekanisme psikologis di balik pengaruh persepsi manfaat terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi yang dimediasi oleh kepercayaan, menegaskan bahwa amanah (kepercayaan) merupakan nilai esensial yang mentransformasi persepsi manfaat menjadi praktek pengelolaan keuangan yang lebih efektif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pada GoPay dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi, peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan yang mencakup aspek pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay. Mahasiswa dengan pengetahuan keuangan yang baik mampu memahami konsep-konsep keuangan dasar yang diterapkan dalam fitur GoPay. Perilaku keuangan yang positif membantu mereka mengaplikasikan aplikasi untuk penggunaan dana secara terencana, manajemen risiko keuangan, dan perencanaan masa depan. Sikap keuangan yang tepat mendorong pemanfaatan fitur GoPay secara lebih bijak untuk tujuan pengelolaan keuangan jangka panjang.
2. Persepsi kemudahan penggunaan yang terdiri dari kemudahan pembelajaran, aksesibilitas tinggi, dan simplisitas operasional berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien tertinggi terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay. Proses pembelajaran yang mudah memungkinkan mahasiswa cepat menguasai berbagai fitur GoPay untuk penggunaan dana dan manajemen risiko. Aksesibilitas tinggi memudahkan mereka mengakses layanan kapanpun dan dimanapun, mendukung fleksibilitas pengelolaan keuangan. Simplisitas operasional dengan alur transaksi yang tidak rumit meningkatkan kecenderungan mahasiswa menggunakan GoPay untuk berbagai kebutuhan pengelolaan keuangan, dari transaksi harian hingga perencanaan keuangan masa depan.
3. Persepsi manfaat yang dirasakan mencakup peningkatan fleksibilitas waktu, aksesibilitas yang lebih baik, dan kenyamanan penggunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi melalui GoPay. Fleksibilitas waktu membuat mahasiswa dapat melakukan transaksi dan mengelola keuangan tanpa batasan jam operasional. Aksesibilitas yang lebih baik memudahkan

akses terhadap riwayat transaksi dan laporan keuangan yang mendukung penggunaan dana yang lebih termonitor. Kenyamanan penggunaan mendorong konsistensi penggunaan aplikasi untuk berbagai kebutuhan keuangan termasuk manajemen risiko seperti pembayaran tagihan tepat waktu dan perencanaan masa depan melalui fitur tabungan digital.

4. Kepercayaan yang meliputi aspek ability (kemampuan), benevolence (kebajikan), dan integrity (integritas) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien tertinggi dibandingkan variabel independen lainnya terhadap efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Persepsi terhadap kemampuan GoPay dalam menjalankan fungsinya secara andal mendorong mahasiswa mempercayakan pengelolaan dana mereka pada aplikasi ini. Persepsi kebajikan bahwa GoPay bertindak untuk kepentingan pengguna meningkatkan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi untuk manajemen risiko seperti penyimpanan dana. Integritas layanan dalam hal konsistensi, keamanan, dan privasi mendukung penggunaan GoPay untuk perencanaan keuangan jangka panjang.
5. Kepercayaan secara signifikan memediasi hubungan antara ketiga variabel independen dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi:
 - a) Kepercayaan memediasi hubungan antara literasi keuangan dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Pemahaman tentang konsep dan prinsip keuangan (pengetahuan keuangan) meningkatkan kepercayaan pada ability GoPay, perilaku keuangan yang baik meningkatkan apresiasi terhadap benevolence layanan, dan sikap keuangan positif memperkuat persepsi terhadap integrity platform.
 - b) Kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi. Kemudahan pembelajaran meningkatkan persepsi terhadap ability GoPay, aksesibilitas tinggi memperkuat persepsi benevolence layanan yang mengutamakan kebutuhan pengguna, dan simplisitas operasional meningkatkan persepsi integrity platform.
 - c) Kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi manfaat dan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi dengan nilai mediasi tertinggi. Manfaat berupa fleksibilitas waktu dan aksesibilitas yang lebih baik meningkatkan persepsi terhadap ability GoPay, sementara kenyamanan penggunaan memperkuat persepsi benevolence dan integrity layanan.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, berikut adalah saran-saran yang diajukan dan dapat diimplementasikan untuk berbagai pihak:

1. Bagi penyedia layanan GoPay

Untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi pengguna, penyedia layanan e-wallet disarankan untuk fokus pada penguatan literasi keuangan melalui konten edukatif interaktif dan fitur evaluasi keuangan berbasis data transaksi. Selain itu, optimalisasi kemudahan penggunaan dapat dilakukan dengan menyederhanakan alur transaksi dan menyediakan tutorial bagi pengguna baru. Pengembangan manfaat yang dirasakan juga penting, seperti menghadirkan fitur penjadwalan transaksi serta personalisasi antarmuka. Aspek kepercayaan perlu diperkuat melalui transparansi keamanan, program loyalitas yang berpihak pada pengguna, dan kontrol atas data pribadi. Terakhir, penyedia e-wallet diharapkan mengintegrasikan fitur pengelolaan keuangan seperti alokasi anggaran, dana darurat, dan tabungan bertujuan untuk mendukung perencanaan keuangan jangka panjang.

2. Bagi mahasiswa pengguna GoPay

Mahasiswa disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan dengan aktif mencari informasi dan memanfaatkan fitur GoPay untuk mencatat transaksi serta merencanakan anggaran. Optimalisasi penggunaan aplikasi dapat dilakukan dengan memahami seluruh fitur, rutin memantau transaksi, dan mengatur pembayaran secara efisien. Untuk memaksimalkan manfaat, mahasiswa dapat memanfaatkan promo, melacak pengeluaran, dan menjadikan GoPay bagian dari kebiasaan keuangan harian. Selain itu, penting untuk membangun kepercayaan secara kritis dengan memahami sistem keamanan, meninjau kebijakan layanan, serta mengevaluasi privasi dan perlindungan data yang ditawarkan platform.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan responden dari berbagai latar belakang institusi, daerah, atau kelompok usia agar hasilnya lebih generalisabel. Selain itu, eksplorasi variabel lain seperti norma sosial, kesadaran keamanan digital, atau pengaruh media sosial terhadap penggunaan e-wallet dapat memberikan wawasan baru yang lebih komprehensif. Penelitian longitudinal juga dianjurkan untuk melihat dinamika perubahan perilaku pengelolaan

keuangan pribadi seiring waktu, terutama dalam menghadapi perkembangan fitur dan teknologi dalam layanan e-wallet.

DAFTAR RUJUKAN

- Adhliana, B. S., Barry, H., & Sofa, N. (2022). Analisis Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Pengalaman Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pengguna SpayLater DKI Jakarta. *JAProf: Jurnal Administrasi Profesional*, 3(2), 25–35.
- Agustino, L., Ujianto, & Yousida, I. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan E-Wallet dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna E-Wallet di Kota Banjarmasin. *KINDAI*, 17(3), 401–422.
- Aisyiah, H. N., Prastiwi, S. K., & Rohimat, A. M. (2023). Can Perceived Usefulness and Online Experiences Affect ShopeePay Fintech Usage by Millennial Muslims? *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 103–122. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i1.2146>
- Al-Bukhari, M. (2002). *Sahih Al-Bukhari*. Beirut: Dar Ibn Kathir.
- Al-Ghazali, M. (1993). *Ihya' Ulum Ad-Din*. Beirut: Dar Al-Ma'rifah.
- Al-Ghazali, M. (2004). *Al-Mustasfa*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah.
- Al-Qaradawi, Y. (2001). *Fiqh Az-Zakat*. Beirut: Muassasah Ar-Risalah.
- Al-Qurthubi, M. (2006). *Al-Jami' li Ahkam Al-Quran*. Cairo: Dar Al-Hadits.
- An-Nawawi, Y. (2010). *Al-Minhaj Syarh Shahih Muslim*. Beirut: Dar Ihya At-Turats Al-Arabi.
- Annual Report GoTo. (2022). *GoTo Financial Performance Report 2021*. Jakarta: GoTo Group.
- Arifin, A. Z. (2018). Influence factors toward financial satisfaction with financial behavior as intervening variable on Jakarta area workforce. *European Research Studies Journal*, 21(1), 90-103.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmara, C. D., & Yuana, P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Pengguna E-Wallet. *Jurnal Management Risiko Dan Keuangan*, 2(4), 325–335. <https://doi.org/10.21776/jmrk.2023.02.4.04>
- As-Suyuti, J. (2003). *Al-Ashbah wan Nazha'ir*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah.
- As-Syatibi, I. (1997). *Al-Muwafaqat*. Cairo: Dar Ibn Affan.
- Az-Zuhaili, W. (2009). *At-Tafsir Al-Munir*. Damascus: Dar Al-Fikr.

- Az-Zuhaili, W. (2011). *Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuhu*. Damascus: Dar Al-Fikr.
- Bank Indonesia. (2023). *Digital payment statistics report 2023*. Bank Indonesia.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods (12th ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dharma, R., & Putri, A. (2023). Analisis Layanan Investasi Digital GoPay dalam Meningkatkan Literasi Keuangan. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(1), 45-58.
- Evitasari, K., Ivana, N., & Usman, O. (2023). The Influence of Financial Literacy, Perceived Benefits, and Perceived Ease of Use on QRIS Usage Decision among Students in DKI Jakarta with Trust as a Mediating Variable. *1st International Students Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM 2023)*, 89–112.
- Febriani, L., & Waluyo, S. (2023). Perkembangan Asuransi Digital di Indonesia: Studi Kasus GoSure. *Jurnal Manajemen Risiko*, 4(2), 89-102.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustantio, E. R., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi terhadap Penggunaan E-Wallet pada Generasi Z. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11261–11273.
- Hadad, M. D. (2017). *Financial technology (fintech) di Indonesia*. Kuliah Umum tentang Fintech, Indonesia Banking School.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hartono, B., & Susilo, D. (2023). Implementasi Sistem Pembayaran Digital untuk UMKM: Analisis GoPay Business. *Jurnal Bisnis Digital*, 7(1), 112-125.

- Hidayat, R., Susanto, A., & Prasetyo, B. (2023). Dampak Fintech terhadap Inklusi Keuangan di Indonesia: Studi Kasus GoPay. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 78-92.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296-316.
- Ibn Katsir, I. (2004). *Tafsir Al-Quran Al-'Adzim*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah.
- Ibn Qayyim Al-Jawziyyah (1996). *I'lam al-Muwaqqi'in*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah.
- Ibn Taimiyyah, A. (1995). *Al-Qawaid An-Nuraniyah Al-Fiqhiyah*. Riyadh: Dar Ibn Al-Jawzi.
- Jimenez, N., San-Martin, S., & Azuela, J. I. (2016). Trust and satisfaction: The keys to client loyalty in mobile commerce. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 29(4), 486-510.
- Kantika, I., Prasetyo, Y., & Wijaya, S. (2022). The impact of financial literacy on digital banking adoption: Trust as mediating variable. *Journal of Banking Technology*, 4(2), 167-182.
- Kartika, S. E. (2023). Analyzing factors affecting behavioral intention in e-wallet usage. *International Journal of Technology and Business Studies*, 5(1), 45-59.
- Kusuma, A., & Dewi, S. (2023). Perkembangan Layanan Fintech GoPay dalam Era Digital. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 8(1), 45-60.
- Kusuma, R., Pratama, S., & Wijaya, H. (2023). Analisis Layanan Pinjaman Digital GoPayLater dalam Perspektif Manajemen Risiko. *Jurnal Keuangan Digital*, 5(2), 67-80.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- Maulana, R., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan ShopeePay pada Masyarakat Bengkulu. *Jesya*, 7(1), 640–654. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1442>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi ed.)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muslim, I. (2006). *Sahih Muslim*. Riyadh: Dar Taybah.
- Mutiara, D., & Priantinah, D. (2018). Analisis Penggunaan E-wallet di Indonesia. *Jurnal Nominal*, 7(1), 25-37.

- Nangin, M. A., Barus, I. R. G., & Wahyoedi, S. (2020). The effects of perceived ease of use and perceived usefulness on customer satisfaction and trust in using e-wallet. *Journal of Consumer Behavior Studies*, 2(1), 1-11.
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease of Use, Percieved Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715–722.
- Nasution, N. H., & Munir, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Al-Buhuts*, 19(1), 106–121.
- Ningsih, S., Rahman, A., & Wijaya, S. (2023). Financial literacy and digital payment adoption: An empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(1), 23-37.
- Nugroho, A., & Susilowati, E. (2021). Perkembangan Fitur dan Layanan E-wallet di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*, 14(1), 23-36.
- OECD. (2016). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2018). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. OECD.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Jakarta: OJK.
- Permatasari, D., Nawirah, Sartika, F., & Setiani. (2024). Exploring The Acceptance Of Peer-To-Peer Lending: A Maqasid Syariah Perspective Through The Technology Acceptance Model. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 12(2).
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2015). Determinants of financial literacy: Analysis of the influence of socioeconomic and demographic variables. *Revista Contabilidade & Finanças*, 26(69), 362-377.
- Pratama, B., & Hidayat, R. (2023). Analisis Pembayaran Tagihan Digital melalui Platform GoPay. *Jurnal Teknologi Finansial*, 8(2), 156-169.
- Pratama, R., & Sulistiyo, H. (2021). Transformasi Digital Payment di Indonesia: Studi Kasus GoPay. *Jurnal Sistem Informasi*, 13(2), 112-125.
- Pratnyawati, G. D. T., & Mardiana. (2023). Pengaruh Shopeepaylater dan Literasi Keuangan terhadap Pembelian Impulsive pada Mahasiswa UIN Malang Jurusan Manajemen 2018-2020. *Jurnal Ekbis: Analisis, Prediksi, Dan Informasi*, 24(1), 72–83.
- Putri, N. A., Wijaya, S., & Rahman, A. (2023). Trust as mediating variable in digital financial services adoption. *International Journal of Financial Technology*, 4(2), 89-103.

- Rahmatika, F., & Fajar, M. (2019). Adopsi E-wallet di Indonesia: Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 145-158.
- Rahmawati, D., Santoso, B., & Putra, A. (2023). Evaluasi Layanan PayLater pada Platform Digital Payment. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 6(1), 78-91.
- Rizkyla, Z., Meuthia, R. F., & Rosita, I. (2024). The Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust as Intervening Variables on Interest in Using Digital Banks among Millennial Generation (Gen Y) & Generation Z (Gen Z). In *Jurnal Riset Akuntansi Politala* (Vol. 7, Issue 1). <http://jra.politala.ac.id/index.php/JRA/index>
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations (4th ed.)*. New York: Free Press.
- Santoso, M., & Rahman, F. (2022). Keamanan Transaksi Digital: Studi Kasus Transfer Dana GoPay. *Jurnal Teknologi Informasi*, 9(2), 145-158.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (7th ed.)*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Setiawan, B., Wibowo, A., & Sari, P. K. (2022). Merger Gojek-Tokopedia: Dampak terhadap Ekosistem Digital Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 15(1), 67-82.
- Sina, P. G., & Noya, A. (2012). Pengaruh kecerdasan spiritual terhadap pengelolaan keuangan pribadi. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 171-188.
- Statista. (2024). Digital payments in Indonesia. *Statista Digital Market Outlook*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suseno, N. S., Ingawan, D. C., & Rosmayati, I. (2021). Identifikasi Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Studi Kasus pada Pengguna Go-Pay di Kabupaten Garut). *Jurnal Algoritma*, 18(1), 292–301. <http://jurnal.sttgarut.ac.id/>
- Tang, N., & Baker, A. (2016). Self-esteem, financial knowledge and financial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 54, 164-176.
- Vernon, L., & See, P. (2022). Factors Influencing The Intention to Adopt E-Wallet: A Regional Distribution Perspective in Malaysia. *JOURNAL OF BUSINESS AND SOCIAL SCIENCES*, 1(16), 16. <http://ipublishing.intimal.edu.my/jobss.html>

- Wasana, I. D. P. T. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan ShopeePay sebagai Metode Pembayaran di E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Masyarakat Buleleng). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 127–135.
- Wibowo, H., & Sari, P. (2023). Integrasi Sistem Pembayaran E-commerce: Analisis GoPay dan Tokopedia. *Jurnal E-commerce Indonesia*, 5(1), 34-47.
- Widodo, M., Rahman, A., & Putra, S. (2020). Analisis Pengembangan E-wallet di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*, 12(3), 89-102.
- Wijaya, H., & Sutanto, E. (2023). Implementasi Teknologi Blockchain dalam Sistem Pembayaran Digital: Studi Kasus GoPay. *Jurnal Teknologi Informasi*, 9(1), 34-48.
- Wijaya, R., Susanto, A., & Pratama, H. (2022). Implementasi QRIS dalam Sistem Pembayaran Digital Indonesia. *Jurnal Sistem Pembayaran*, 7(2), 90-103
- World Bank. (2023). *Global financial inclusion report 2023*. World Bank Group.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11-26.
- Zubaedah, P. A. (2024). The Influence of Promotion, Ease of Use, and Service Trust on the Satisfaction of Using ShopeePay. *Join: Journal of Social Science*, 2(3), 100–106. <https://ejournal.mellbaou.com/in>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama : Salsabila Adilah Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Blitar, 10 Januari 2003
Alamat Asal : Jalan Ciliwung No. 252, Ngadirejo, Kota Blitar
Alamat Domisili : Jalan Mertojoyo Blok G No. 12, Merjosari, Kota Malang
Telepon/Hp : 081556797507
E-mail : salsabilaadilahp@gmail.com

Pendidikan Formal

2007 – 2009 : TK Al-Hidayah Ngadirejo
2009 – 2015 : SD Islam Kota Blitar
2015 – 2018 : SMPN 1 Kota Blitar
2018 – 2021 : SMAN 1 Kota Blitar
2021 – 2025 : Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non-Formal

2021 – 2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA)
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2022 – 2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Islam (PKPBI)
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2023 : Academic Mobility Program
Universiti Tun Hussein Onn Malaysia

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera,

Perkenalkan, saya Salsabila Adilah Putri, mahasiswi Program Studi Manajemen di Universitas Islam Negeri Malang. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian sebagai bagian dari skripsi saya dengan judul **"Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi pada GoPay dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi"**.

Dengan kriteria responden:

1. Mahasiswa PTN Malang
2. Telah menempuh mata kuliah keuangan
3. Telah menggunakan GoPay sebagai metode pembayaran dan pengelolaan keuangan

Keterangan :

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1 | = Sangat Tidak Setuju (STS) |
| 2 | = Tidak Setuju (TS) |
| 3 | = Netral (N) |
| 4 | = Setuju (S) |
| 5 | = Sangat Setuju (SS) |

Partisipasi anda dalam penelitian ini sangat berharga untuk keberhasilan penelitian yang sedang saya lakukan. Data yang dikumpulkan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademis.

Terima kasih atas perhatian dan partisipasinya,

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Karakteristik Responden

- E-mail
- Nama Lengkap
- Jenis Kelamin
- Berkuliah di Malang
- PTN Malang (Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Malang, dan Politeknik Negeri Malang)
- Telah menempuh mata kuliah keuangan
- Menggunakan GoPay sebagai metode pembayaran dan pengelolaan keuangan

Daftar Pertanyaan

Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Saya dapat mengatur pengeluaran dengan baik menggunakan GoPay					
Saya mampu memantau penggunaan dana melalui riwayat transaksi GoPay					
GoPay membantu saya menghindari pemborosan dalam berbelanja					
Saya merasa lebih aman bertransaksi menggunakan GoPay dibanding membawa uang tunai					
GoPay membantu saya menyisihkan uang untuk kebutuhan mendatang					
Saya dapat merencanakan pengeluaran lebih baik dengan menggunakan GoPay					

Literasi Keuangan

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Saya memahami cara kerja layanan keuangan digital seperti GoPay					

Saya mengerti berbagai fitur dan layanan yang ditawarkan GoPay					
Saya rutin mencatat dan mengecek transaksi keuangan di GoPay					
Saya membandingkan harga dan promo sebelum melakukan transaksi di GoPay					
Saya bijak dalam menggunakan saldo GoPay					
Saya mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan sebelum bertransaksi di GoPay					

Kemudahan Penggunaan

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan GoPay					
Tampilan GoPay mudah dipahami bagi pengguna baru					
GoPay dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi					
Saya dapat menggunakan GoPay kapanpun dan dimanapun					
Proses transaksi di GoPay tidak rumit					
Saya tidak kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur GoPay					

Manfaat yang Dirasakan

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
GoPay mempersingkat waktu dalam bertransaksi					
Saya dapat melakukan transaksi 24 jam menggunakan GoPay					
GoPay mudah diakses melalui smartphone					
Saya dapat mengakses riwayat transaksi GoPay dengan mudah					
Bertransaksi menggunakan GoPay lebih praktis					
GoPay memberikan pengalaman bertransaksi yang nyaman					

Kepercayaan

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
GoPay mampu menjaga keamanan data pribadi saya					
GoPay memiliki sistem yang handal dalam memproses transaksi					
GoPay memberikan layanan sesuai dengan kepentingan pengguna					
GoPay responsive dalam menangani keluhan pengguna					
GoPay memberikan informasi yang jujur dan transparan					
GoPay menepati janji-janji yang diberikan kepada pengguna					

Lampiran 3 Data Kuesioner

Efektivitas Pengelolaan Keuangan Pribadi						Literasi Keuangan						Kemudahan Penggunaan						Manfaat yang Dirasakan						Kepercayaan						
EPK P1	EPK P2	EPK P3	EPK P4	EPK P5	EPK P6	L K 1	L K 2	L K 3	L K 4	L K 5	L K 6	K M 1	K M 2	K M 3	K M 4	K M 5	K M 6	M D1	M D2	M D3	M D4	M D5	M D6	K 1	K 2	K 3	K 4	K 5	K 6	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	
4	5	2	3	3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	2	4	2	5	2	4	
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	
4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	
5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	
3	4	3	3	1	1	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	4	
2	4	4	1	2	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	2	4	3	2	4	3	
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
1	2	1	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	2	2	5	4	2	3	
2	3	1	2	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	1	4	1	
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	
1	1	3	1	2	1	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	5	5	

4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
3	2	3	2	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	2	3	4	2	2
5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
5	4	3	5	3	2	4	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	3	5	4
1	1	4	1	3	1	4	4	4	5	4	5	2	2	3	2	3	3	5	4	5	4	4	4	3	2	3	3	2	3
1	3	2	1	2	4	3	2	2	2	3	2	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	1	3	4	2	4	3
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
4	5	5	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	2	5	2	4
5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
2	4	1	2	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	2	3	2	2	2	2	1	2	4	1	4	2
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	4	5	5	5	4	5	4	2	4	4	2	5	2
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4

5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	
4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	
5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	
4	4	2	2	3	4	4	4	5	4	5	5	2	2	2	2	2	3	4	4	4	5	4	5	4	1	3	2	4	3	
4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	
3	5	2	3	3	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
4	2	3	4	1	1	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	1	3	1	
5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	2	2	2	3	3	3	1	4	3	4	2	
4	4	3	3	2	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	3	3	5	2	3
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	2	5	
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4

4	4	3	4	4	4	2	3	3	2	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	2	2	1	3	1	
4	4	1	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	1	4	1	2	3	4	
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	
4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
1	2	2	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	
4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	
2	2	3	1	4	2	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	4	3	4	5	4	3	5	2	4	
3	4	2	2	2	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	5	4	
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
5	3	5	3	2	2	4	4	5	5	4	5	2	3	2	2	3	2	4	5	4	4	5	5	3	3	2	1	2	3	
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	
4	5	4	4	3	5	2	2	2	2	3	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	1	1	1	1	1	3	
1	1	1	2	4	3	5	4	4	5	4	4	2	2	2	3	2	2	4	4	5	5	5	5	4	2	1	2	2	2	
2	4	2	3	2	2	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	2	2	2	3	3	2	2	4	1	1	3	4	
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	
5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5
4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
2	2	3	3	1	2	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	3	2

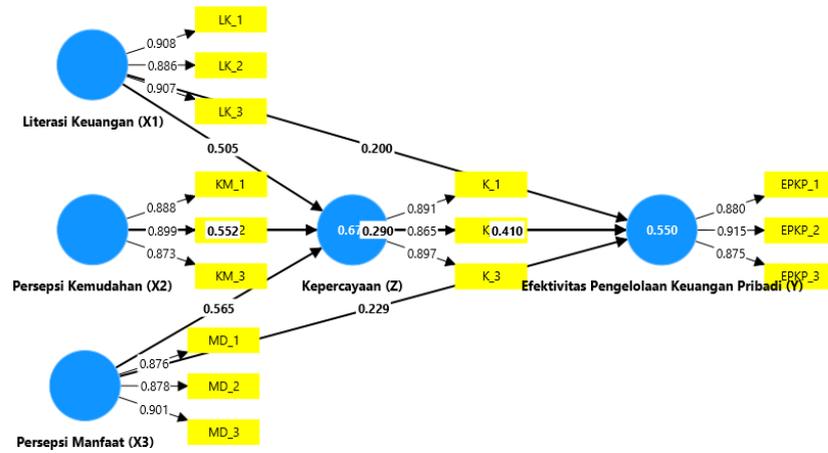
4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
2	3	3	3	4	5	2	2	2	2	3	2	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	1	4	4	2
4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	
5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	
2	3	3	4	4	2	4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	2	
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	
4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	
2	3	2	4	3	2	5	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	2	5	5	4	5	5	5	5	2	2	3	2	1	1
4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	
2	3	5	2	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	2	5	5	
5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	
5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	3	2	2	3	3	4	1	1	4	4	1	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	2	5	
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	
3	3	3	4	2	5	4	4	3	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	2	5	5	
3	3	1	2	4	3	3	2	3	3	3	2	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	

4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	
3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	3	2	5	2	3	4	3	
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	
2	2	4	4	1	2	4	5	5	4	5	5	3	2	2	3	2	3	5	4	5	4	5	4	4	3	3	2	2	2	
4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	
3	2	2	5	4	2	3	2	2	2	2	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	1	4	4	3	2	3	
4	1	3	3	2	2	5	4	4	5	4	5	3	3	2	3	2	2	5	4	5	4	4	5	2	3	4	3	2	3	
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	
4	4	3	5	2	5	2	2	2	2	2	2	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	2	3	4	3	
4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	
2	3	2	1	1	3	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	2	3
3	4	2	4	3	1	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	5	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	
4	4	2	4	2	5	5	5	4	4	4	4	5	2	3	2	2	3	2	5	4	5	5	5	4	4	3	1	1	2	4
4	3	2	2	2	2	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	2	2	2	2	2	3	2	3	4	4	2	2	
4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5
2	2	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	5	2	3	2	4	3	
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	2	3	4	2	5	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	2	4	5	2	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4

1	4	3	2	2	1	3	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	2	4	5	4	2	
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	
4	5	5	3	2	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	2	2	5	3	2	3	
4	2	2	2	1	3	2	3	3	3	3	2	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	
4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	
3	2	3	1	3	2	3	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	2	3	2	5	
2	4	4	2	2	3	4	4	5	4	4	4	3	2	2	3	3	2	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	3
4	2	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	3	4	2	4	2	3	2	5	
2	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	5	2	5	4	4	

Lampiran 4 Hasil Uji SmartPLS 4

Model PLS-SEM Lengkap (Outer dan Inner Model)



Hasil Uji Outer Loadings

Outer loadings - Matrix					
	EPKP_	KM_	K_	LK_	MD_
EPKP_1	0.880				
EPKP_2	0.915				
EPKP_3	0.875				
KM_1		0.888			
KM_2		0.899			
KM_3		0.873			
K_1			0.891		
K_2			0.865		
K_3			0.897		
LK_1				0.908	
LK_2				0.886	
LK_3				0.907	
MD_1					0.876
MD_2					0.878
MD_3					0.901

Hasil Uji Cronbach Alpha dan Composite Reliability

Construct reliability and validity - Overview Copy to Excel/Word			
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
EPKP_	0.869	0.871	0.920
KM_	0.864	0.866	0.917
K_	0.861	0.861	0.915
LK_	0.883	0.885	0.928
MD_	0.862	0.874	0.916

Hasil Uji Fornell-Lacker Criterion

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion					
	EPKP_	KM_	K_	LK_	MD_
EPKP_	0.890				
KM_	0.429	0.887			
K_	0.709	0.445	0.885		
LK_	0.290	-0.085	0.368	0.901	
MD_	0.337	-0.114	0.421	-0.160	0.885

Hasil Uji Cross Loading

Discriminant validity - Cross loadings					
	EPKP_	KM_	K_	LK_	MD_
EPKP_1	0.880	0.379	0.595	0.232	0.286
EPKP_2	0.915	0.377	0.659	0.306	0.317
EPKP_3	0.875	0.391	0.637	0.232	0.296
KM_1	0.372	0.888	0.389	-0.122	-0.051
KM_2	0.372	0.899	0.444	-0.048	-0.127
KM_3	0.399	0.873	0.347	-0.058	-0.123
K_1	0.614	0.330	0.891	0.358	0.381
K_2	0.615	0.398	0.865	0.340	0.369
K_3	0.652	0.450	0.897	0.281	0.367
LK_1	0.262	-0.079	0.337	0.908	-0.158
LK_2	0.224	-0.081	0.337	0.886	-0.146
LK_3	0.293	-0.070	0.322	0.907	-0.128
MD_1	0.265	-0.100	0.352	-0.172	0.876
MD_2	0.281	-0.074	0.343	-0.140	0.878
MD_3	0.341	-0.123	0.415	-0.118	0.901

Hasil Uji Heterotrait Monotrait Ration (HTMT)

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait					
	EPKP_	KM_	K_	LK_	MD_
EPKP_					
KM_	0.496				
K_	0.819	0.513			
LK_	0.328	0.098	0.423		
MD_	0.385	0.129	0.485	0.186	

Hasil Uji Assess The Structural Model for Collinearity Issues

Collinearity statistics (VIF) - Outer model - List	
	VIF
EPKP_1	2.291
EPKP_2	2.684
EPKP_3	2.092
KM_1	2.282
KM_2	2.320
KM_3	2.097
K_1	2.361
K_2	1.951
K_3	2.392
LK_1	2.631
LK_2	2.325
LK_3	2.564
MD_1	2.190
MD_2	2.215
MD_3	2.195

Hasil Uji Path Coefficient dan Nilai T

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values			
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)
KM_ -> EPKP_	0.290	0.285	0.089
KM_ -> K_	0.552	0.547	0.083
K_ -> EPKP_	0.410	0.416	0.108
LK_ -> EPKP_	0.200	0.201	0.083
LK_ -> K_	0.505	0.501	0.077
MD_ -> EPKP_	0.229	0.225	0.111
MD_ -> K_	0.565	0.560	0.073

Hasil Uji Indirect Effect

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values			
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)
LK_ -> K_ -> EPKP_	0.207	0.205	0.050
MD_ -> K_ -> EPKP_	0.232	0.234	0.071
KM_ -> K_ -> EPKP_	0.227	0.229	0.074

Hasil Uji R-Square

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
EPKP_	0.550	0.538
K_	0.670	0.663

Hasil Uji Effect Size

f-square - Matrix					
	EPKP_	KM_	K_	LK_	MD_
EPKP_					
KM_	0.096		0.901		
K_	0.124				
LK_	0.049		0.745		
MD_	0.058		0.924		

Hasil Uji Predictive Relevance (Q2)

Construct cross-validated redundancy - Total			
	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
EPKP_	450.000	259.745	0.423
KM_	450.000	450.000	0.000
K_	450.000	220.910	0.509
LK_	450.000	450.000	0.000
MD_	450.000	450.000	0.000

Hasil Uji SRMR

Model fit		
	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.049	0.049

Lampiran 5 Lembar Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M
NIP : 198710022015032004
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Salsabila Adilah Putri
NIM : 210501110101
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Skripsi : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN MANFAAT YANG DIRASAKAN TERHADAP EFEKTIVITAS PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI PADA GOPAY DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
25%	21%	16%	11%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Mei 2025

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M

Lampiran 6 Jurnal Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210501110101
Nama : Salsabila Adilah Putri
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Farahiyah Sartika, M.M
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN MANFAAT YANG DIRASAKAN TERHADAP EFEKTIVITAS PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI PADA GOPAY DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	23 September 2024	Konsultasi awal proposal skripsi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	16 Oktober 2024	Konsultasi awal terkait latar belakang dan rumusan masalah	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	23 Oktober 2024	Revisi terkait latar belakang, penambahan data grafik, dan perbaikan rumusan masalah serta tujuan penelitian	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	29 Oktober 2024	Revisi penambahan pada tabel persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu, perbaikan penulisan arti ayat Al-Qur'an, dan perbaikan pada hipotesis	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	31 Oktober 2024	Revisi perbaikan latar belakang, perbaikan pada kerangka konseptual, dan pada sampel penelitian.	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	11 November 2024	Revisi Proposal	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	8 Januari 2025	Konsultasi Kuisisioner	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	13 Februari 2025	Konsultasi olah data responden	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	5 Maret 2025	Konsultasi Bab IV	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

10	17 April 2025	Konsultasi Jurnal	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
----	------------------	-------------------	--------------------	--------------------

Malang, 17 April 2025

Dosen Pembimbing



Farahiyah Sartika, M.M