

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Subbab ini menguraikan konsep-konsep serta landasan teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu manajemen, perilaku konsumen, *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior*. Selain itu, dibahas pula konsep pembayaran digital (*digital payment*) serta karakteristik Generasi Z sebagai objek penelitian. Melalui pembahasan ini, disajikan secara komprehensif teori-teori yang relevan sebagai dasar dalam memahami hubungan antarvariabel yang diteliti.

Landasan teori yang digunakan bersumber dari berbagai kajian ilmiah, jurnal penelitian, buku, dan literatur lain yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Selanjutnya, pemaparan teori akan disusun untuk mengidentifikasi posisi *grand theory*, *middle-range theory*, dan *applied theory* yang mendasari penelitian ini, sehingga dapat menjadi landasan konseptual dalam menganalisis pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* melalui *Intention* sebagai variabel intervening

2.2 Landasan Teori yang Digunakan

Penelitian ini didasarkan pada berbagai sumber literatur yang relevan, baik berupa buku, jurnal ilmiah, maupun hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior*. Sumber-sumber tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun kerangka teoritis yang

mencakup *grand theory*, *middle-range theory*, dan *applied theory* guna mendukung analisis hubungan antarvariabel dalam penelitian.

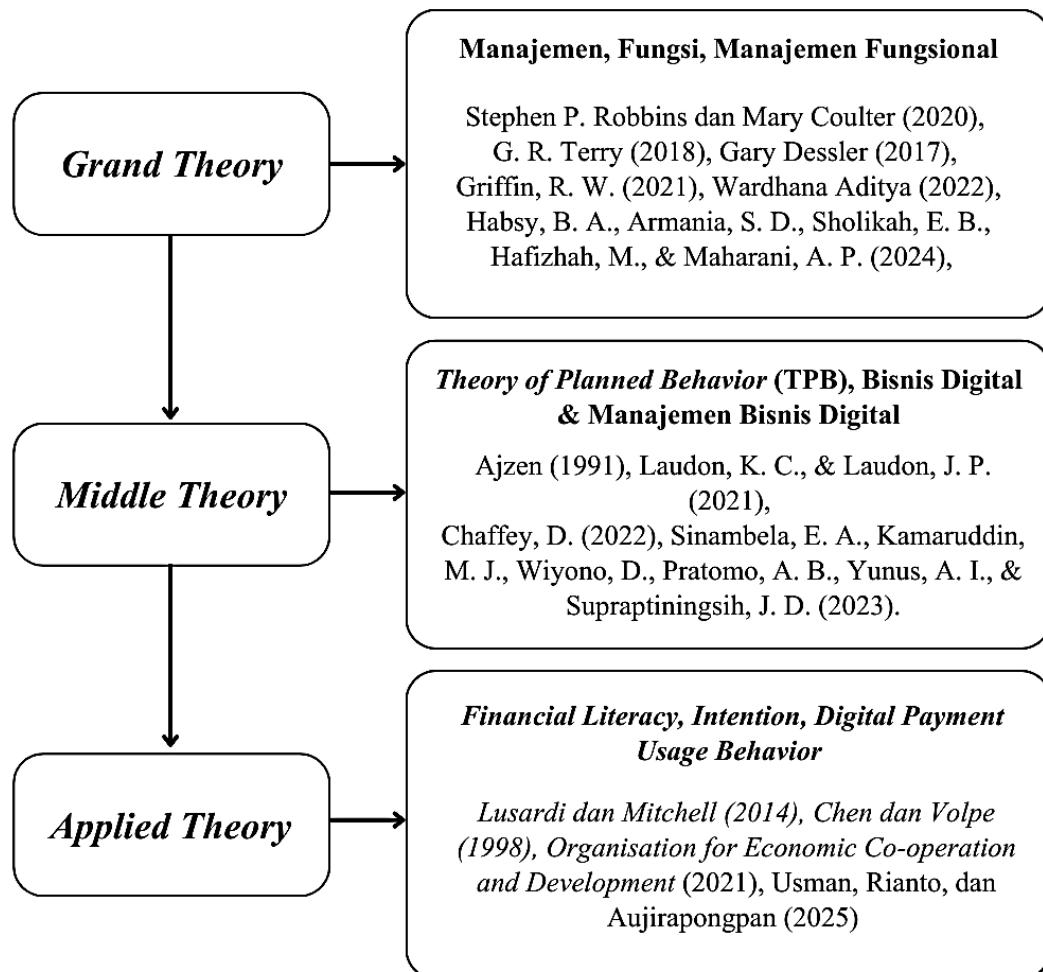
Selain itu, penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian dikaji sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk memperkuat landasan konseptual penelitian. Kajian tersebut dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* serta peran *Intention* sebagai variabel intervening pada Generasi Z pengguna pembayaran digital.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas teori manajemen sebagai *grand theory*, *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai *middle-range theory*, serta konsep *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior* sebagai *applied theory*. Ketiga landasan teori tersebut digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti serta mendukung penyusunan kerangka pemikiran penelitian.

Pada bagian selanjutnya, landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk gambar untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan sistematis mengenai alur pemikiran yang mendasari penelitian.

Gambar 2. 1

Landasan Teori



Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Gambar 2. 1, penelitian ini menggunakan tiga tingkatan landasan teori, yaitu *grand theory*, *middle-range theory*, dan *applied theory*. *Grand theory* yang digunakan adalah teori manajemen yang mencakup konsep manajemen, unsur-unsur manajemen, fungsi manajemen, dan manajemen fungsional sebagai dasar dalam pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. *Middle-range theory* dalam penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menjelaskan bahwa

perilaku individu dipengaruhi oleh *Intention* yang terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Sementara itu, *applied theory* berfokus pada konsep *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior* sebagai variabel utama yang dianalisis dalam penelitian. Ketiga tingkatan teori tersebut digunakan untuk menjelaskan hubungan antara tingkat literasi keuangan, niat menggunakan pembayaran digital, dan perilaku penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z di Kota Bandung.

2.2.1 Manajemen

Manajemen merupakan salah satu aspek penting dalam suatu organisasi karena berperan dalam mengatur dan mengoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui penerapan manajemen yang baik, organisasi dapat menjalankan aktivitasnya secara lebih terarah, efektif, dan efisien. Keberhasilan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya manusia, keuangan, teknologi, maupun sumber daya lainnya.

Dalam perkembangannya, konsep manajemen tidak hanya diterapkan pada organisasi konvensional, tetapi juga pada organisasi yang memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan aktivitasnya. Oleh karena itu, pemahaman mengenai manajemen menjadi landasan penting dalam memahami berbagai aktivitas bisnis dan layanan digital yang berkembang saat ini. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, pembahasan mengenai manajemen dalam penelitian ini meliputi pengertian manajemen, unsur-unsur manajemen, fungsi manajemen, dan manajemen fungsional.

2.2.1.1 Pengertian Manajemen

Manajemen merupakan istilah yang banyak digunakan dalam berbagai bidang karena memiliki peran penting dalam mengatur dan mengarahkan aktivitas untuk mencapai tujuan tertentu. Secara etimologis, istilah manajemen berasal dari bahasa Inggris *management* yang berakar dari kata *to manage* yang berarti mengatur atau mengelola (Jackson, 2025).

Menurut George R. Terry (2018), pengertian manajemen adalah:

"A distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling performed to determine and accomplish the objectives by the use of people and resources."

Definisi tersebut menjelaskan bahwa manajemen merupakan suatu proses yang terdiri atas kegiatan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*) yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai tujuan organisasi melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara optimal.

Selanjutnya, Griffin (2021) menyatakan bahwa:

"Management is a set of activities (including planning and decision making, organizing, leading, and controlling) directed at an organization's resources (human, financial, physical, and information) with the aim of achieving organization goals in an efficient and effective manner."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa manajemen merupakan serangkaian aktivitas yang meliputi perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan, serta pengendalian terhadap berbagai sumber

daya organisasi dengan tujuan mencapai sasaran organisasi secara efektif dan efisien.

Sementara itu, Robbins dan Coulter (2020) mendefinisikan manajemen sebagai:

“ Management involves coordinating and overseeing the work activities of others so their activities are completed efficiently and effectively. ”

Definisi tersebut menegaskan bahwa manajemen berkaitan dengan aktivitas mengoordinasikan dan mengawasi pekerjaan orang lain agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai secara efektif dan efisien.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat dijelaskan bahwa manajemen adalah suatu proses yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

2.2.1.2 Unsur-Unsur Manajemen

Dalam kegiatan manajemen, terdapat beberapa unsur yang menjadi komponen utama dalam mendukung tercapainya tujuan organisasi. Unsur-unsur tersebut saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan karena masing-masing memiliki peran yang saling melengkapi dalam proses pengelolaan sumber daya. Secara umum, unsur-unsur manajemen dikenal dengan istilah 6M, yaitu *man*, *money*, *materials*, *machines*, *methods*, dan *market*. Unsur-unsur tersebut tidak hanya diterapkan pada organisasi konvensional, tetapi juga pada organisasi yang beroperasi dalam lingkungan bisnis digital, termasuk perusahaan penyedia layanan pembayaran digital.

Menurut George R. Terry (2018), unsur-unsur manajemen merupakan faktor-faktor penting yang digunakan dalam mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Adapun unsur-unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Man* (Manusia)

Manusia merupakan unsur yang paling penting dalam manajemen karena berperan sebagai pelaku utama dalam menjalankan seluruh aktivitas organisasi. Sumber daya manusia memiliki kemampuan untuk merencanakan, mengorganisasikan, serta mengendalikan berbagai kegiatan yang dilakukan. Selain itu, manusia juga memiliki peran dalam pengambilan keputusan serta penentuan arah organisasi. Kualitas sumber daya manusia, seperti tingkat pendidikan, keterampilan, pengalaman, dan motivasi kerja, sangat memengaruhi keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Dalam konteks bisnis digital, sumber daya manusia juga berperan dalam mengembangkan inovasi layanan berbasis teknologi serta memahami perilaku pengguna layanan digital.

2. *Money* (Uang)

Uang merupakan unsur yang digunakan sebagai alat untuk membiayai seluruh kegiatan operasional organisasi. Setiap aktivitas, baik yang bersifat rutin maupun pengembangan, memerlukan dukungan finansial yang memadai. Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya secara efisien, menghindari pemborosan, serta menjaga stabilitas keuangan. Perencanaan dan pengendalian keuangan menjadi aspek penting dalam manajemen agar tujuan organisasi dapat tercapai secara

optimal. Dalam industri pembayaran digital, pengelolaan sumber daya keuangan juga diperlukan untuk mendukung pengembangan teknologi, keamanan sistem, serta peningkatan kualitas layanan bagi pengguna.

3. *Materials* (Bahan)

Materials atau bahan merupakan segala sesuatu yang digunakan dalam proses produksi atau kegiatan operasional organisasi. Ketersediaan bahan yang cukup dan berkualitas akan mendukung kelancaran proses kerja serta meningkatkan hasil yang diperoleh. Dalam konteks manajemen, pengelolaan bahan meliputi pengadaan, penyimpanan, hingga penggunaan bahan secara efisien. Ketidaktepatan dalam pengelolaan bahan dapat menyebabkan terhambatnya proses produksi serta menurunkan kualitas hasil yang dihasilkan. Pada organisasi berbasis digital, *materials* tidak hanya berupa bahan fisik, tetapi juga dapat berupa data dan informasi yang digunakan untuk mendukung operasional serta pengambilan keputusan.

4. *Machines* (Mesin)

Mesin atau peralatan merupakan sarana yang digunakan untuk membantu manusia dalam menyelesaikan pekerjaan secara lebih cepat dan efisien. Penggunaan mesin dapat meningkatkan produktivitas serta mengurangi kesalahan dalam proses kerja. Dalam era digital, perkembangan teknologi mendorong organisasi untuk memanfaatkan berbagai perangkat teknologi, sistem informasi, dan aplikasi digital dalam operasionalnya. Pemilihan dan pemeliharaan teknologi yang tepat menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan manajemen. Pada layanan pembayaran digital, penggunaan

teknologi berperan penting dalam menjamin kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi bagi pengguna.

5. *Methods* (Metode)

Metode merupakan cara atau prosedur yang digunakan dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Metode yang tepat akan membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses kerja. Dalam manajemen, metode berkaitan dengan standar operasional prosedur (*Standard Operating Procedure/SOP*) yang digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas. Pemilihan metode yang kurang tepat dapat menyebabkan terjadinya pemborosan waktu dan sumber daya sehingga menghambat pencapaian tujuan organisasi. Pada perusahaan berbasis digital, metode kerja juga mencakup prosedur pengelolaan data, pelayanan pengguna, serta pengembangan teknologi yang berorientasi pada kebutuhan pasar.

6. *Market* (Pasar)

Pasar merupakan sasaran dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi. Keberadaan pasar sangat penting karena menentukan keberlangsungan suatu organisasi. Tanpa adanya pasar yang jelas, produk atau jasa yang dihasilkan tidak dapat tersalurkan dengan baik. Organisasi perlu memahami kebutuhan dan preferensi konsumen serta kondisi persaingan yang terjadi di pasar. Analisis pasar yang tepat akan membantu organisasi dalam menentukan strategi yang sesuai untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam penelitian ini, pasar dapat dikaitkan dengan pengguna pembayaran

digital, khususnya Generasi Z, yang menjadi salah satu segmen pengguna teknologi digital dengan tingkat adopsi pembayaran digital yang tinggi.

2.2.1.3 Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam proses pengelolaan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Fungsi-fungsi ini saling berkaitan dan membentuk suatu siklus yang berkesinambungan dalam aktivitas manajemen. Melalui penerapan fungsi manajemen yang tepat, suatu organisasi dapat menjalankan kegiatan operasional secara terarah dan sistematis.

Menurut George R. Terry (2018), fungsi manajemen terdiri dari empat bagian utama, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), dan *controlling* (pengendalian). Keempat fungsi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan merupakan fungsi awal dalam manajemen yang berkaitan dengan penetapan tujuan serta langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapainya. Dalam tahap ini, manajer menentukan apa yang harus dilakukan, bagaimana cara melakukannya, kapan kegiatan tersebut dilaksanakan, serta siapa yang bertanggung jawab. Perencanaan yang baik akan menjadi dasar dalam pelaksanaan kegiatan organisasi sehingga dapat meminimalkan risiko dan ketidakpastian di masa yang akan datang.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi serta pembagian tugas kepada setiap individu sesuai dengan kemampuan dan tanggung jawabnya. Dalam tahap ini, sumber daya yang tersedia diatur sedemikian rupa agar dapat digunakan secara efektif. Pengorganisasian yang baik akan menciptakan koordinasi yang jelas antar bagian dalam organisasi sehingga memudahkan dalam pelaksanaan kegiatan.

3. *Actuating* (Penggerakan)

Penggerakan merupakan fungsi manajemen yang berkaitan dengan upaya mengarahkan dan memotivasi anggota organisasi agar dapat bekerja sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dalam tahap ini, manajer berperan dalam memberikan arahan, komunikasi, serta dorongan kepada bawahan agar dapat melaksanakan tugas dengan baik. Keberhasilan fungsi ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan kepemimpinan dalam mengelola sumber daya manusia.

4. *Controlling* (Pengendalian)

Pengendalian merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk memastikan bahwa pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dalam tahap ini dilakukan proses pemantauan, evaluasi, serta perbaikan terhadap kegiatan yang dilakukan. Jika terdapat penyimpangan, maka dilakukan tindakan korektif agar tujuan organisasi tetap dapat tercapai.

Keempat fungsi manajemen tersebut memiliki hubungan yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Perencanaan menjadi dasar

dalam menentukan arah kegiatan, kemudian diikuti dengan pengorganisasian untuk mengatur sumber daya yang ada. Selanjutnya, fungsi penggerakan berperan dalam memastikan bahwa seluruh rencana dapat dijalankan dengan baik, sedangkan pengendalian dilakukan untuk mengevaluasi serta memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Keterpaduan antara keempat fungsi tersebut akan menghasilkan proses manajemen yang efektif dan efisien dalam mencapai tujuan organisasi.

Dalam konteks bisnis digital, fungsi manajemen juga berperan penting dalam pengelolaan layanan berbasis teknologi, termasuk layanan pembayaran digital. Perusahaan penyedia layanan pembayaran digital perlu melakukan perencanaan terhadap pengembangan layanan, mengorganisasikan sumber daya yang dimiliki, mengarahkan pelaksanaan strategi bisnis, serta melakukan pengendalian terhadap kualitas dan keamanan layanan yang diberikan kepada pengguna. Selain diterapkan pada tingkat organisasi, fungsi manajemen juga dapat diaplikasikan pada tingkat individu, khususnya dalam pengelolaan keuangan pribadi. Kemampuan individu dalam merencanakan, mengatur, dan mengendalikan keuangan merupakan bagian dari *Financial Literacy* yang dapat memengaruhi niat (*Intention*) serta perilaku penggunaan pembayaran digital (*Digital Payment Usage Behavior*).

2.2.1.4 Manajemen Fungsional

Manajemen fungsional merupakan bagian dari manajemen yang berfokus pada pengelolaan fungsi-fungsi tertentu dalam suatu organisasi. Setiap fungsi dalam organisasi memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda,

sehingga diperlukan pengelolaan yang spesifik agar setiap bagian dapat berjalan secara optimal dan saling mendukung dalam mencapai tujuan organisasi.

Menurut Griffin (2021), manajemen fungsional berkaitan dengan pengelolaan aktivitas dalam bidang-bidang tertentu seperti pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan operasional. Setiap bidang tersebut memiliki karakteristik dan strategi yang berbeda, sehingga membutuhkan pendekatan manajerial yang sesuai dengan fungsi masing-masing.

Dalam praktiknya, manajemen fungsional dapat dibagi ke dalam beberapa bidang utama, antara lain sebagai berikut:

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan yang berkaitan dengan upaya organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran nilai. Kegiatan ini meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian strategi pemasaran agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat diterima oleh pasar. Dalam manajemen pemasaran, organisasi perlu melakukan analisis pasar, segmentasi, penentuan target pasar, serta penentuan posisi produk (*positioning*). Selain itu, strategi pemasaran juga mencakup bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Pengelolaan pemasaran yang baik akan membantu organisasi dalam meningkatkan daya saing serta mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan berfokus pada pengelolaan sumber daya keuangan yang dimiliki organisasi agar dapat digunakan secara efektif dan efisien. Kegiatan dalam manajemen keuangan meliputi perencanaan keuangan, penganggaran, pengelolaan arus kas, serta pengawasan terhadap penggunaan dana. Selain itu, manajemen keuangan juga berkaitan dengan pengambilan keputusan investasi dan pembiayaan yang tepat untuk mendukung pertumbuhan organisasi. Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu organisasi dalam menjaga stabilitas keuangan, menghindari risiko kerugian, serta meningkatkan nilai organisasi secara keseluruhan.

3. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Manajemen sumber daya manusia merupakan fungsi yang berkaitan dengan pengelolaan tenaga kerja dalam organisasi. Kegiatan ini mencakup proses perencanaan kebutuhan tenaga kerja, rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan, hingga penilaian kinerja karyawan. Selain itu, manajemen SDM juga berperan dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif serta meningkatkan motivasi dan kepuasan kerja karyawan. Sumber daya manusia yang berkualitas akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian tujuan organisasi, sehingga pengelolaannya harus dilakukan secara profesional dan berkelanjutan.

4. Manajemen Operasional

Manajemen operasional berkaitan dengan pengelolaan proses produksi atau kegiatan operasional organisasi dalam menghasilkan barang atau jasa.

Fungsi ini meliputi perencanaan produksi, pengendalian kualitas, pengelolaan persediaan, serta penggunaan teknologi dalam proses kerja. Tujuan utama dari manajemen operasional adalah untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas dengan biaya yang efisien. Dalam era modern, manajemen operasional juga banyak memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas serta efisiensi dalam proses kerja.

Manajemen fungsional memiliki peran penting dalam memastikan bahwa setiap bagian dalam organisasi dapat bekerja secara optimal sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Dengan adanya pembagian fungsi yang jelas, organisasi dapat meningkatkan koordinasi, efektivitas kerja, serta efisiensi dalam penggunaan sumber daya.

Dalam perkembangan bisnis digital saat ini, penerapan manajemen fungsional semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Perusahaan yang bergerak di bidang layanan digital, termasuk penyedia layanan pembayaran digital, dituntut untuk mengelola fungsi pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan operasional secara terintegrasi agar mampu memenuhi kebutuhan pengguna yang terus berkembang. Pada fungsi pemasaran, perusahaan perlu memahami karakteristik dan perilaku pengguna pembayaran digital. Pada fungsi keuangan, perusahaan perlu memastikan keamanan serta keberlanjutan layanan transaksi digital. Sementara itu, fungsi operasional berperan dalam menjamin kemudahan, kecepatan, dan keandalan sistem pembayaran digital yang digunakan oleh masyarakat.

Pemahaman mengenai manajemen fungsional menjadi penting dalam penelitian ini karena penggunaan pembayaran digital tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan melalui *Financial Literacy*. Tingkat *Financial Literacy* yang dimiliki pengguna dapat membentuk *Intention* untuk menggunakan pembayaran digital, yang selanjutnya memengaruhi *Digital Payment Usage Behavior* dalam aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, konsep manajemen fungsional memberikan landasan untuk memahami bagaimana perkembangan layanan pembayaran digital dapat dikelola dan dimanfaatkan secara optimal dalam ekosistem bisnis digital.

2.2.2 Bisnis Digital

Bisnis digital merupakan bentuk kegiatan usaha yang memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama dalam menjalankan proses bisnis. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi di berbagai sektor, sehingga aktivitas bisnis tidak lagi hanya dilakukan secara konvensional, tetapi juga melalui pemanfaatan teknologi digital yang memungkinkan proses bisnis berjalan lebih cepat, fleksibel, dan efisien.

Pemanfaatan teknologi digital telah mengubah cara organisasi menciptakan nilai, berinteraksi dengan pelanggan, serta mengelola operasional bisnis. Kehadiran internet, perangkat mobile, dan berbagai platform digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas serta memberikan layanan yang lebih mudah diakses oleh konsumen. Untuk memahami konsep tersebut secara lebih mendalam, diperlukan pemahaman mengenai pengertian bisnis digital sebagai

landasan dalam mengkaji perkembangan layanan pembayaran digital yang menjadi fokus penelitian ini.

2.2.2.1 Pengertian Bisnis Digital

Secara umum, bisnis digital dapat diartikan sebagai kegiatan bisnis yang memanfaatkan teknologi digital dalam menciptakan, memasarkan, serta mendistribusikan produk maupun jasa kepada konsumen. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan organisasi meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui berbagai media digital.

Menurut Chaffey (2022), bisnis digital adalah:

"The application of digital technologies and media to achieve business objectives through improving business processes, enhancing customer experiences, and creating new business models."

Definisi tersebut menunjukkan bahwa bisnis digital merupakan pemanfaatan teknologi dan media digital untuk mencapai tujuan bisnis melalui peningkatan proses bisnis, pengembangan pengalaman pelanggan, serta penciptaan model bisnis baru yang lebih inovatif.

Selanjutnya, Laudon dan Laudon (2021) menyatakan bahwa:

"A digital firm is one in which nearly all of the organization's significant business relationships with customers, suppliers, and employees are digitally enabled and mediated."

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa bisnis digital merupakan organisasi yang menjalankan sebagian besar hubungan bisnisnya dengan pelanggan, pemasok,

maupun karyawan melalui pemanfaatan teknologi digital. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung, tetapi telah menjadi bagian utama dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Dalam praktiknya, bisnis digital mencakup berbagai aktivitas seperti pemasaran digital (*digital marketing*), perdagangan elektronik (*e-commerce*), layanan berbasis aplikasi, serta penggunaan sistem pembayaran digital (*digital payment*). Perkembangan bisnis digital juga didukung oleh meningkatnya penggunaan internet dan perangkat mobile yang mendorong munculnya berbagai inovasi layanan berbasis teknologi.

Selain memberikan kemudahan dan efisiensi, bisnis digital juga menuntut kemampuan adaptasi dari pelaku usaha maupun konsumen dalam memanfaatkan teknologi secara optimal. Aspek keamanan data, kenyamanan penggunaan, serta kemampuan memahami teknologi menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan implementasi bisnis digital.

Perkembangan bisnis digital yang semakin pesat turut mendorong lahirnya berbagai layanan keuangan digital, termasuk sistem pembayaran digital (*digital payment*). Kehadiran layanan tersebut memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan efisien sehingga semakin banyak digunakan oleh masyarakat, khususnya Generasi Z yang memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat dijelaskan bahwa bisnis digital merupakan kegiatan bisnis yang memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan proses bisnis, menciptakan nilai bagi pelanggan, meningkatkan

efisiensi operasional, serta mendukung terciptanya inovasi layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

2.2.2.2 Unsur-Unsur Bisnis Digital

Dalam menjalankan aktivitasnya, bisnis digital didukung oleh beberapa unsur penting yang saling berkaitan dalam menciptakan proses bisnis yang efektif dan kompetitif. Transformasi bisnis menuju sistem digital tidak hanya melibatkan penggunaan teknologi, tetapi juga integrasi inovasi, sumber daya manusia, serta pemanfaatan data dalam pengambilan keputusan. Keberhasilan implementasi bisnis digital dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola unsur-unsur tersebut secara terintegrasi sehingga mampu menciptakan nilai tambah serta meningkatkan daya saing usaha di era digital (Nasution, 2026).

Adapun unsur-unsur utama dalam bisnis digital meliputi:

1. Teknologi Digital, yaitu penggunaan internet, aplikasi, perangkat lunak, sistem informasi, dan platform digital sebagai sarana utama dalam menjalankan aktivitas bisnis.
2. Inovasi Bisnis, yaitu kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan produk, layanan, maupun strategi baru yang sesuai dengan perkembangan kebutuhan pasar.
3. Sumber Daya Manusia Digital, yaitu kemampuan individu dalam memahami, mengoperasikan, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif untuk mendukung aktivitas bisnis.
4. Data dan Informasi, yaitu pemanfaatan data sebagai dasar analisis pasar, perilaku konsumen, dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih akurat.

5. Interaksi Digital dengan Konsumen, yaitu proses komunikasi dan pelayanan kepada pelanggan melalui media digital untuk membangun kepuasan dan loyalitas konsumen.

2.2.2.3 Manfaat Bisnis Digital

Penerapan bisnis digital memberikan berbagai manfaat bagi pelaku usaha maupun konsumen. Digitalisasi dalam kegiatan bisnis mampu meningkatkan efektivitas operasional, memperluas jangkauan pasar, mempercepat proses transaksi, serta menciptakan pengalaman layanan yang lebih baik bagi pelanggan. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga mendorong terciptanya inovasi bisnis yang berkelanjutan sehingga usaha mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Ismail, 2023).

Adapun manfaat bisnis digital antara lain:

1. Memperluas jangkauan pasar, karena produk dan jasa dapat dipasarkan tanpa batasan geografis melalui platform digital.
2. Meningkatkan efisiensi operasional, melalui otomatisasi proses bisnis yang mampu menghemat waktu, tenaga, dan biaya.
3. Meningkatkan daya saing usaha, melalui pemanfaatan inovasi teknologi yang adaptif terhadap perubahan pasar.
4. Meningkatkan kualitas pelayanan, melalui layanan yang lebih cepat, responsif, dan mudah diakses oleh konsumen.
5. Mendorong lahirnya inovasi baru, seperti *e-commerce*, *financial technology* (fintech), dan sistem pembayaran digital berbasis aplikasi.

Dengan berbagai manfaat tersebut, bisnis digital menjadi salah satu pendorong utama transformasi ekonomi modern, termasuk dalam perkembangan layanan keuangan digital (*digital financial services*) dan sistem pembayaran digital (*digital payment*) yang memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam aktivitas transaksi masyarakat (Wahyuningsih et al., 2024).

2.2.3 Manajemen Bisnis Digital

Manajemen bisnis digital merupakan suatu proses pengelolaan aktivitas bisnis yang memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan operasional organisasi. Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara organisasi menjalankan kegiatan bisnis, sehingga diperlukan pengelolaan yang terintegrasi antara teknologi, sumber daya manusia, serta proses bisnis agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien (Sinambela et al., 2023).

Manajemen bisnis digital tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup bagaimana teknologi tersebut dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja organisasi. Hal ini meliputi pengelolaan data, penggunaan sistem digital, serta pengembangan strategi berbasis teknologi yang mendukung aktivitas bisnis secara menyeluruh.

Dalam praktiknya, manajemen bisnis digital mencakup berbagai aspek penting, seperti pengelolaan informasi, pemanfaatan platform digital, serta integrasi sistem dalam mendukung aktivitas bisnis. Selain itu, organisasi juga perlu memperhatikan aspek keamanan data serta perlindungan informasi pengguna,

mengingat meningkatnya risiko dalam penggunaan teknologi digital (Sinambela et al., 2023).

Penerapan manajemen bisnis digital juga berkaitan dengan kemampuan organisasi dalam menciptakan nilai tambah melalui pemanfaatan teknologi. Hal ini dapat dilakukan melalui inovasi layanan, peningkatan efisiensi operasional, serta perluasan jangkauan pasar. Dengan demikian, organisasi tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang dalam menghadapi persaingan di era digital

Selain itu, manajemen bisnis digital menuntut adanya kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi yang berlangsung dengan cepat. Organisasi perlu menyesuaikan strategi bisnis serta mengembangkan sistem yang fleksibel agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar. Pemanfaatan teknologi digital secara optimal akan memberikan keunggulan kompetitif serta meningkatkan daya saing organisasi (Sinambela et al., 2023).

Pemanfaatan manajemen bisnis digital juga berkaitan dengan penggunaan teknologi dalam aktivitas keuangan, termasuk dalam sistem pembayaran digital (*digital payment*). Perkembangan teknologi tersebut mendorong munculnya berbagai inovasi layanan keuangan berbasis digital yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan efisien. Dalam perkembangannya, penggunaan pembayaran digital tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh faktor perilaku pengguna. Tingkat *Financial Literacy* yang dimiliki individu dapat memengaruhi pemahaman terhadap manfaat dan risiko pembayaran digital, yang selanjutnya membentuk *Intention* untuk menggunakan layanan tersebut. *Intention* yang kuat akan

mendorong terbentuknya *Digital Payment Usage Behavior* yang lebih tinggi. Oleh karena itu, kajian mengenai manajemen bisnis digital menjadi penting untuk memahami hubungan antara perkembangan teknologi pembayaran digital dengan perilaku pengguna dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital.

2.2.4 *Financial Literacy*

Financial Literacy atau literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan terkait keuangan secara efektif untuk mencapai kesejahteraan finansial. *Financial Literacy* menjadi salah satu faktor penting dalam menghadapi perkembangan sistem keuangan yang semakin kompleks, khususnya di era digital yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2025), *Financial Literacy* adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan keuangan. Definisi tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pemahaman terhadap konsep keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan individu dalam menerapkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Lusardi dan Mitchell (2014) mendefinisikan *Financial Literacy* sebagai kemampuan individu untuk memahami informasi keuangan dan menggunakan pengetahuan tersebut dalam membuat keputusan yang efektif terkait perencanaan, pengelolaan, dan penggunaan sumber daya keuangan. Sementara itu, Remund (2010) menjelaskan bahwa *Financial Literacy* merupakan tingkat pemahaman

seseorang terhadap konsep-konsep keuangan utama yang diperlukan untuk mengelola keuangan pribadi secara tepat dan bertanggung jawab.

Dalam konteks perkembangan teknologi keuangan (*financial technology*), *Financial Literacy* memiliki peran yang semakin penting karena individu dituntut untuk mampu memahami berbagai produk dan layanan keuangan digital yang tersedia. Tingkat literasi keuangan yang baik dapat membantu individu memahami manfaat, risiko, serta cara penggunaan layanan keuangan digital secara bijak sehingga mampu mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Bagi Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital, *Financial Literacy* menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi penerimaan dan penggunaan berbagai layanan keuangan digital, termasuk sistem pembayaran digital (*digital payment*). Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengevaluasi manfaat penggunaan pembayaran digital serta memiliki keyakinan yang lebih tinggi dalam memanfaatkan teknologi keuangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari.

2.2.4.1 Tujuan *Financial Literacy*

Financial Literacy memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat sehingga dapat mencapai kesejahteraan keuangan yang berkelanjutan. Tingkat literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang untuk menggunakan sumber daya keuangan secara lebih efektif, menghindari kesalahan dalam pengelolaan

keuangan, serta mampu merencanakan kebutuhan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2025), peningkatan literasi keuangan bertujuan untuk mendorong masyarakat agar memiliki pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan secara bijak. Literasi keuangan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memilih produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, memahami manfaat dan risiko produk keuangan, serta terhindar dari berbagai bentuk penyalahgunaan atau penipuan keuangan.

Lusardi dan Mitchell (2014) menjelaskan bahwa *Financial Literacy* bertujuan membantu individu dalam membuat keputusan keuangan yang lebih rasional dan efektif, terutama yang berkaitan dengan kegiatan menabung, investasi, pengelolaan utang, serta perencanaan keuangan masa depan. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola keuangan secara bertanggung jawab dibandingkan individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah.

Dalam konteks perkembangan teknologi keuangan, *Financial Literacy* juga bertujuan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memahami dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara optimal. Pemahaman yang baik mengenai produk dan layanan keuangan digital memungkinkan pengguna untuk memanfaatkan teknologi keuangan secara lebih aman, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan finansialnya.

Bagi Generasi Z, *Financial Literacy* memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih baik di tengah pesatnya perkembangan pembayaran digital. Tingkat literasi keuangan yang baik dapat membantu Generasi Z memahami manfaat penggunaan pembayaran digital, meningkatkan keyakinan dalam bertransaksi secara digital, serta mendukung terbentuknya *Intention* dan *Digital Payment Usage Behavior* yang lebih positif.

2.2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Financial Literacy*

Financial Literacy setiap individu dapat berbeda-beda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan karakteristik individu, lingkungan sosial, tingkat pendidikan, serta pengalaman dalam mengelola keuangan. Faktor-faktor tersebut berperan dalam membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan seseorang sehingga memengaruhi tingkat literasi keuangan yang dimiliki.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2025), tingkat literasi keuangan masyarakat dipengaruhi oleh akses terhadap informasi keuangan, tingkat pendidikan, pengalaman penggunaan produk dan layanan keuangan, serta kemampuan individu dalam memahami informasi yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Semakin banyak informasi dan pengalaman yang dimiliki seseorang mengenai keuangan, semakin tinggi pula tingkat literasi keuangannya.

Chen dan Volpe (1998) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi *Financial Literacy*, yaitu usia, tingkat pendidikan, bidang pendidikan yang ditempuh, pengalaman kerja, serta pengalaman dalam mengelola keuangan. Individu yang memiliki latar belakang pendidikan yang

berkaitan dengan ekonomi atau keuangan umumnya memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih baik dibandingkan individu yang tidak memiliki latar belakang tersebut.

Lusardi dan Mitchell (2014) menyatakan bahwa pengalaman keuangan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan literasi keuangan. Pengalaman menggunakan produk keuangan, seperti tabungan, investasi, kartu pembayaran, maupun layanan keuangan digital, dapat membantu individu memahami konsep-konsep keuangan secara lebih baik sehingga mampu mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional.

Selain itu, perkembangan teknologi digital turut memengaruhi tingkat *Financial Literacy* masyarakat. Kemudahan akses informasi melalui internet memungkinkan individu memperoleh berbagai pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan, investasi, serta penggunaan layanan keuangan digital. Namun demikian, kemudahan akses informasi tersebut juga menuntut kemampuan individu untuk menyaring dan memahami informasi keuangan secara tepat agar tidak menimbulkan kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan.

2.2.4.3 Dimensi *Financial Literacy*

Financial Literacy merupakan konsep multidimensional yang tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai keuangan, tetapi juga sikap dan perilaku individu dalam mengelola keuangan. Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD, 2023), *Financial Literacy* terdiri atas tiga dimensi utama, yaitu financial knowledge, financial attitude, dan financial behavior.

Ketiga dimensi tersebut saling berkaitan dalam membentuk kemampuan individu untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat dan bertanggung jawab.

1. *Financial Knowledge*

Financial knowledge merupakan pemahaman individu mengenai konsep-konsep dasar keuangan yang diperlukan dalam pengambilan keputusan keuangan. Dimensi ini mencakup pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan, tabungan, investasi, risiko keuangan, serta pemahaman terhadap berbagai produk dan layanan keuangan yang tersedia. Tingkat *financial knowledge* yang baik memungkinkan individu untuk memahami manfaat dan risiko suatu produk keuangan sehingga dapat memilih layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan keuangannya.

Dalam konteks pembayaran digital, *financial knowledge* membantu individu memahami cara kerja layanan pembayaran digital, manfaat penggunaan teknologi keuangan, serta risiko yang mungkin muncul dalam penggunaannya.

2. *Financial Attitude*

Financial attitude merupakan sikap, pandangan, dan kecenderungan individu terhadap pengelolaan keuangan. Dimensi ini berkaitan dengan bagaimana seseorang memandang pentingnya perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, kebiasaan menabung, serta tanggung jawab dalam mengelola keuangan pribadi.

Individu yang memiliki *financial attitude* yang positif cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan uang, memiliki orientasi terhadap perencanaan keuangan jangka panjang, serta lebih bijaksana dalam mengambil keputusan

keuangan. Sikap keuangan yang baik juga dapat mendorong individu untuk memanfaatkan layanan keuangan digital secara lebih bertanggung jawab.

3. *Financial Behavior*

Financial behavior merupakan tindakan nyata yang dilakukan individu dalam mengelola keuangannya sehari-hari. Dimensi ini mencerminkan penerapan pengetahuan dan sikap keuangan dalam bentuk perilaku yang dapat diamati, seperti kebiasaan menabung, membuat anggaran, mengendalikan pengeluaran, membayar kewajiban tepat waktu, serta melakukan perencanaan keuangan.

Financial behavior yang baik menunjukkan kemampuan individu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif dan bertanggung jawab. Dalam era digital, perilaku keuangan yang baik juga tercermin dari kemampuan individu memanfaatkan layanan pembayaran digital secara bijak, aman, dan sesuai dengan kebutuhan transaksi yang dimiliki.

2.2.5 *Intention*

Intention atau niat merupakan kecenderungan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu yang mencerminkan keinginan dan kesiapan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Semakin tinggi tingkat *Intention* yang dimiliki individu, semakin besar kemungkinan individu tersebut akan merealisasikan perilaku yang diinginkan. Dalam konteks penggunaan pembayaran digital, *behavioral Intention* menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi dan menggunakan layanan pembayaran digital (Ullah et al., 2022).

Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Intention* dipandang sebagai faktor yang secara langsung memengaruhi perilaku individu. Menurut Ajzen (1991), *Intention* mencerminkan seberapa besar usaha yang bersedia dilakukan seseorang untuk melaksanakan suatu tindakan serta menunjukkan tingkat kesiapan individu dalam mewujudkan perilaku tertentu. Oleh karena itu, semakin kuat niat yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut akan diwujudkan dalam tindakan nyata.

Dalam penggunaan teknologi pembayaran digital, *Intention* menggambarkan keinginan pengguna untuk memanfaatkan layanan pembayaran digital dalam aktivitas transaksi. Individu yang memiliki *Intention* tinggi cenderung menunjukkan perilaku penggunaan pembayaran digital yang lebih tinggi dibandingkan individu yang memiliki *Intention* rendah. Penelitian Ullah et al. (2022) menunjukkan bahwa *behavioral Intention* merupakan prediktor penting yang memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *Intention* digunakan sebagai variabel intervening yang menjembatani pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior*.

2.2.5.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori perilaku yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu tidak terjadi secara spontan, melainkan didahului oleh adanya niat (*Intention*) untuk melakukan

perilaku tersebut. Dalam model TPB, *Intention* dipandang sebagai faktor utama yang memengaruhi perilaku aktual seseorang.

Menurut Ajzen (1991), *Intention* dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norm* (norma subjektif), dan *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku). Ketiga komponen tersebut secara bersama-sama membentuk niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu.

1. *Attitude Toward Behavior* (Sikap terhadap Perilaku)

Attitude toward behavior merupakan evaluasi individu terhadap suatu perilaku, apakah perilaku tersebut dianggap memberikan manfaat atau justru menimbulkan kerugian. Sikap yang positif terhadap suatu perilaku akan meningkatkan kecenderungan individu untuk melakukan perilaku tersebut.

Dalam konteks pembayaran digital, pengguna yang memandang pembayaran digital sebagai metode transaksi yang praktis, cepat, aman, dan efisien cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan pembayaran digital dibandingkan individu yang memiliki persepsi negatif terhadap layanan tersebut.

2. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Subjective norm merupakan persepsi individu mengenai tekanan sosial atau pengaruh dari lingkungan sekitar yang mendorong atau menghambat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Pengaruh tersebut dapat berasal dari keluarga, teman, rekan kerja, maupun kelompok sosial lainnya.

Dalam penggunaan pembayaran digital, norma subjektif dapat terlihat ketika seseorang terdorong menggunakan pembayaran digital karena lingkungan sosialnya juga menggunakan metode pembayaran yang sama. Semakin besar dukungan sosial yang diterima, semakin tinggi kecenderungan individu untuk memiliki niat menggunakan pembayaran digital.

3. *Perceived Behavioral Control* (Persepsi Kontrol Perilaku)

Perceived behavioral control merupakan persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Komponen ini berkaitan dengan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dan sumber daya yang dimiliki untuk melaksanakan perilaku tertentu.

Dalam konteks pembayaran digital, *perceived behavioral control* dapat tercermin dari kemampuan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi pembayaran digital, memahami fitur-fitur yang tersedia, serta memiliki akses terhadap perangkat dan jaringan internet yang memadai. Semakin tinggi tingkat kontrol yang dirasakan individu, semakin besar kemungkinan individu memiliki niat untuk menggunakan pembayaran digital.

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap suatu perilaku, semakin besar dukungan sosial yang diterima, dan semakin tinggi persepsi kontrol perilaku yang dimiliki, maka semakin kuat pula *Intention* yang terbentuk. *Intention* tersebut selanjutnya akan meningkatkan kemungkinan munculnya perilaku aktual.

Dalam penelitian ini, *Theory of Planned Behavior* digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan proses terbentuknya

perilaku individu melalui niat (*Intention*) sebagai prediktor utama perilaku aktual. Dalam konteks penggunaan pembayaran digital, seseorang yang memiliki tingkat *financial literacy* yang baik cenderung memiliki pemahaman mengenai manfaat, risiko, dan pengelolaan keuangan sehingga dapat membentuk niat (*Intention*) untuk menggunakan pembayaran digital. Niat tersebut selanjutnya akan memengaruhi perilaku aktual individu dalam menggunakan pembayaran digital (*digital payment usage behavior*). Oleh karena itu, TPB dinilai relevan sebagai dasar teoritis dalam menjelaskan hubungan antara *financial literacy*, *Intention*, dan *digital payment usage behavior* pada Generasi Z.

Selain itu, penggunaan *Intention* sebagai variabel intervening dalam penelitian ini didasarkan pada TPB yang menempatkan niat sebagai faktor yang menjembatani pengaruh berbagai faktor individu terhadap terbentuknya perilaku aktual. Dengan demikian, TPB memberikan landasan teoritis yang kuat dalam menjelaskan mekanisme pengaruh *financial literacy* terhadap *digital payment usage behavior* melalui *Intention*.

2.2.5.2 Dimensi *Intention*

Intention merupakan kecenderungan atau keinginan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu di masa yang akan datang. Dalam penelitian mengenai penerimaan dan penggunaan teknologi, *Intention* sering digunakan sebagai indikator utama yang dapat memprediksi perilaku aktual pengguna. Semakin tinggi tingkat *Intention* yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut akan mewujudkan perilaku yang dimaksud.

Menurut Ajzen (1991), *Intention* mencerminkan tingkat kesiapan individu untuk melakukan suatu tindakan dan menjadi faktor yang paling dekat dengan perilaku aktual. Dalam konteks penggunaan pembayaran digital, *Intention* menunjukkan sejauh mana seseorang memiliki keinginan, preferensi, rencana, dan komitmen untuk menggunakan layanan pembayaran digital dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Berdasarkan konsep *Intention* yang dikemukakan dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) serta penelitian-penelitian terdahulu mengenai adopsi teknologi keuangan digital, dimensi *Intention* dalam penelitian ini terdiri atas empat dimensi sebagai berikut:

1. Keinginan Menggunakan Pembayaran Digital

Dimensi ini menunjukkan tingkat keinginan individu untuk menggunakan pembayaran digital sebagai sarana transaksi. Keinginan tersebut mencerminkan ketertarikan dan minat individu terhadap penggunaan teknologi pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari.

Individu yang memiliki keinginan tinggi terhadap penggunaan pembayaran digital cenderung lebih terbuka terhadap perkembangan teknologi keuangan dan lebih bersedia mencoba berbagai layanan pembayaran digital yang tersedia.

2. Preferensi terhadap Pembayaran Digital

Preferensi terhadap pembayaran digital menggambarkan kecenderungan individu untuk memilih pembayaran digital dibandingkan metode pembayaran lainnya. Preferensi ini muncul sebagai hasil evaluasi individu terhadap

manfaat, kemudahan, keamanan, dan efisiensi yang ditawarkan oleh pembayaran digital.

Semakin tinggi preferensi seseorang terhadap pembayaran digital, semakin besar kecenderungannya untuk menjadikan pembayaran digital sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi.

3. Rencana Menggunakan Pembayaran Digital di Masa Mendatang

Dimensi ini menunjukkan adanya perencanaan atau niat yang lebih spesifik untuk menggunakan pembayaran digital pada waktu yang akan datang. Rencana penggunaan mencerminkan tingkat kesiapan individu dalam mempertahankan atau meningkatkan penggunaan pembayaran digital.

Individu yang memiliki rencana penggunaan yang kuat biasanya telah memiliki keyakinan terhadap manfaat pembayaran digital sehingga berkeinginan untuk terus menggunakannya dalam berbagai aktivitas transaksi.

4. Kesiediaan untuk Terus Menggunakan Pembayaran Digital

Kesiediaan untuk terus menggunakan pembayaran digital mencerminkan komitmen individu dalam mempertahankan penggunaan layanan pembayaran digital secara berkelanjutan. Dimensi ini menunjukkan sejauh mana pengguna bersedia menjadikan pembayaran digital sebagai bagian dari kebiasaan transaksi sehari-hari.

Kesiediaan yang tinggi menunjukkan bahwa individu merasa puas terhadap layanan yang digunakan dan memiliki keyakinan bahwa pembayaran digital memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan transaksi mereka.

2.2.6 *Digital Payment Usage Behavior*

Digital Payment Usage Behavior merupakan perilaku aktual individu dalam menggunakan layanan pembayaran digital untuk melakukan transaksi keuangan. Perilaku ini mencerminkan bagaimana seseorang memanfaatkan teknologi pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari, baik untuk pembayaran barang dan jasa, transfer dana, maupun berbagai transaksi lainnya yang dilakukan secara elektronik.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola transaksi masyarakat dari penggunaan uang tunai menuju sistem pembayaran yang lebih modern dan berbasis teknologi. Kehadiran berbagai layanan pembayaran digital seperti *e-wallet*, *mobile banking*, QRIS, dan aplikasi pembayaran lainnya memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam melakukan transaksi. Kondisi tersebut menjadikan pembayaran digital sebagai salah satu instrumen penting dalam ekosistem ekonomi digital.

Menurut Bank Indonesia (2026), pembayaran digital merupakan sistem pembayaran yang memanfaatkan teknologi elektronik dalam memproses transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai secara fisik. Sistem ini memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat, praktis, aman, dan dapat diakses kapan saja melalui perangkat digital yang terhubung dengan jaringan internet.

Usman et al. (2025) menjelaskan bahwa *Digital Payment Usage Behavior* merupakan perilaku aktual pengguna dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital yang ditunjukkan melalui penggunaan teknologi pembayaran digital dalam berbagai aktivitas transaksi. Perilaku penggunaan tersebut dipengaruhi oleh

berbagai faktor, termasuk tingkat *Financial Literacy* yang dimiliki pengguna serta *Intention* untuk menggunakan pembayaran digital.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku penggunaan pembayaran digital merupakan bentuk realisasi dari *Intention* yang telah terbentuk sebelumnya. Individu yang memiliki *Intention* tinggi untuk menggunakan pembayaran digital cenderung menunjukkan perilaku penggunaan yang lebih sering, lebih intensif, dan lebih konsisten dibandingkan individu yang memiliki *Intention* rendah. Dengan demikian, *Intention* berperan sebagai faktor yang mendorong munculnya perilaku penggunaan pembayaran digital secara nyata.

Selain dipengaruhi oleh *Intention*, *Digital Payment Usage Behavior* juga berkaitan dengan tingkat *Financial Literacy* pengguna. Individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami manfaat, risiko, serta cara penggunaan layanan pembayaran digital secara efektif. Pemahaman tersebut dapat meningkatkan keyakinan pengguna dalam memanfaatkan teknologi keuangan sehingga mendorong terbentuknya perilaku penggunaan pembayaran digital yang lebih optimal.

2.2.6.1 Dimensi *Digital Payment Usage Behavior*

Digital Payment Usage Behavior menggambarkan perilaku aktual individu dalam menggunakan layanan pembayaran digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Perilaku penggunaan tidak hanya menunjukkan apakah seseorang menggunakan pembayaran digital atau tidak, tetapi juga mencerminkan tingkat penggunaan, kebiasaan, serta preferensi individu terhadap metode pembayaran digital dibandingkan metode pembayaran lainnya.

Menurut Usman et al. (2025), perilaku penggunaan pembayaran digital dapat dilihat dari tingkat pemanfaatan layanan pembayaran digital dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Semakin tinggi penggunaan yang ditunjukkan oleh individu, semakin besar tingkat adopsi teknologi pembayaran digital yang dimilikinya. Dalam penelitian ini, *Digital Payment Usage Behavior* diukur melalui empat dimensi utama sebagai berikut:

1. Frekuensi Penggunaan Pembayaran Digital

Frekuensi penggunaan menunjukkan seberapa sering individu menggunakan layanan pembayaran digital dalam melakukan transaksi. Dimensi ini menggambarkan tingkat keterlibatan pengguna dalam memanfaatkan pembayaran digital untuk berbagai kebutuhan transaksi.

Semakin sering seseorang menggunakan pembayaran digital, semakin tinggi tingkat penerimaan dan pemanfaatan teknologi pembayaran digital dalam kehidupannya. Frekuensi penggunaan juga dapat mencerminkan tingkat kenyamanan pengguna terhadap layanan yang digunakan.

2. Intensitas Penggunaan Pembayaran Digital

Intensitas penggunaan menggambarkan tingkat penggunaan pembayaran digital dalam berbagai jenis aktivitas transaksi. Dimensi ini tidak hanya berkaitan dengan seberapa sering pembayaran digital digunakan, tetapi juga seberapa besar ketergantungan individu terhadap metode pembayaran tersebut. Pengguna dengan intensitas penggunaan yang tinggi cenderung memanfaatkan pembayaran digital dalam berbagai kebutuhan transaksi, baik untuk

pembayaran kebutuhan sehari-hari, belanja daring, pembayaran tagihan, maupun aktivitas keuangan lainnya.

3. Penggunaan Pembayaran Digital dalam Aktivitas Sehari-hari

Dimensi ini menunjukkan sejauh mana pembayaran digital telah menjadi bagian dari rutinitas transaksi pengguna. Pembayaran digital yang digunakan secara konsisten dalam aktivitas sehari-hari mencerminkan tingkat adopsi teknologi yang lebih tinggi dibandingkan penggunaan yang bersifat sesekali.

Penggunaan yang berkelanjutan menunjukkan bahwa individu telah merasakan manfaat pembayaran digital sehingga menjadikannya sebagai salah satu pilihan utama dalam melakukan transaksi.

4. Kecenderungan Memilih Pembayaran Digital Dibandingkan Metode Pembayaran Lain

Dimensi ini menggambarkan preferensi pengguna dalam memilih metode pembayaran. Individu yang memiliki kecenderungan tinggi terhadap pembayaran digital akan lebih memilih menggunakan pembayaran digital dibandingkan uang tunai atau metode pembayaran konvensional lainnya ketika tersedia beberapa alternatif pembayaran.

Kecenderungan tersebut menunjukkan tingkat kepercayaan, kenyamanan, dan persepsi manfaat yang dirasakan pengguna terhadap layanan pembayaran digital yang digunakan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu bagian penting dalam penyusunan penelitian karena berfungsi sebagai dasar pembandingan serta referensi

dalam mengembangkan penelitian yang dilakukan. Melalui kajian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti dapat memahami perkembangan penelitian terkait, menemukan kesenjangan penelitian (*research gap*), serta memperkuat landasan teoritis yang digunakan. Penelitian terdahulu yang dipilih dalam penelitian ini berkaitan dengan *Financial Literacy*, *Intention*, adopsi dan penggunaan pembayaran digital (*digital payment*), serta perilaku penggunaan pembayaran digital (*Digital Payment Usage Behavior*) yang relevan dengan fokus penelitian mengenai pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* dengan *Intention* sebagai variabel intervening pada Generasi Z di Kota Bandung. Adapun ringkasan penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2. 1 berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Usman, Rianto, & Aujirapongpan (2025) " <i>Digital Payment Adoption: A Revisit on the Theory of Planned Behavior among the Young Generation</i> ".	Penelitian kuantitatif menggunakan SEM-PLS.	<i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif terhadap <i>Intention</i> dan digital payment adoption. <i>Intention</i> juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> 2. Membahas <i>Intention</i> . 3. Membahas penggunaan pembayaran digital	1. Menggunakan kerangka TPB secara penuh. 2. Tidak berfokus pada Generasi Z di Kota Bandung. 3. Tidak menggunakan <i>Intention</i> sebagai variabel intervening secara spesifik..

No	Judul dan Nama Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			pembayaran digital.		
2	Ullah et al. (2022) " <i>Consumers' Intention to Adopt Mobile Payment/Mobile Banking: The Role of Financial Skills and Digital Literacy</i> "	Penelitian kuantitatif dengan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).	<i>Financial Literacy</i> dan digital literacy berpengaruh positif terhadap <i>Intention</i> dalam menggunakan layanan mobile payment dan mobile banking.	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas <i>Intention</i> penggunaan layanan pembayaran digital.	1. Objek penelitian pengguna mobile banking dan mobile payment secara umum. 2. Tidak meneliti <i>Digital Payment Usage Behavior</i> . 3. Tidak berfokus pada Generasi Z.
3	Chanafaro & Sari (2024) "Determinan Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital: Peran Niat sebagai Mediasi Literasi Keuangan"	Penelitian kuantitatif menggunakan SEM-PLS.	<i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital melalui <i>Intention</i> .	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas <i>Intention</i> sebagai variabel mediasi. 3. Membahas pembayaran digital.	1. Tidak berfokus pada Generasi Z. 2. Tidak menggunakan <i>Digital Payment Usage Behavior</i> sebagai variabel dependen secara spesifik.
4	Tarigan et al. (2025) " <i>The Effect of Financial Literacy, Subjective Norms, and Perceived Behavioral</i> "	Penelitian kuantitatif dengan SEM-PLS.	<i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif terhadap <i>Intention</i> dan penggunaan	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas <i>Intention</i> sebagai variabel mediasi.	1. Objek penelitian pengguna GoPay. 2. Menggunakan variabel TPB lainnya.

No	Judul dan Nama Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Control on the Use of GoPay Digital Wallet with Intention as a Mediation Variable"</i>		dompet digital GoPay.	3. Membahas penggunaan pembayaran digital.	3.Tidak berfokus pada Generasi Z Kota Bandung.
5	Tirtha et al. (2025) <i>"The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Digital Financial Literacy on Use Behavior in Digital Payment"</i>	Penelitian kuantitatif menggunakan PLS-SEM.	Digital <i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran digital.	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas <i>Digital Payment Usage Behavior</i> .	1.Tidak menggunakan <i>Intention</i> 2.Menambahkan <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> .
6	Jaya et al. (2024) <i>"Analysis of Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Behavior Intention in Digital Payment on Generation Z in Sukabumi City"</i>	Penelitian kuantitatif dengan SEM-PLS.	<i>Perceived ease of use</i> dan <i>perceived enjoyment</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavior Intention</i> penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z.	1. Membahas <i>Intention</i> . 2. Membahas pembayaran digital. 3. Objek Generasi Z.	1. Tidak membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Tidak menguji <i>Digital Payment Usage Behavior</i> .
7	Adawiyah & Widiastuti (2026) (2025) <i>"The Influence of Social, Lifestyle,</i>	Penelitian kuantitatif menggunakan regresi linier berganda.	Digital <i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif terhadap	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas penggunaan	1. Tidak menggunakan <i>Intention</i> sebagai variabel intervening.

No	Judul dan Nama Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Digital Financial Literacy, and Ease of Use on Digital Payment Use Among Gen Z"</i>		penggunaan pembayaran digital pada Generasi Z.	pembayaran digital. 3. Objek Generasi Z.	2. Menambahkan variabel gaya hidup dan faktor sosial.
8	Anisah & Parulian (2026) " <i>Financial Literacy and Digital Payment Adoption as Determinants of Investment Intention</i> ".	Penelitian kuantitatif dengan SEM.	<i>Financial Literacy</i> dan penggunaan pembayaran digital berpengaruh terhadap <i>investment Intention</i> .	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas <i>Intention</i> .	1. Variabel dependen berupa <i>investment Intention</i> . 2. Tidak membahas <i>Digital Payment Usage Behavior</i> .
9	Teguh et al. (2024) "Peran Digital <i>Financial Literacy</i> dalam Memoderasi Pengaruh Digital Payments terhadap <i>Spending Behavior</i> Generasi Milenial"	Penelitian kuantitatif menggunakan <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).	Digital <i>Financial Literacy</i> memperkuat pengaruh penggunaan pembayaran digital terhadap perilaku pengeluaran.	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas penggunaan pembayaran digital.	1. Objek penelitian Generasi Milenial. 2. Tidak menggunakan <i>Intention</i> sebagai variabel intervening.
10	Permana et al. (2024) " <i>Financial Knowledge dan Gaya Hidup dalam Mengukur Financial Behaviour Generasi Z dari</i>	Penelitian kuantitatif menggunakan regresi linier.	Financial knowledge berpengaruh positif terhadap financial behavior pengguna	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas Generasi Z. 3. Membahas penggunaan	1. Tidak menggunakan <i>Intention</i> sebagai variabel intervening. 2. Fokus pada financial behavior.

No	Judul dan Nama Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Perspektif Penggunaan <i>Mobile Payment</i> ".		mobile payment.	pembayaran digital.	
11	Sunaryanto & Priyono (2025) "Integrasi TAM dan TPB terhadap Penerimaan QRIS pada Generasi Muda"	Penelitian kuantitatif dengan SEM-PLS.	<i>Intention</i> menjadi faktor utama yang memengaruhi penggunaan QRIS pada generasi muda.	1. Membahas <i>Intention</i> . 2. Membahas pembayaran digital.	1. Menggunakan QRIS sebagai objek penelitian. 2. Tidak membahas <i>Financial Literacy</i> .
12	Yani et al. (2026) " <i>Financial Literacy and Perceived Ease of QRIS Use in the Cashless Era</i> "	Penelitian kuantitatif dengan regresi berganda.	<i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif terhadap penggunaan QRIS.	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas ppembayaran digital.	1. Objek penelitian QRIS. 2. Tidak menggunakan <i>Intention</i>
13	Pramusinto, Nurkhin, Kardoyo, Setiaji, & Puspadinigrum (2023) " <i>The Determinants of Student's Intention to Use Digital Wallet</i> "	Penelitian kuantitatif menggunakan SEM.	<i>Intention</i> terbukti berpengaruh positif terhadap penggunaan digital wallet pada mahasiswa.	1. Membahas <i>Intention</i> . 2. Membahas pembayaran digital.	1. Fokus pada mahasiswa. 2. Tidak membahas <i>Financial Literacy</i> .
14	Pratama et al. (2026) " <i>The Influence of Lifestyle and Financial Literacy on the Use of</i> "	Penelitian kuantitatif menggunakan regresi linier berganda.	<i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif terhadap penggunaan pembayaran	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas penggunaan pembayaran digital.	1. Objek penelitian mahasiswa. 2. Tidak menggunakan <i>Intention</i>

No	Judul dan Nama Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Digital Payment Among Students"</i>		digital mahasiswa.		sebagai variabel intervening.
15	Aini et al. (2026) "Pengaruh Digital Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Mediasi"	Penelitian kuantitatif menggunakan SEM-PLS.	Literasi keuangan dan penggunaan pembayaran digital memengaruhi perilaku konsumtif pengguna.	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas pembayaran digital.	1. Variabel dependen berupa perilaku konsumtif. 2. Tidak menggunakan <i>Intention</i> sebagai variabel intervening.
16	Paramita & Cahyadi (2024)" <i>The Determinants of Behavioral Intention and Use Behavior of QRIS as Digital Payment Method Using Extended UTAUT Model</i> "	Kuantitatif menggunakan SEM-PLS terhadap pengguna QRIS di Jabodetabek.	Behavioral <i>Intention</i> terbukti berpengaruh signifikan terhadap use behavior QRIS sebagai metode pembayaran digital.	1. Membahas <i>Intention</i> . 2. Membahas <i>Digital Payment Usage Behavior</i> .	1. Menggunakan model UTAUT. 2. Tidak membahas <i>Financial Literacy</i> . 3. Tidak berfokus pada Generasi Z.
17	Sholihah & Nurhapsari (2023) "Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan Technology	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan TAM.	<i>Perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh terhadap <i>Intention</i> menggunakan QRIS.	1. Membahas <i>Intention</i> . 2. Membahas pembayaran digital.	1. Objek penelitian UMKM. 2. Menggunakan TAM. 3. Tidak menguji <i>Digital Payment Usage Behavior</i> .

No	Judul dan Nama Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Acceptance Model"</i>				
18	Saripudin et al. (2023) "Exploring the Factors Influencing the Adoption of QRIS as a Digital Payment in Indonesia"	Kuantitatif menggunakan SEM.	<i>Attitude, ease of use, subjective norms, dan Intention</i> berpengaruh terhadap adopsi QRIS.	1. Membahas <i>Intention</i> . 2. Membahas pembayaran digital.	1. Tidak membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Fokus pada adopsi QRIS. 3. Tidak menggunakan variabel mediasi.
19	Elsalonika & Ida (2025) "Perilaku Keuangan Generasi Z: Peran Penerapan <i>Financial Technology</i> , Literasi Keuangan, dan Efikasi Diri"	Kuantitatif dengan SmartPLS terhadap 218 responden Generasi Z.	<i>Financial Literacy</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>financial behavior</i> Generasi Z.	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Objek Generasi Z. 3. Menggunakan SEM-PLS.	1. Variabel dependen berupa <i>financial behavior</i> . 2. Tidak membahas <i>Intention</i> . 3. Tidak fokus pada <i>Digital Payment Usage Behavior</i> .
20	Santika & Yuhasril (2025) "Pengaruh <i>Digital Payment</i> , Literasi Keuangan, dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z".	Kuantitatif menggunakan SEM-PLS terhadap 100 responden Generasi Z.	Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z.	1. Membahas <i>Financial Literacy</i> . 2. Membahas digital payment. 3. Objek Generasi Z.	1. Variabel dependen berupa perilaku keuangan. 2. Tidak menggunakan <i>Intention</i> sebagai variabel intervening.

No	Judul dan Nama Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
					3. Tidak secara khusus mengukur <i>Digital Payment Usage Behavior</i> .

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2.3.1 mengenai penelitian terdahulu di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior* dengan *Intention* sebagai Variabel Intervening pada Generasi Z di Kota Bandung.” Penelitian ini memiliki perbedaan dan keunggulan dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya karena secara khusus memfokuskan pembahasan pada hubungan antara *Financial Literacy*, *Intention*, dan *Digital Payment Usage Behavior* pada Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh dan berkembang di era digital. Sebagian besar penelitian terdahulu hanya menguji pengaruh *Financial Literacy* terhadap penggunaan pembayaran digital atau menguji *Intention* sebagai faktor yang memengaruhi adopsi teknologi pembayaran digital secara terpisah. Sementara itu, penelitian ini menempatkan *Intention* sebagai variabel intervening yang berperan menjelaskan mekanisme bagaimana tingkat *Financial Literacy* dapat memengaruhi perilaku penggunaan pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini secara khusus mengambil objek Generasi Z di Kota Bandung yang dikenal sebagai salah satu kelompok masyarakat dengan tingkat penggunaan teknologi digital dan layanan pembayaran digital yang tinggi. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan

pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *Digital Payment Usage Behavior* serta memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan literasi keuangan dan penggunaan layanan pembayaran digital di era transformasi digital.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan gambaran konseptual yang menjelaskan hubungan antarvariabel berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, *Financial Literacy* dipandang sebagai faktor yang dapat memengaruhi *Intention* dan *Digital Payment Usage Behavior*, sedangkan *Intention* berperan sebagai variabel intervening yang menjembatani hubungan antara *Financial Literacy* dan *Digital Payment Usage Behavior*.

Hubungan antara *Financial Literacy* dan *Intention* didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa niat (*Intention*) merupakan salah satu faktor yang mendahului terbentuknya perilaku. Pengetahuan dan pemahaman individu mengenai aspek keuangan dapat membentuk keyakinan dalam menentukan keputusan penggunaan layanan keuangan. Individu dengan tingkat *financial literacy* yang baik cenderung lebih memahami manfaat, risiko, serta cara menggunakan pembayaran digital sehingga memiliki keyakinan yang lebih baik untuk menggunakan layanan tersebut. Pemahaman tersebut dapat mendorong terbentuknya niat untuk menggunakan pembayaran digital. Hal ini didukung oleh penelitian Ullah et al. (2022) yang menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif terhadap *behavioral Intention* dalam penggunaan layanan pembayaran digital.

Selanjutnya, *Intention* berpengaruh terhadap *Digital Payment Usage Behavior*. Menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), semakin kuat niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut diwujudkan. Dalam konteks pembayaran digital, individu yang memiliki niat kuat untuk menggunakan pembayaran digital akan lebih terdorong untuk menjadikan layanan tersebut sebagai bagian dari aktivitas transaksi sehari-hari. Hasil penelitian Usman et al. (2025) juga membuktikan bahwa *behavioral Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital payment usage behavior*.

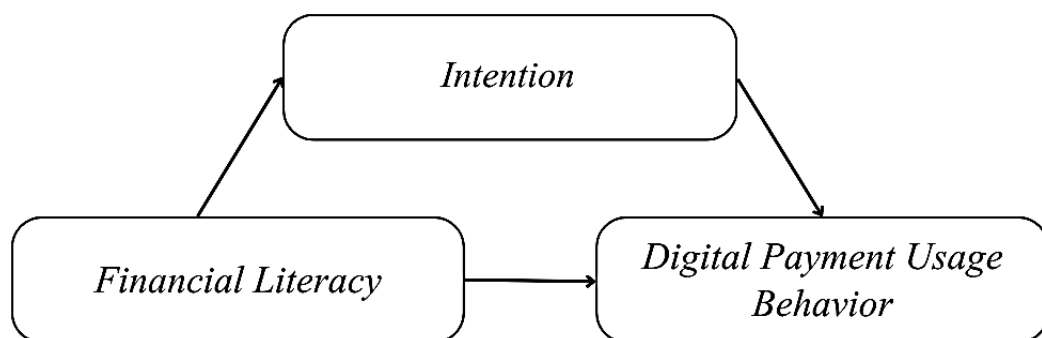
Financial Literacy juga dipandang memiliki pengaruh langsung terhadap *Digital Payment Usage Behavior*. Literasi keuangan yang baik membantu individu memahami fungsi, manfaat, risiko, serta cara penggunaan layanan pembayaran digital. Pemahaman tersebut dapat membuat individu lebih mampu menentukan penggunaan pembayaran digital secara tepat dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Dengan demikian, semakin baik tingkat *financial literacy*, semakin besar kecenderungan individu untuk memanfaatkan pembayaran digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Usman et al. (2025) yang menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif terhadap *digital payment usage behavior*.

Ketiga hubungan tersebut menunjukkan bahwa *Financial Literacy* dapat memengaruhi *Digital Payment Usage Behavior* melalui dua jalur, yaitu secara langsung dan secara tidak langsung melalui *Intention*. *Financial Literacy* dapat membentuk pemahaman dan keyakinan yang mendorong munculnya *Intention*, sedangkan *Intention* selanjutnya mendorong terbentuknya perilaku penggunaan pembayaran digital. Dengan demikian, *Intention* diposisikan sebagai variabel

intervening yang menjelaskan mekanisme pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior*. Peran tersebut didukung oleh penelitian Ullah et al. (2022) yang menunjukkan bahwa *behavioral Intention* menjadi mekanisme yang menghubungkan *financial literacy* dengan perilaku penggunaan pembayaran digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menguji pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Digital Payment Usage Behavior*, baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui *Intention*. Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut.

Gambar 2. 2
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah, 2026

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara mengenai hubungan antarvariabel dalam penelitian yang kebenarannya masih perlu diuji secara empiris melalui proses penelitian. Penyusunan hipotesis didasarkan pada kerangka pemikiran serta teori-teori yang telah diuraikan sebelumnya.

Dalam penelitian ini, *financial literacy* dipandang sebagai faktor yang dapat memengaruhi penggunaan pembayaran digital. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih memahami manfaat, risiko, dan cara penggunaan layanan pembayaran digital sehingga memiliki *Intention* yang lebih tinggi untuk menggunakannya. *Intention* tersebut selanjutnya dapat mendorong terbentuknya *digital payment usage behavior* dalam aktivitas sehari-hari. Selain itu, *financial literacy* juga berpotensi memengaruhi *digital payment usage behavior* secara langsung melalui kemampuan individu dalam memanfaatkan layanan pembayaran digital secara tepat.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Intention*.
- H2 : *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Digital Payment Usage Behavior*.
- H3 : *Intention* berpengaruh terhadap *Digital Payment Usage Behavior*.
- H4 : *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Digital Payment Usage Behavior* melalui *Intention* sebagai variabel intervening.