

**ANALISIS PENGARUH MINAT TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI
GENERASI Z PADA PLATFORM FINTECH**

(Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta)

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Alifia Pramitha Sary

Nomor Mahasiswa : 20313311

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

2024

ANALISIS PENGARUH MINAT TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI
GENERASI Z PADA *PLATFORM* FINTECH

(Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
Sarjana jenjang Strata 1 Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Oleh:

Nama : Alifia Pramitha Sary

Nomor Mahasiswa : 20313311

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 15 Agustus 2024



Alifia Pramitha Sary

PENGESAHAN SKRIPSI

Analisis Pengaruh Minat terhadap Keputusan Investasi Generasi Z pada *Platform*
Fintech

(Studi pada Mahasiswa Yogyakarta)

Nama : Alifia Pramitha Sary

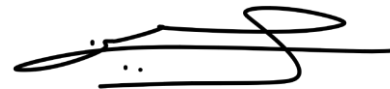
Nomor Mahasiswa : 20313311

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 20 Agustus 2024

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Priyonggo Suseno, S.E., M.Sc. Ph.D

NIK: 953130101

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

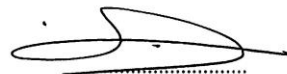
**Analisis Fenomena Financial Crunch Pada Penyaluran Pembiayaan Bank Syariah Indonesia Terhadap
Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Klaten.**

Disusun oleh : ALIFIA PRAMITHA SARY

Nomor Mahasiswa : 20313311

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 03 September 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Priyonggo Suseno, SE., M.Sc., Ph.D



Penguji : Dr. Rokhedi Priyo Santoso, SE., MIDEc.



Mengetahui
Dean Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.



MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al Insyirah: 5-6)

"Terkadang, kesulitan harus kamu rasakan terlebih dulu sebelum kebahagiaan yang sempurna datang kepadamu."

(R. A. Kartini)

"Tak ada kemudahan tanpa ketaatan kepada Allah."

(Ust Hanan Ataki)

"Sesungguhnya pertolongan akan datang bersama kesabaran."

(HR. Ahmad)

PERSEMBAHAN

Untuk segala rasa syukur yang mendalam, penulis panjatkan kepada Allah SWT atas seluruh karunianya-Nya dan Nabi Muhammad SAW, juga para Sahabat serta pengikutnya hingga di akhir zaman sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik dan benar. Penulis persembahkan karya tugas akhir ini untuk kedua orang tua serta kedua adik penulis yang telah memberikan semangat dan selalu mendukung dengan positif sehingga penulis tetap mengerjakan skripsi ini dengan lancar. Untuk teman-teman penulis angkatan 2020 yang selalu saling menyemangati satu sama lain. Dan karya ini penulis persembahkan untuk diri penulis sendiri karna mampu menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin.

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT saya panjatkan atas rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat disertai salam selalu saya curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, dan juga para sahabat serta pengikutnya hingga di akhir zaman sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik dan benar. Skripsi ini diseseun untuk memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Islam Indonesia, dengan judul skripsi **“ANALISIS PENGARUH MINAT TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI GEN Z PADA PLATFORM FINANCIAL TECHNOLOGY (Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta)”**.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak luput dari doa, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak yang ikut serta membantu penyelesaian skripsi ini. Atas kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T, M.Sc., Ph.D ,Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Dr. Sahabudin Sidiq M.A. Selaku Ketua Jurusan Studi Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Rokhedi Priyo Santoso S.E., MIDEc. Selaku Dosen Penguji Skripsi.

5. Bapak Priyonggo Suseno S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bimbingan selama penulis menyusun skripsi.
6. Seluruh Dosen karyawan/i Program Sarjana Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, yang telah memberikan pengetahuan penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.
7. Bapak Agus Supranowo S.E., M.M. dan Ibu Anik Sariyati, selaku orang tua yang selalu memberikan semangat, doa dan tentunya kasih sayang untuk menunjang penyelesaian skripsi dan studi. Adwinda Juliana difa dan Triyas Rahma Salsabila selaku adik yang selalu memberikan semangat dan dukungannya.
8. Seluruh teman Mahasiswa Sarjana Ilmu Ekonomi Angkatan 2020, serta sahabat selama masa perkuliahan Peppy Ayu Efendamara, M Thariq Basalamah, Widia Hastuti, dan sahabat masa SMA Anna Sofiatul Hidayah dan Defiana Arumtya Sunarya yang selalu memberikan semangat dan dukungan satu sama lain.
9. Semua responden yang telah membantu meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang saya sebar.
10. Dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan telah ikut serta membantu penyelesaian skripsi ini.

Yogyakarta, 20 Agustus 2024

Penulis,



Alifia Pramitha Sar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
BERITA ACARA SKRIPSI	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1. Tujuan Penelitian	7
1.3.2. Manfaat Penelitian	8
1.4. Batasan Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	11
2.1. Kajian pustaka	11
2.2. Landasan Teori.....	23
2.2.1. <i>Financial Technology</i> dan Karakteristiknya.....	23
2.2.2. Investasi	29
2.2.3. Minat.....	35

2.3. <i>Acceptance Model</i> (TAM).....	36
2.4. Generasi Z	39
2.5. Hipotesis Penelitian.....	40
2.5.1. Persepsi Kemudahan pada minat dan keputusan berinvestasi	40
2.5.2. Persepsi manfaat pada minat dan keputusan berinvestasi	41
2.5.3. Persepsi <i>return</i> pada minat berinvestasi	41
2.5.4. Pengetahuan investasi pada minat dan keputusan berinvestasi	42
2.5.5. Minat berinvestasi pada keputusan investasi	42
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
3.1. Metode Penelitian.....	44
3.2. Pendekatan	44
3.2.1. Pendekatan Deskriptif.....	44
3.2.2. Pendekatan Kuantitatif.....	45
3.3. Definisi Variabel Operasional.....	45
3.3.1. Variabel Eksogen, Endogen dan Mediasi	46
3.4. Populasi, <i>Sample</i> dan Teknik Penentuan Sampling	50
3.5. Instrumen Penelitian.....	51
3.6. Metode Pengumpulan Data	59
3.7. Alat Analisis.....	59
BAB IV	61
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Analisis Deskripsi Data Penelitian	61
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.3. Karakteristik Berdasarkan jenis kelamin	62
4.4. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	63

4.5. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	64
4.6. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Total Perbulan.....	65
4.7. Karakteristik Penggunaan platform <i>financial technology</i>	66
4.8. Karakteristik penggunaan variasi aplikasi.....	66
4.9. Pengujian Validitas dan Realibilitas	68
4.9.1. Uji Validitas.....	68
4.9.2. Uji Realibilitas	73
4.10. Pengujian Hipotesi	75
4.11. Indirect Effect.....	78
4.12. Pengaruh tidak langsung	79
4.13. Analisis Ekonomi	82
BAB V	84
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Implikasi.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Statistik Penggunaan Internet Indonesia Tahun 2018-2024	2
Gambar 2 Jumlah berdasarkan generasi di Indonesia 2024	4
Gambar 3 Pertumbuhan Penggunaan Platform Fintech peer to peer Tahun 2023 di Indonesia	5
Gambar 4 Model TAM	38
Gambar 5 Kerangka Konseptual	42
Gambar 6 Skala Likert	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2.4 Total Jumlah Generasi Z di Indonesia	39
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 3.5 Pertanyaan Kuesioner Persepsi Kemudahan	52
Tabel 3.6 Pertanyaan Kuesioner Persepsi <i>Return</i>	53
Tabel 3.7 Pertanyaan Kuesioner Persepsi Manfaat	54
Tabel 3.8 Pertanyaan Kuesioner Pengetahuan Investasi	55
Tabel 3.9 Pertanyaan Kuesioner Minat Investasi	56
Tabel 3.10 Pertanyaan Kuesioner Keputusan Investasi	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	62
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendapatan Total Perbulan	64
Tabel 4.7 Responden Platform Financial Technology	65
Tabel 4.8 Variasi Platform Financial Technology	66
Tabel 4.9.1 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.9.2 Hasil Uji Realibilitas	74
Tabel 4.10 Uji Hipotesis	75
Tabel 4.11 Indirect Effect	77
Tabel 4.12 Uji Pengaruh Tak Langsung	79

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Generasi Z dalam melakukan investasi pada *platform financial technology*. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan generasi lainnya dalam melakukan investasi karena disebut generasi digital. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat dan keputusan dalam berinvestasi pada *financial technology*, Sampel dalam penelitian ini sebanyak 116 responden. Terdapat empat variabel penjelas yang dianalisis dalam penelitian ini, yaitu; persepsi kemudahan, persepsi return, persepsi manfaat, pengetahuan investasi yang diduga mempengaruhi minat dan keputusan berinvestasi. Terdapat 73 responden yang berinvestasi pada fintech dan 43 yang tidak menggunakan fintech. Data yang diolah dalam penelitian ini sejumlah 73 data. Data diolah dengan menggunakan metode SEM-PLS (*Structural Equation Model – Partial Least Square*). Penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan investasi memediasi minat investasi tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Di sisi lain, persepsi tentang kemudahan, return, dan manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat maupun keputusan investasi bagi generasi Z.

Kata kunci: Keputusan Investasi, Minat Investasi, *Financial Technology*, Pengetahuan Investasi, Persepsi Kemudahan, Persepsi *Return*, Persepsi Manfaat.

BAB I

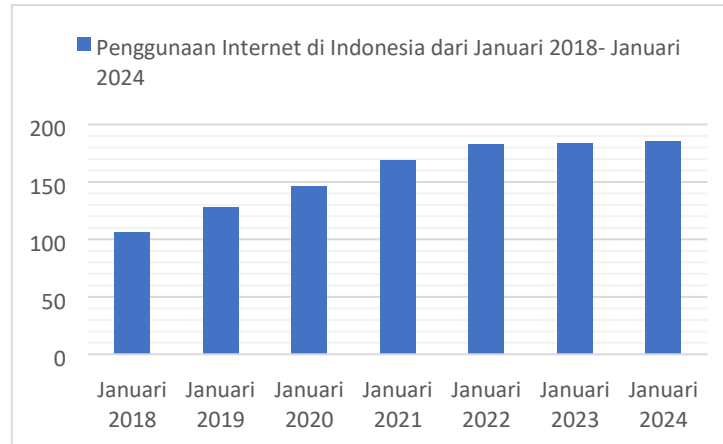
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi di Indonesia berkembang sangat pesat. Perkembangan ini memudahkan masyarakat dalam berbagai kalangan usia terutama generasi Z dapat mengakses media sosial dan melakukan transaksi maupun berinvestasi melalui aplikasi *financial technology* dengan mudah. Berkembangnya *financial technology* secara global memberikan dampak positif berupa ruang bagi para investor untuk dapat berinvestasi secara mudah secara online. Layanan dari platform fintech sangat diperlukan dan membentuk aplikasi teknologi baru yang memiliki potensi pasar yang besar di Indonesia (Justitia et al., 2022). Selain dampak positif, Fintech juga memiliki dampak negatif yaitu memanfaatkan aplikasi fintech untuk melakukan investasi bodong. Investasi ilegal atau investasi penipuan merupakan suatu kegiatan komersial berupa penghimpunan dana dari masyarakat yang melanggar peraturan perbankan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 (Mantulangi, 2017). Berdasarkan data dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan), terdapat 1.001 entitas investasi ilegal di Indonesia dan beberapa masih beroperasi hingga saat ini. Seperti platform fintech yang sudah banyak memakan korban yaitu Binomo. Platform tersebut sudah 75 kali diblokir oleh BAPPEBTI (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi) tetapi tetap bisa lolos dan dapat digunakan oleh masyarakat. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa kemajuan fintech tidak di iringi dengan adanya pengetahuan dan pemahaman mengenai investasi.

Dilansir dari *website we are social*, pada Januari tahun 2024 populasi di Indonesia meningkat sekitar 0,9% pertahunnya yang berarti pada tahun 2024 awal populasi bertambah 74 juta jiwa. Meningkatnya populasi di Indonesia membuat penggunaan maupun pembelian juga mengalami peningkatan, yaitu bertambah 138 juta jiwa

atau 2,5% pertahunnya. Lalu dari meningkatnya populasi dan penggunaan *gadget* berdampak pada peningkatan penggunaan internet dan media sosial. Setiap tahunnya penggunaan internet bertambah 97 juta jiwa atau 1,8% dan juga untuk penggunaan media sosial semingkat 5,6% atau 266 juta jiwa pertahunnya.



Gambar 1 Statistik penggunaan internet di Indonesia Tahun 2018-2024

Sumber: we are social, pada tahun 2018-2024

Berdasarkan gambar diatas, penggunaan internet di Indonesia terus menerus mengalami peningkatan, Pada Januari 2018 masyarakat yang menggunakan internet sebanyak 106 juta jiwa lalu peningkatan sebesar 20,7% pada Januari 2019 menjadi 128 juta jiwa, pada Januari 2020 meningkat sebanyak 146 jiwa atau 13,7%, pada Januari 2021 meningkat sebanyak 169 jiwa atau 16,5%, pada Januari 2022 meningkat menjadi 183 juta jiwa atau mengalami peningkatan sebesar 7,7%, Lalu pada Januari 2023 meningkat menjadi 184 juta jiwa atau meningkat sebesar 0,6% dan pada Januari 2024 meningkat sebanyak 0,8% atau 185 juta jiwa. Dari kondisi kemajuan tersebut, bermunculan perusahaan yang menggunakan sistem *financial technology* (Fintech) sebagai suatu solusi untuk mempermudah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dari jasa layanan keuangan. *Financial technology* diartikan sebagai perusahaan atau industri yang menggunakan teknologi dalam penyampaian keuangannya agar lebih efisien, Sistem ini menawarkan inisiatif baru bagi konsumen

dan produsen dalam melakukan aktivitas peminjaman, pembayaran, pengiriman uang, dan investasi.

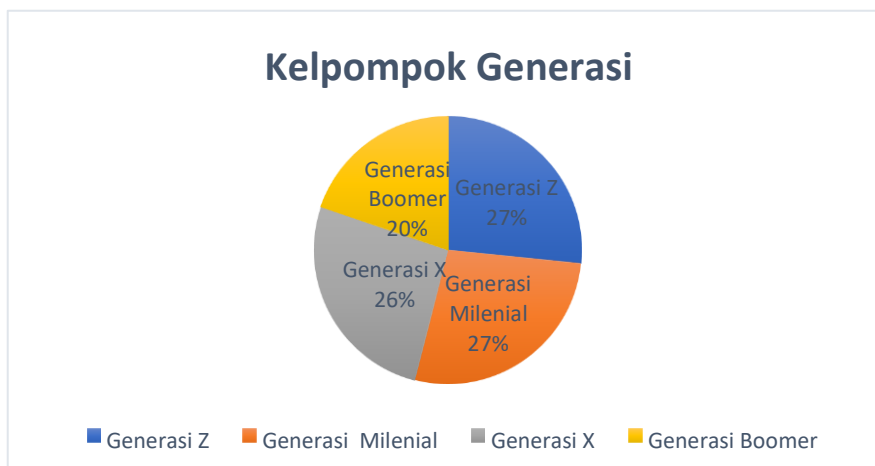
Dilihat dari dampak kemajuan teknologi yang pesat terhadap masyarakat Indonesia, teknologi tersebut juga memberikan dampak positif terhadap aktivitas bisnis seperti melakukan transaksi menggunakan aplikasi *financial technology*. Konsep yang dikembangkan memberikan kemudahan bagi masyarakat. Karena, semula konsep diberlakukan secara tatap muka lalu seiring berjalannya waktu bertransformasi menjadi digital. Hasil dari terbentuknya pemanfaatan teknologi dalam bidang keuangan adalah terciptanya *platform* pinjaman digital yaitu *financial technology*. *Financial technology* memberikan suatu inovasi kepada pemakaian aplikasi pada *platform digital* pelayanan keuangan pengguna dalam semua transaksi yang tersedia.

Financial technology berada di bawah dasar hukum. Bank Indonesia telah mengeluarkan PPBI (Peraturan Bank Indonesia) No.19/12/PBI/2017 mengenai Penyelenggaraan Teknologi Finansial pada tanggal 30 November 2017 dan peraturan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diatur dalam UU Nomor 21 Tahun 2011 dalam mempersiapkan beberapa peraturan untuk mengatur serta mengawasi perkembangan suatu jenis usaha pada sektor jasa keuangan yang mengaplikasikan *Financial Technology* (fintech).

Financial technology atau *P2P Lending* adalah sebuah fasilitas peminjam keuangan yang digunakan untuk mempertemukan pemilik dana dan penerima dana yang sedang memerlukan permodalan dalam usahanya dengan memanfaatkan platform dari *P2P Lending*. Didalam proses operasionalnya, *financial technology* terbagi dua yaitu Konvensional dan Syariah. Adanya perbedaan diantara kedua sistem tersebut. Pada sistem konvensional, terdapat bunga didalamnya, sedangkan pada sistem syariah tidak terdapat bunga serta menghindari adanya gharar dan maysir. Tetapi untuk persamaannya antara kedua sistem tersebut mempertemukan pemilik dan pihak yang membutuhkan modal dengan cara online.

Dari data yang dilampirkan BPS (Badan Pusat Statistik) penduduk Indonesia pada pertengahan tahun 2023 adalah 278.696,2 ribu jiwa. Didalam klasifikasi pertumbuhan di Indonesia didominasi dengan Generasi Z sebanyak 71.509.082 jiwa. Dengan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia memiliki bonus demografi yang sangat bagus apabila generasi-generasi tersebut dapat bermanfaat dengan baik, sehingga pada tahun 2045 bisa menciptakan Indonesia Emas.

Sampel penelitian diambil di Kota Yogyakarta yang memiliki penduduk sebanyak 4.126.444 jiwa karena merupakan kota pelajar yang memiliki kenaikan populasi generasi Z.

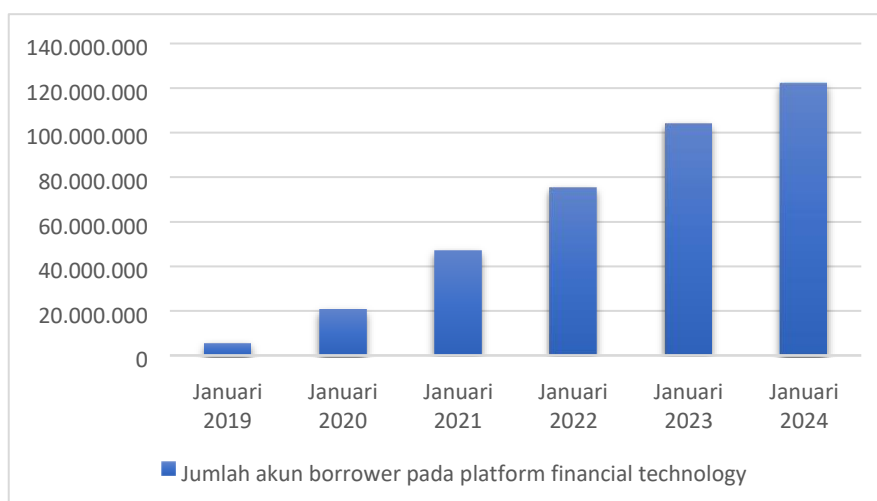


Gambar 2. Jumlah berdasarkan generasi di Indonesia 2024

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024

Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan 2010 yang saat ini berusia 11 sampai 25 tahun. Generasi ini sering di sebut generasi yang dilahirkan pada zaman teknologi dan sering berhubungan dengan *social media*. Generasi Y adalah generasi yang dilahirkan pada tahun 1981 hingga 1996. Generasi X dilahirkan pada tahun 1965 hingga 1980 dan untuk generasi *boomer* dilahirkan pada tahun 1946 hingga 1964.

Sejak dengan kemunculannya Covid-19 yang menjadikan Fintech sebagai peran penting pada generasi Z dalam kehidupan sehari-harinya. Salah satu produk Fintech yang mengalami peningkatan adalah *E-wallet* atau dompet digital yang digunakan untuk melakukan transaksi secara *online* sehingga transaksi *e-commerce* menunjukkan peningkatan dari tahun 2019 sampai 2020. Pada tahun 2020 terdapat kenaikan nominal transaksi *e-commerce* 29,6% dari Rp 205,5 triliun pada 2019 hingga menjadi Rp 266,3 triliun pada tahun 2020.



Gambar 3. Pertumbuhan penggunaan platform fintech lending konvensional dan syariah tahun 2019-2024 di Indonesia

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2023

Gambar diatas adalah rangkuman laporan data statistik OJK pada Januari tahun 2019-2024 terkait minat masyarakat terhadap penggunaan *platform* layanan *fintech lending*. Pertumbuhan pengguna layanan *fintech peer to peer* tersebut cenderung meningkat dengan rata-rata pertumbuhan akun pemberi pinjaman sekitar 20 ribu pengguna. Meningkatnya antusiasme masyarakat pada pelaku pinjaman dikarenakan kebutuhan biaya modal yang lebih mudah mekanismenya dibandingkan dengan pengajuan proposal pada bank umum.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah kerangka teoritis yang memiliki tujuan untuk memperkirakan serta memahami alur bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi informasi baru. Model ini dikembangkan (Davis, 1989) dan sudah sangat banyak digunakan. Komponen utama TAM adalah persepsi manfaat dan sejauh mana masyarakat percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Menurut TAM, kedua faktor persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan dapat melihat sikap pengguna dalam menggunakan. TAM sudah direalisasikan bermacam konteks, termasuk pengenalan sistem *software*, aplikasi seluler, dan teknologi digital lainnya.

Dari beragam penelitian yang telah mengkaji penelitian mengenai pengaruh minat dan keputusan berinvestasi pada fintech telah menyelidiki bagaimana pengaruh minat dan keputusan Generasi Z dipengaruhi faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, persepsi *return*, persepsi manfaat, pengetahuan investasi. Terdapat penelitian yang berpengaruh positif, negatif dan tidak signifikan. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Justitia et al, 2002) membuktikan bahwa pengguna cenderung lebih menentukan keuntungan (*return*) yang didapat ketika berinvestasi dan memiliki pengetahuan investasi. Dan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat pada aplikasi investasi tidak berpengaruh positif terhadap niat generasi y dan z dalam berinvestasi *online*. Maka dapat dilakukan pengkajian kembali apakah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat tidak mempengaruhi generasi Z dalam minat dan pengambilan keputusan berinvestasi pada aplikasi *financial technology* konvensional atau Syariah.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penting untuk diteliti bagaimana peranan generasi Z dalam berinvestasi di Indonesia. Penelitian ini akan difokuskan pada faktor yang mempengaruhi minat serta keputusan, seperti persepsi dan pengetahuan dari generasi Z yang berinvestasi pada *financial technology*. Dengan tujuan, penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta literatur dengan

memberikan pemahaman mengenai operasional investasi generasi Z pada *financial technology*.

1.2. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka pokok masalah dari penelitian ini adalah apakah *financial technology* konvensional dan syariah ini berpengaruh secara signifikan terhadap minat dan keputusan mahasiswa di Yogyakarta. Dari rumusan masalah tersebut, lalu dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat serta keputusan generasi Z yang berinvestasi pada *platform financial technology*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi *return* terhadap minat serta keputusan generasi Z yang berinvestasi pada *platform financial technology*?
3. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat serta keputusan generasi Z yang berinvestasi pada *platform financial technology*?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat serta keputusan generasi Z yang berinvestasi pada *platform financial technology*?
5. Apakah minat investasi berpengaruh terhadap keputusan dalam berinvestasi generasi Z di Kota Yogyakarta?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang sudah dibuat maka tujuan dari penelitian, sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat serta keputusan generasi Z pada mahasiswa di Kota Yogyakarta yang berinvestasi pada *platform financial technology*.

2. Untuk menganalisa bagaimana pengaruh *return* kemudahan terhadap minat serta keputusan generasi Z pada mahasiswa di Kota Yogyakarta yang berinvestasi pada *platform financial technology*.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat serta keputusan generasi Z pada mahasiswa di Kota Yogyakarta yang berinvestasi pada *platform financial technology*.
4. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat serta keputusan generasi Z pada mahasiswa di Kota Yogyakarta yang berinvestasi pada *platform financial technology*.
5. Untuk menganalisis apakah minat berpengaruh terhadap keputusan dalam berinvestasi generasi Z di Kota Yogyakarta.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penulisan ini secara teoritis diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai minat dan pengambilam keputusan generasi Z berinvestasi pada *platform* fintech konvensional dan syariah.

2. Manfaat praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi serta rujukan dengan ditambahkan variabel lain agar penelitian ini dapat lebih bermanfaat dalam memberikan saran dalam pengembangan kebijakan industri ekonomi konvensional dan syariah.

1.4. Batasan Penelitian

Riset penelitian memiliki keterbatasan yaitu variabel penelitian ini hanya memiliki empat variabel *independent* yaitu persepsi kemudahan, persepsi *return*, persepsi manfaat serta pengetahuan investasi, satu variabel mediasi yakni minat investasi dan keputusan investasi sebagai variabel independen.

Penelitian ini dikhususkan untuk mahasiswa/i yang melakukan Diploma 3,

Diploma 4, dan sarjana pada universitas di Kota Yogyakarta negeri maupun swasta.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri atas lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Unsur utama dalam bab pendahuluan skripsi merupakan pengembangan dari bagian yang sama dalam proposal penelitian. Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta batasan penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini memuat dan menguraikan tinjauan pustaka, landasan teori, dan hipotesis penelitian terhadap variabel – variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Tinjauan literatur mencakup hasil penelitian sebelumnya tentang hubungan *financial technology* dengan minat dan keputusan investasi. Sedangkan landasan teori menjelaskan kerangka teori terkait dengan konsep permodalan *financial technology*. Hipotesis penelitian yakni hipotesis yang diuji mengenai hubungan antar variabel dan dikembangkan berdasarkan hasil tinjauan pustaka dan kerangka teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan terkait pendekatan penelitian, data dan metode penentuan sampel penelitian, variabel-variabel yang akan diteliti, serta alat analisis data dan pengujiannya untuk hasil analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan temuan-temuan yang berisi analisis terhadap deskripsi objek penelitian. Deskripsi objek penelitian memberikan gambaran umum tentang konteks *financial technology* dengan minat dan keputusan investasi mahasiswa Yogyakarta, hasil analisis dan pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil analisis dalam konteks penelitian sebelumnya dan kerangka teori yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merangkum hasil penelitian yang dilakukan dan memberikan implikasi berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Kajian pustaka

Berbagai penelitian telah melakukan analisis variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat dan keputusan Generasi Z berinvestasi pada fintech di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh minat terhadap keputusan dengan persepsi kemudahan, persepsi *return*, persepsi manfaat dan pengetahuan investasi Generasi Z berinvestasi pada *platform financial technology*.

Studi terkait faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z terhadap minat dan keputusan berinvestasi dalam *platform financial technology* belum terlalu banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh (Desy Geriadi, 2023) secara empiris membuktikan bahwa *Financial technology* tidak mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data PLS dengan Program Smart PLS. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan PLS, selanjutnya mengevaluasi model persamaan struktural. Sebelum evaluasi model dilakukan, dapat ditegaskan kembali bahwa instrumen penelitian (kuesioner) sebagai alat pengumpul data adalah instrumen yang valid dan reliabel. Dalam penelitian ini ke tiga variabel yaitu: pendapatan (P), literasi keuangan (LK), dan keputusan investasi (KI), merupakan model pengukuran dengan indikator reflektif, sehingga dalam evaluasi model pengukuran dilakukan dengan memeriksa *convergent* dan *discriminant validity* dari indikator, serta *composite reliability* untuk blok indikator. Variabel *financial technology* menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan. Fintech disebut-sebut memiliki model bisnis berorientasi masa depan dengan fleksibilitas, keamanan, dan efisiensi karena menggunakan aplikasi dan *website* yang dapat diakses secara *online*. *Financial*

Technology digunakan untuk pengembangan teknologi informasi guna meningkatkan pelayanan industri keuangan. Teknologi keuangan adalah kombinasi pengetahuan dan manajemen keuangan, dan menyediakan berbagai layanan yang memfasilitasi pekerjaan orang-orang dengan kemampuan kurang untuk menggunakan teknologi keuangan, seperti lembaga keuangan, koperasi, bank, dll. dapat dilakukan. Perusahaan asuransi. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel *financial technology* tidak dapat memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Dengan kata lain, perkembangan teknologi di sektor keuangan tidak dapat meningkatkan pengambilan keputusan investasi meskipun seseorang telah memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang produk/jasa lembaga keuangan yang ada.

Penelitian yang dilakukan oleh (Justitia et al., 2022) dengan judul “FaktorFaktor Yang Mempengaruhi Generasi Y Dan Z Dalam Niat Berinvestasi Di Fintech” dengan menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS 25.0) untuk menganalisis data yang telah terkumpul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat generasi Y dan Z dalam berinvestasi dipengaruhi oleh persepsi *return* dan pengetahuan investasi. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa pengguna cenderung lebih menentukan keuntungan (*return*) yang didapat ketika berinvestasi dan memiliki pengetahuan investasi. Dari sisi faktor teknologi, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat pada aplikasi investasi tidak berpengaruh positif terhadap niat generasi y dan z dalam berinvestasi *online*.

Penelitian yang dilakukan (Restianti et al., 2022) dengan judul “Pengaruh *financial Behavior*, *Financial Literacy*, *Financial Technology* terhadap keputusan berinvestasi Gen Z” melalui hasil regresi berganda (*Multiple Regression*) dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui google form. Variabel dalam penelitian ini ada 3, yaitu *Financial behavior* dan *financial literacy* sebagai variabel

independen (X), Keputusan berinvestasi sebagai variabel dependen (Y), *Financial technology* sebagai variabel moderasi (Z). Menunjukkan bahwa *financial literacy* dan *financial behavior* berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi, sedangkan *financial technology* sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh positif terhadap kedua variabel tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan & Helen, 2022) dengan judul “Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi pada *Financial Technology* Platform” menunjukkan adanya perbedaan hasil melalui penelitian kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) sebagai metode analisis data dan pengujian hipotesis. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Hasil dari penelitian yang dilakukan membuktikan manfaat yang dirasakan memberikan efek positif signifikan kepada Minat investasi. Nilai kegunaan yang diperoleh investor Fintech *Lending* di Indonesia berdampak positif terhadap minat untuk berinvestasi di Fintech *Lending* Platform. Fintech *Lending* dinilai sebagai instrumen investasi baru, setiap kegiatan investasi yang dialami oleh pengguna secara bertahap membentuk wawasan, pengetahuan, dan pola pikir tentang investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Oktavendi, 2020) dengan judul “*Islamic Financial Technology Usage: An Investing Perspectives On Generation Z*” juga menunjukkan hubungan yang positif antara gen Z dengan *financial technology*. Penelitian menggunakan model TAM yang menguji uji reliabilitas dan validitas menggunakan aplikasi smart PLS. Dan menggunakan metode pengumpulan data melalui *google form*. Dalam penelitian ini, menemukan bahwa penggunaan I-Fintech oleh Generasi Z di masa depan sangat dipengaruhi oleh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan. Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap sikap penggunaan I-Fintech melalui Persepsi Kegunaan. Hasil ini didukung oleh argumentasi Vamketesh dan Davies (2000) yang menyatakan bahwa *Perceived*

kegunaan juga dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan karena semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin bermanfaat pula sistem tersebut. Semakin berguna dan mudahnya penggunaan I-Fintech, semakin besar kecenderungan *Generetaion Z* untuk menggunakannya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Utami & Isbanah, 2023) yang berjudul “Pengaruh *financial literacy*, *financial technology*, *self-control*, dan *hedonic lifestyle* terhadap *financial behaviour*. Penelitian menggunakan model uji regresi linier berganda dan menggunakan aplikasi SPSS. Dari hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan adanya pengaruh signifikan dan positif variabel *financial literacy* dan *self-control* terhadap *financial behavior*. Semakin baik *financial literacy* dan *self-control* maka *financial behavior* yang dimiliki individu juga meningkat. *Financial attitude* tidak berpengaruh terhadap *financial behaviour*, artinya baik buruknya *financial attitude* yang dimiliki, tidak memengaruhi individu memiliki *financial behavior* yang baik. *Financial technology* tidak memiliki pengaruh terhadap *financial behavior*, hal tersebut berarti baik buruknya *financial technology* yang dimiliki tidak memengaruhi individu memiliki *financial behavior* yang baik. *Hedonic lifestyle* tidak berpengaruh terhadap *financial behavior*, artinya baik buruknya *hedonic lifestyle* yang dimiliki tidak memengaruhi Gen Z untuk memiliki *financial behavior* yang baik. Gen Z dapat menentukan gaya hidup sesuai dengan keinginannya, karena hal tersebut tidak memengaruhi individu memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik ataupun buruk. Selain itu, penggunaan *financial technology* yang digunakan tidak menjamin meningkatkan perilaku keruangan yang baik pada individu.

Penelitian yang dilakukan oleh (Pradipa et al., 2023) dengan judul “Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi dengan *financial technology* sebagai mediasi di Kota Denpasar” menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi keuangan literasi iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial technology*, dan *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Penelitian ini

menggunakan metode pengumpulan data dengan kuisioner. Dan data diolah dengan menggunakan metode SEM PLS dan aplikasi Smart PLS.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kharisma & Sholeha, 2022) dengan judul “*Millennial Generation Investment Interest through Financial Technology in the Post-Covid-19 Pandemic Period*” menunjukkan bahwa financial literacy berpengaruh positif terhadap *investment interest*, *personal interest* memiliki pengaruh positif terhadap *investment interest*, dan *environment* berpengaruh positif terhadap *investment interest*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan kuisioner. Dan data diolah dengan menggunakan metode SEM PLS dan aplikasi Smart PLS.

(Nurdin & Basalamah, 2022) meneliti mengenai pengaruh Persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan fintech gopay pada generasi milenial Kota Palu. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner atau angket dengan Teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Variabel dependen yaitu Minat yang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Persepsi Kemudahan (X1) dan Risiko (X2). Analisa data dilakukan dengan tahap uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi dan menggunakan aplikasi SPSS.25. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan secara keseluruhan dari penelitian ini adalah secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fintech gopay pada generasi milenial di kota Palu. Secara parsial risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fintech gopay pada generasi milenial di kota Palu. Persepsi Kemudahan dan risiko berpengaruh secara serempak terhadap minat menggunakan fintech gopay pada generasi milenial di kota Palu.

Penelitian yang dilakukan oleh (Utsman, 2021) dengan judul “Analisis pengaruh *risk tolerance*, *financial attitude*, dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan investasi saham syariah” menghasilkan hasil yang positif dan signifikan. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda. Dan memuat kesimpulan bahwa berdasarkan hasil uji t (Parsial) *risk tolerance* berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan investasi saham syariah. Ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $2,565 > t$ tabel $1,983$ yang berarti bernilai positif dan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ yang artinya signifikan, lalu *financial attitude* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi saham Syariah dan literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi saham Syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Jefrie & Wiyanto, 2020) dengan judul “Pengaruh *financial attitude*, *financial knowledge*, dan *financial behaviour* terhadap *financial technology literacy*” menghasilkan data yang positif. Penelitian ini menggunakan modal TAM dengan aplikasi SPSS 3.0. Dan sampel dari penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner. Dan kesimpulan dari penelitian ini, bahwa tingkah laku *financial* seperti kemudahan dan manfaat yang menjadi pemicu untuk meningkatkan literasi teknologi keuangan. Dari beberapa contoh penelitian terdahulu tersebut, maka penelitian ini membuktikan bahwa sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan tingkah laku keuangan memiliki pengaruh positif terhadap tujuannya untuk meningkatkan literasi teknologi keuangan.

Penelitian yang dilakukan (Lathiifah & Kautsar, 2022) dengan judul “Pengaruh *financial literacy*, *financial technology*, *financial self-efficacy*, *Income*, *lifestyle*, dan *emotional intelligence* terhadap *financial management behaviour* pada remaja di Kabupaten Ponorogo” menghasilkan penelitian yang berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini mengolah data menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Pengaruh signifikan dan positif variabel *financial literacy*, *financial technology*, *financial self-efficacy*, *income*, *lifestyle*, *emotional intelligence* terhadap *financial management behavior* remaja di Kabupaten Ponorogo. Penyebab hal ini adalah tingginya tingkat literasi keuangan remaja di Ponorogo maka semakin tinggi pula tingkat perilaku keuangannya. Dalam penggunaan *financial technology* remaja di Kabupaten Ponorogo mampu mendorong pengelolaan keuangan yang baik, namun dengan kemudahan dalam segala hal, seseorang dapat berperilaku

boros dan konsumtif. Remaja di Kabupaten Ponorogo memiliki kepercayaan diri terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola keuangannya, sehingga adanya kemampuan dan tanggung jawab. Seseorang dengan pendapatan yang tinggi lebih memiliki kemampuan dalam mengatur keuangannya.

(Finansial et al., 2023) melakukan penelitian yang berjudul “*Financial literacy, financial technology, financial self-efficacy, lifestyle, and emotional intelligence on financial management*” dengan mengolah data menggunakan regresi linier berganda dan menggunakan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan literasi keuangan, teknologi keuangan, efikasi diri keuangan, pendapatan, gaya hidup, kecerdasan emosional terhadap perilaku pengelolaan keuangan remaja di Kabupaten Bandung. Penyebabnya adalah semakin tinggi tingkat literasi keuangan remaja di Kota Bandung maka semakin tinggi pula tingkat perilaku keuangannya. Dalam memanfaatkan *financial technology*, remaja di Kabupaten Bandung mampu mendorong pengelolaan keuangan yang baik, namun dengan kemudahan dalam segala hal, seseorang dapat berperilaku boros dan konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh (Marsha Sarengat & Mahadwartha, 2021) juga menghasilkan hasil yang positif. Penelitian ini berjudul “*The Effect of Technology Acceptance Model and Internet Usage Factor to Financial Literacy of Active User of Financial Technology Application among Millennial Generation*”. Dengan mengolah data memakai metode regresi linier berganda dengan SEM PLS dan menggunakan model TAM menyatakan bahwa Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan penggunaan internet mempunyai pengaruh penggunaan aplikasi fintech. Oleh karena itu, pemanfaatan aktif aplikasi fintech mempunyai dampak positif berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan pengguna dengan latar belakang milenial di Indonesia.

Dan penelitian yang dilakukan oleh (Panjaitan et al., 2023) dengan judul

“*Analysis of the effect of financial literacy, financial technology, and income on financial behavior*” juga menghasilkan pengaruh positif dan signifikan. Karena dari kesimpulan, Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keuangan. *Financial technology* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. *Revenue* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Sumber	Variabel independen	Metode	Variabel Prediktor	Hasil/Gabungan
1	(Desy Geriadi, 2023)	<i>Financial Technology</i> Dan Keputusan Investasi	SEM-PLS (Smart PLS)	- Literasi Keuangan - Pendapatan	Positif dan Tidak Signifikan
2	(Justitia et al., 2022)	Niat Berinvestasi Online	TAM (SPSS)	- Persepsi Kemudahan - Persepsi Manfaat - Persepsi <i>Return</i> - Pengetahuan Investasi	Negatif

3	(Restianti et al., 2022)	Keputusan Berinvestasi	regresi berganda (<i>Multiple Regression</i>) dan <i>Moderated</i>	- <i>Financial Behavior</i> - <i>Financial Literacy</i>	Tidak berpengaruh positif
---	--------------------------	------------------------	--	--	---------------------------

			<i>Regression Analysis</i> (MRA) - SPSS		
4	(Kurniawan & Helen, 2022)	Minat Investasi	PLS-SEM (Smart PLS)	- Kemudahan Penggunaan - Manfaat yang dirasakan - Jaminan - Keamanan	Positif
5	(Oktavendi, 2020)	- ATT - PU	uji reliabilitas dan validitas-TAM (Smart PLS)	- <i>Attitude toward using</i> - <i>Perceived Ease of Use</i> - <i>Perceived of Use</i>	Positif

6	(Utami & Isbanah, 2023)	<i>Financial behavior</i>	Regresi linier berganda (SPSS)	- <i>Financial Literacy</i> - <i>Financial attitude</i> - <i>Financial technology</i> - <i>Self control</i> - <i>Hedonic lifestyle</i>	Pengaruh dan signifikan positif
7	(Pradipa et al., 2023)	Keputusan Investasi	SEM PLS (Smart PLS)	- <i>Literasi Keuangan</i> - <i>Financial Technology</i>	Positif dan Signifikan
8	(Kharisma & Sholeha, 2022)	<i>Financial technology</i>	Outer model, Uji validitas dan uji rehabilitas (Smart PLS)	- <i>Financial literacy</i> - <i>Personal interest</i> - <i>Environment Investmen interest</i>	Positif dan signifikan
9	(Nurdin & Basalamah, 2022)	Minat	<i>Accidental sampling</i> (SPSS.25.)	- Risiko - Persepsi kemudahan - <i>Constant</i>	Positif dan Signifikan

10	(Utsman, 2021)	Keputusan investasi saham Syariah	Regresi Linier berganda	- <i>Risk Tolerance</i> - <i>Financial attitude</i> - Literasi keuangan Syariah	Positif dan signifikan
11	(Jefrie & Wiyanto, 2020)	<i>Financial technology literacy</i>	<i>structural equation modelling</i> -TAM	- <i>Financial attitude</i> - <i>Financial knowledge</i>	Positif

			(Smart PLS)	- <i>Financial behaviour</i>	
12	(Lathiifah & Kautsar, 2022)	Financial manajemen behaviour	Regresi linier berganda (SPSS 25)	- <i>Financial literacy</i> - <i>Financial technology</i> - <i>Financial selfefficacy</i> - <i>Income</i> - <i>Lifestyle</i> - <i>Emotional intelligence</i>	Positif dan Signifikan

13	(Finansial et al., 2023)	<i>Financial manajemen behaviour</i>	Regresi linier berganda (SPSS 25)	- <i>Financial literacy</i> - <i>Financial technology</i> - <i>Financial selfefficacy</i> - <i>Income</i> - <i>Lifestyle</i> - <i>Emotional intelligence</i>	sitif
14	(Marsha Sarengat & Mahad	<i>Financial literacy</i>	SEM PLS TAM	- <i>Financial usage</i> - <i>Internet usage</i> - <i>Perceived ease of use</i> -	Positif
	wartha, 2021)			- <i>Perceived usefulness</i>	
15	(Panjaitan et al., 2023)	<i>Financial behaviour</i>	Regresi linier berganda (SPSS 23)	- <i>Financial literacy</i> - <i>Financial technology</i> - <i>Revenue</i> -	Positif dan signifikan

Berdasarkan Kajian Pustaka sebagaimana pada table diatas dapat disimpulkan bahwa minat investasi Generasi Z pada *platform financial technology* masih bervariasi, terdapat yang *negative* (Justitia et al., 2022) dan (Restianti et al., 2022), terdapat yang positif (Kurniawan & Helen, 2022), (Oktavendi, 2020), (Utami & Isbanah, 2023) ,

(Pradipa et al., 2023), (Kharisma & Sholeha, 2022), (Nurdin & Basalamah, 2022), (Utsman, 2021), (Jefrie & Wiyanto, 2020), (Lathiifah & Kautsar, 2022), (Finansial et al., 2023), (Marsha Sarengat & Mahadwartha, 2021), (Panjaitan et al., 2023) dan terdapat yang tidak berpengaruh signifikan (Desy Geriadi, 2023). Di sisi lain, berbagai variabel predictor juga tidak memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel independent, terdapat variabel yang positif, negatif dan tidak berpengaruh signifikan. Sementara itu, variable ekonomi makro yang banyak diteliti pengaruhnya terhadap *financial technology* adalah pendapatan (*revenue*). Dengan demikian, maka penting untuk meneliti dan menguji kembali bagaimana minat investasi pada Generasi Z pada *platform financial technology* terhadap persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi return, pengetahuan investasi dan keputusan berinvestasi.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Financial Technology dan Karakteristiknya

2.2.1.1. Financial Technology

Fintech adalah pemanfaatan perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan layanan di industri keuangan. Fintech kepanjangan dari *Financial Technology* (Teknologi Keuangan). Fintech juga mewakili industri di bidang jasa keuangan bergabung di perkembangan teknologi. Fintech di Indonesia diatur oleh POJK (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan) dengan Nomor 77/POJK.01/2016 yang menyatakan bahwa jasa layanan keuangan yang mempertemukan penerima dan pemberi pinjaman dalam mata uang rupiah secara *online*. Dengan kehadiran Fintech yang memberikan manfaat pada peran teknologi, salah satunya membuat transaksi keuangan masyarakat menjadi lebih efektif dan efisien.

Fintech memiliki bermacam – macam produk, berikut terdapat produk dari fintech:

1. *Robo advisors*

Konsep *robo advisors* (Jung et al., 2018) telah mendapatkan perhatian yang signifikan dari keuangan industri dalam beberapa tahun terakhir karena pasar yang tinggi permintaan pada manajemen portofolio otomatis. Mengambil keuntungan dari kecerdasan buatan dan modern lainnya, *robo advisor* menciptakan platform digital untuk melakukan penilaian profil risiko. *Robo advisor* menyediakan personalisasi dan layanan penghematan pengeluaran kepada investor. Untuk lebih spesifik, dengan mengembangkan dan mengoptimalkan produk *robo advisors*, teknologi modern termasuk big data, profil pelanggan dan *cloud computing* akan dikembangkan dan diterapkan ke masyarakat.

2. *Crowdfunding*

Crowdfunding merupakan bentuk pendanaan yang memberikan dana kepada seseorang yang membutuhkan dana dalam mengembangkan usahanya atau bentuk pendanaan yang mengumpulkan sejumlah dana dari beberapa investor. *Crowdfunding* juga dapat membantu individu dalam menjangkau lebih luas kepada investor sehingga dapat membantu perkembangan usaha. *Crowdfunding* juga dapat menghubungkan investor yang mau berinvestasi dalam jumlah kecil pada proyek menguntungkan seperti perusahaan *start-up*.

3. *Peer-to-Peer Lending* (P2P)

Menurut peraturan OJK No. 77/POJK.01/2016, *Peer-to-peer lending* merupakan layanan pinjam meminjam dana dalam mata uang rupiah secara langsung antara kreditur dan debitur yang berbasis teknologi informasi. Untuk memfasilitasi pinjaman, *platform peer lending* biasanya menyediakan mekanisme untuk potensi meminjam kepada yang mengajukan pinjam dengan menentukan

apakah peminjam dan memberi pinjaman memenuhi standar pinjaman platform. *Platform peer lending* memberikan informasi seputar mengenai setiap pinjam kepada calon investornya. Sistem merupakan pola interaksi P2P *lending* keuangan dalam Fintech antara pihak penyedia dana (*lender*) dan pihak peminjam dana (*borrower*) yang transaksinya dilakukan secara *online*. Fintech sistem, bukan hanya P2P *Lending* sekedar memfasilitasi mereka yang membutuhkan pinjaman dana, tetapi juga diperuntukan bagi investor yang ingin menanamkan modalnya dalam jumlah tertentu. Sehingga perusahaan Fintech menjadi wadah yang mempertemukan antara pemberi pinjaman (calon kreditur) dan peminjam (calon debitur) melalui aplikasi secara *online*. Oleh karena itu, *lender* dan *borrower* diwajibkan membuka rekening untuk melakukan transaksi di Fintech.

4. *E-wallet*

E-wallet adalah aplikasi yang digunakan untuk menyimpan dana dan juga melakukan transaksi secara *online* melalui *smartphone* dengan menyimpan informasi kartu kredit atau debit (Bagla & Sancheti, 2018). Pembayaran pada *E-wallet* dapat melalui pemindaian kode QR atau pembayaran dalam aplikasi. Jenis *E-wallet* banyak didukung oleh bank atau organisasi non-bank yang berlomba-lomba memberikan kemudahan dalam bertransaksi finansial bagi konsumennya (Bagla & Sancheti, 2018). Di masa pandemi Covid-19, digitalisasi diperbankkan dan layanan keuangan telah berperan penting sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir penyebaran Covid-19. Pandemi menyebabkan pergeseran preferensi konsumen terhadap metode pembayaran digital, seperti *E-wallet*.

5. Fintech Syariah

Fintech Syariah adalah Fintech yang memiliki prinsip syariah yang berdasarkan dengan prinsip hukum islam yang ada di Al-Quran seperti melarang adanya unsur perjudian, penipuan, penganiayaan, barang haram dan

asusila dalam kegiatan ekonomi (Khan et al., 2021). Kata “Syariah” yang artinya kegiatan ekonomi yang dilakukan secara halal berdasarkan nilai yang terkandung dalam Al-Quran.

2.2.1.2. Karakteristik Financial Technology

Fintech secara umum cenderung masuk ke bidang bisnis di mana layanan keuangan tradisional gagal memberikan layanan, konsumen merasa kurang nyaman atau dimana pelanggan mengalami kesulitan mengakses layanan. Dimana pun perusahaan teknologi dapat memperbaiki masalah tersebut dan mempertahankan *margin* keuntungan yang memadai, mereka akan melakukannya. Dalam lima tahun terakhir ini para pengguna fintech dipermudah dengan proses transaksi menggunakan *QR code* dan bersifat *contactless* dan tidak perlu adanya mesin EDC.

Platform financial technology digunakan sebagai:

1) Alat Pembayaran

Internet dan teknologi baru membuat pembayaran menjadi sederhana, cepat, dan aman. Beberapa perusahaan memiliki satu klik *check-out*. Sekarang mungkin untuk menghilangkan kartu kredit dengan pembayaran bank langsung ke Trader. Atau bayar dengan telepon kita dan hindari uang tunai atau kartu kredit sama sekali. PayPal adalah kakek dari sistem pembayaran *online*. Beberapa perusahaan yang sudah berhasil membangun ekosistem bisnis sendiri dapat menentukan cara pembayarannya masing-masing seperti Gojek, Tokopedia, Traveloka, Bukalapak dimana mereka memberikan kebebasan konsumen untuk menunda pembayaran walaupun transaksi pembelian telah diselesaikan dengan layanan Pay later. Layanan ini diberikan tentunya sesuai dengan portofolio konsumen. Dengan teknologi yang terus berkembang sehingga ada banyak alasan dan manfaat untuk menggunakan dompet digital, bahkan mungkin menggantikan dompet tradisional. Berikut adalah 5 alasan untuk kita mulai:

1. Kenyamanan
2. Keamanan
3. Keuangan menjadi lebih terorganisir
4. Penggunaan alat pembayaran tanpa terjadinya kontak
5. Bisa mendapatkan keuntungan seperti hadiah

Di Indonesia beberapa perusahaan yang sudah memiliki ekosistem yang berkembang pesat cenderung membuat *platform* pembayaran sesuai keinginan mereka dengan berbagai kenyamanan dan banyak keuntungan di dapat. Dengan membuat sistem keuangan secara mandiri diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan memberikan harga yang lebih menarik. Beberapa layanan pembayaran dalam hal ini adalah dompet *digital* atau *e-wallet* yang paling *popular* seperti Gopay, OVO, Shopee pay, Dana, dan Link Aja dimana mereka memberikan layanan yang menarik dari mulai diskon yang besar, penundaan pembayaran sampai dengan memberikan pinjaman dalam bentuk Pay Later dan kemudahan dalam bertransaksi. Hal-hal tersebut di atas merupakan kunci dari keberhasilan fintech sebagai alat pembayaran banyak diminati masyarakat disamping layanan, diskon dan teknologi yang memanjakan para konsumen.

2) Deposito dan Pinjaman

Fintech yang bergerak di sektor ini cukup banyak. Beberapa layanan yang termasuk dalam kategori ini adalah untuk keperluan penambahan modal, deposito, dan pinjaman. Beberapa perusahaan yang masuk ke sektor ini contohnya adalah Modalku, Investree, Uangteman, dan ekseleran. Fintech di sektor ini sering disebut *peer-to-peer lending* (P2P), P2P *lending* menawarkan kepada investor dan peminjam beberapa keuntungan dibandingkan bentuk keuangan yang lebih konvensional, tetapi ada juga potensi kerugiannya. Tentunya hal ini akan menimbulkan opini pro dan kontra dari bentuk

pendanaan inovatif dan kreatif ini. Beberapa faktor analisis keuntungan dan kerugian model P2P *lending*, sebagai berikut:

A. Keuntungan bagi investor

Berinvestasi pada platform P2P menawarkan kesempatan untuk mendapatkan bunga yang jauh lebih besar daripada rekening tabungan tradisional, beberapa di antaranya hampir tidak mampu mengimbangi inflasi. Rasio risiko dan imbalan dan tingkat pengembalian seringkali sangat memikat. Banyak penyelenggara P2P misalnya menawarkan kepada pengguna pengembalian tahunan rata-rata lebih dari sepuluh persen. Keuntungan lain dari P2P adalah kesempatan untuk mendiversifikasi portofolio kita. Menempatkan uang kita ke dalam beberapa investasi mengurangi risiko dana kita terkena dampak turbulensi ekonomi, atau bisnis yang bangkrut. Estateguru menawarkan kepada pengguna kesempatan untuk melakukan diversifikasi di berbagai jenis pinjaman, proyek, dan *market*, memungkinkan keamanan investasi yang lebih besar.

B. Kerugian bagi investor

Biasanya, pinjaman *peer-to-peer* terkena risiko kredit yang tinggi, karena beberapa platform menyediakan pinjaman untuk peminjam yang peringkat kreditnya rendah melarang mereka mendapatkan pembiayaan konvensional. Seperti disebutkan di atas bahwa proses seleksi pada P2P dirancang untuk melindungi investor dari risiko peminjam yang gagal bayar. Penyedia P2P ingin tetap konservatif dalam menilai agunan yang diberikan oleh peminjam dan menjaga rasio pinjaman terhadap nilainya kurang dari 70 persen, yang selanjutnya melindungi terhadap kerugian.

2.2.2. Investasi

Investasi didefinisikan sebagai penukaran uang dengan bentuk-bentuk kekayaan lain seperti saham atau harta tidak bergerak yang diharapkan dapat ditahan selama periode waktu tertentu supaya mendapatkan pendapatan (Wirasasmita, 1999). Pada umumnya investasi dibedakan menjadi dua, yaitu investasi pada *financial asset* dan investasi pada *real asset*. Investasi pada *financial asset* dilakukan di pasar uang, misalnya berupa sertifikat deposito, *Commercial paper*, Surat berharga, Pasar Uang (SBPU) dan lainnya investasi juga dapat dilakukan dipasar modal, misalnya berupa saham, obligasi, warrant, opsi dan yang lainnya. Sedangkan investasi pada *real asset* dapat dilakukan dengan pemberian aset produktif, pendirian pabrik, pembukaan pertambangan, perkebunan dan yang lainnya. Para investor dalam dunia pasar modal memiliki preferensi (*trend*) serta karakter yang berbeda satu sama lain, dan karena perbedaan inilah seorang manajer investasi diharuskan memahami dan menganalisis tipikal serta perilaku para investor di dalam aktivitas investasi.

Beberapa tipe investor:

1. Investor yang suka terhadap risiko (*risk seeker*)

Merupakan investor yang apabila dihadapkan pada dua pilihan investasi yang memberikan tingkat pengembalian yang sama dengan risiko yang berbeda.

2. Investor yang netral terhadap risiko (*risk neutrality*)

Tipikal investor yang meminta kenaikan tingkat pengembalian yang sama untuk setiap kenaikan risiko investor dengan karakter tersebut lebih cenderung bersikap hati-hati dan fleksibel dalam mengambil keputusan investasi.

3. Investasi yang tidak suka terhadap risiko (*risk averter*)

Tipikal investor yang apabila dihadapkan pada dua pilihan investasi yang memberikan tingkat pengembalian yang sama dengan risiko yang berbeda, maka ia lebih cenderung mengambil investasi dengan risiko yang kecil. Dan jika ditinjau dan *factor* perilaku, maka investor dapat dibagi menjadi dua pelaku

utama, investor perorangan dan yang kedua investor yang bersifat institusional kelembagaan.

2.2.2.1. Bentuk Investasi

Secara garis besar, ada dua jenis *asset* yang dapat digunakan sebagai sarana investasi, yaitu sebagai berikut.

- a. *Real asset*, yakni investasi yang dilakukan dalam *asset-asset* yang berwujud nyata, seperti emas, *real estate*, dan karya seni.
- b. *Financial asset*, yakni investasi yang dilakukan pada sector-sektor *financial*, seperti deposito, saham, obligasi, dan reksadana.

Berinvestasi di *financial asset* bisa dilakukan dengan dua cara yaitu langsung dan tidak langsung. Langsung artinya investor membeli aset-aset keuangan perusahaan, tidak langsung membeli saham dari perusahaan investasi yang mempunyai portofolio aset-aset keuangan dari perusahaan lain. Dalam pengelolaan portofolio, ada dua pendekatan yang dapat dilakukan, yaitu strategi pasif dan strategi aktif, antara lain:

- a. Bentuk investasi aktif (*active investment style*), yaitu bentuk investasi yang didasarkan pada asumsi bahwa pasar modal melakukan kesalahan dalam penentuan harga (*mispriced*).
- b. Bentuk investasi pasif (*passive investment style*), yaitu bentuk investasi yang didasarkan pada asumsi bahwa harga-harga sekuritas di pasar sudah ditentukan secara tepat sesuai dengan nilai intrinsiknya atau pasar modal tidak melakukan kesalahan dalam penentuan harga.

Berdasarkan pernyataan sebelumnya, para investor yang tergolong dalam melakukan bentuk investasi aktif mungkin menggunakan analisis teknikal, analisis fundamental. Sedangkan pada bentuk investasi pasif terlalu takut untuk menerima risiko maka langkah preferensi risikonya dengan menyusun portofolio. Hal yang paling mendasar yang harus diketahui oleh seorang

investor adalah adanya risiko yang selalu mengikuti *return* (*risk and return trade off*). Adapun yang dimaksud dengan *return* atau yang seringkali disebut juga sebagai imbal hasil adalah hasil yang diperoleh dari suatu investasi. *Return* ini dapat berupa *return* realisasi/ imbal hasil yang sudah terjadi atau *return* ekspektasi yang terjadi di masa mendatang. *Return* ini biasanya berupa bunga, *capital gain* dan *dividen*. Sementara itu, risiko (*risk*) didefinisikan sebagai peluang dari tidak tercapainya salah satu tujuan investasi karena adanya ketidakpastian dari waktu ke waktu. Risiko ini terdiri dari dua jenis, yaitu risiko sistematis (risiko pasar) dan risiko tidak sistematis (risiko yang timbul dari kebijakan perusahaan). Di antara *return* dan risiko terdapat hubungan yang searah atau linier yang menunjukkan bahwa semakin besar risiko yang ditanggung semakin besar pula tingkat *return* yang diharapkan. (Penyusun, n.d.)

2.2.2.2. Proses Investasi

Proses investasi menjelaskan bagaimana seharusnya seorang investor membuat keputusan investasi terhadap sekuritas yang bisa dipasarkan, seberapa ekstensif, dan kapan sebaiknya dilakukan (Mappadang, 2021). Ada lima prosedur yang harus dilakukan dalam membuat keputusan yang menjadi dasar dalam proses investasi, yaitu sebagai berikut.

1. Kebijakan Investasi

Tahapan ini terdiri dari penentuan tujuan investor dan kemampuannya/kekayaannya yang dapat diinvestasikan.

2. Analisis Sekuritas

Analisis sekuritas meliputi penilaian terhadap sekuritas secara individual atau beberapa kelompok sekuritas yang masuk ke dalam kategori luas dari aset finansial yang telah diidentifikasi. Dalam hal ini, ada dua jenis analisis sekuritas, yaitu analisis teknis dan analisis fundamental.

3. Membentuk Portofolio

Langkah ketiga melibatkan identifikasi aset khusus mana yang akan dijadikan investasi, serta menentukan berapa besar bagian dari investasi seorang investor pada tiap aset tersebut.

4. Merevisi Portofolio

Langkah ke empat dalam proses investasi adalah merevisi portofolio, yaitu berkenaan dengan pengulangan periodik dari tiga langkah sebelumnya.

5. Mengevaluasi Kinerja Portofolio

Langkah kelima dalam proses investasi adalah melakukan evaluasi terhadap kinerja portofolio, yaitu menentukan kinerja portofolio secara periodik dalam arti tidak hanya *return*, tetapi juga risiko yang dihadapi.

2.2.2.3. Keputusan investasi

Keputusan investasi menurut Harmono (2011) merupakan jenis kebijakan lain dalam manajemen keuangan yang berupa keputusan pendanaan yang bersifat deviden. Menurut penelitian yang dilakukan (Ayu Wulandari & Iramani, 2014) penentuan keputusan investasi merupakan sebuah keputusan atau kebijakan yang dilakukan untuk menempatkan sejumlah uang pada satu atau lebih aset yang memperoleh pengembalian yang menguntungkan dimasa depan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Etta Mamang Sungadji dan Sopiah (2013:24-25) dalam buku perilaku konsumen didapatkan tiga faktor yang berpengaruh kepada konsumen dalam mengambil keputusan, sebagai berikut:

- Faktor psikologis

Faktor psikologis meliputi kognisi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian. Sikap dan keyakinan merupakan faktor psikologis yang

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk merespons secara konsisten terhadap produk yang ditawarkan dalam situasi dan kondisi tertentu. Sikap mempengaruhi keyakinan, dan keyakinan mempengaruhi sikap.

- Faktor situasional

Faktor situasional meliputi kondisi sarana dan prasarana berbelanja, jam berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi pada saat pembelian. Status sarana dan prasarana pertokoan meliputi tempat parkir, gedung, pertokoan *outdoor* dan *indoor*, AC, penerangan, tempat ibadah dan lain-lain.

- Faktor sosial

Faktor sosial mencakup undangundang/peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial dan budaya.

Berdasarkan penelitian dari Anjani (2012) terdapat 5 proses pengambilan investasu, antara lain:

- a. Menetapkan Kebijakan Investasi

Langkah pertama adalah menetapkan kebijakan investasi, yaitu menetapkan tujuan investor dalam melakukan investasi sehubungan dengan periode investasi, baik investasi jangka pendek maupun jangka panjang.

- b. Menentukan Analisis Keamanan

Langkah kedua dalam langkah keputusan investasi adalah melakukan analisis keamanan. Disini, analisis dilakukan terhadap sekuritas individual atau kombinasi sekuritas dalam kelompok aset keuangan yang lebih besar. telah diidentifikasi sebelumnya. Ada dua pendekatan untuk menganalisis sekuritas: analisis teknis dan analisis fundamental.

- c. Membentuk Portofolio Langkah ketiga adalah membentuk portofolio dengan mengidentifikasi dan memutuskan aset mana yang akan digunakan sebagai investasi. Dalam pembentukan
- d. portofolio juga ditentukan alokasi dana yang diinvestasikan pada aset terpilih.
- e. Tinjauan Portofolio
Langkah keempat adalah Tinjauan Portofolio. Hal ini terkait dengan tindakan investor dengan mengubah tujuan investasinya karena portofolio yang dimilikinya tidak optimal atau memiliki return yang rendah. Tindakan perombakan portofolio dapat mencakup pembelian aset yang belum ada.

2.2.2.4. Investasi Syariah

Dalam investasi Syariah, Investasi merupakan salah satu ajaran dari konsep islam yang memenuhi proses *tadry* dan *trichotomy* pengetahuan yang tidak mengandung unsur spekulatif dan menghormati hak asasi manusia serta menjaga lestariya lingkungan hidup. Islam sebagai aturan hidup yang mengatur seluruh isi kehidupan umat manusia, menawarkan berbagai cara dan kiat untuk manusia, menawarkan berbagai cara kiat untuk menjalani kehidupan yang sesuai dengan norma aturan Allah SWT. Dalam berinvestasi pun Allah SWT dan Rasul-Nya memberikan petunjuk dan rambu-rambu pokok yang diikuti oleh setiap muslim yang beriman. Diantara rambu-rambu (Satrio,2005) tersebut sebagai berikut:

1. Terbebas dari unsur riba
2. Terhindar dari unsur gharar
3. Terhindar dari unsur maysir

2.2.3. Minat

Minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan. Menurut Sudirman (2003 :76) minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa Minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang di tuju.

2.2.3.1. Minat Investasi minat investasi adalah perasaan yang memiliki kecenderungan dan keinginan yang tinggi terhadap kegiatan investasi untuk memperoleh keuntungan dimasa mendatang. Sebuah keputusan investasi dapat dikatakan optimal, ketika pengaturan waktu konsumsi tersebut dapat memaksimumkan ekspektasi utilitas (*expected utility*). Hal ini juga berarti bahwa seseorang yang memiliki minat berinvestasi maka kemungkinan besar dia akan melakukan tindakan-tindakan yang dapat mencapai keinginannya berinvestasi, seperti mengikuti pelatihan dan seminar tentang investasi, menerima dengan baik penawaran investasi, dan pada akhirnya memutuskan untuk melakukan kegiatan investasi. faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat berinvestasi antara lain:

1. Ketertarikan: dalam hal ini ketertarikan menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
2. Keinginan: ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki.
3. Keyakinan: ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

Ciri-ciri seseorang yang berminat untuk berinvestasi dapat diketahui dengan usaha mereka dalam mencari tahu tentang suatu jenis investasi. Mulai dari keuntungan, kelemahan, kinerja investasi dan lain sebagainya. Ciri lain yang dapat dilihat adalah mereka akan berusaha meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi tersebut atau mereka langsung mencoba berinvestasi pada jenis investasi tersebut, bahkan menambah “porsi” investasi mereka yang sudah ada.

Dasar keputusan investasi terdiri dari tingkat *return* harapan, tingkat risiko serta hubungan antara *return* dan risiko (Lioera et al., 2022). Berikut ini pembahasan masing-masing dasar keputusan investasi tersebut. Diantaranya:

1. *Return* adalah alasan utama orang berinvestasi adalah untuk memperoleh keuntungan. Dalam konteks manajemen investasi, tingkat keuntungan investasi dapat disebut sebagai *return*. Hal ini sangat wajar jika investor menuntut tingkat *return* tertentu atas dana yang telah diinvestasikannya.
2. Memiliki Risiko yang tidak terlalu besar, karena sudah sewajarnya jika investor mengharapkan *return* yang setinggi-tingginya dari investasi yang dilakukannya. Tetapi ada hal penting yang harus selalu dipertimbangkan, yaitu berapa besar risiko yang harus ditanggung dari investasi tersebut.

Umumnya semakin besar risiko, maka semakin besar pula tingkat *return* harapan.

2.3. Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. TAM dikembangkan (Davis, 1986) dalam tesis doctoralnya yang berjudul "*Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*". Awalnya, TAM dimaksudkan untuk menggambarkan bagaimana pengguna menerima teknologi informasi baru, seperti sistem informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki

manfaat yang signifikan dalam pengembangan teknologi, antara lain dapat menjelaskan2 faktor utama yang mempengaruhi adopsi *technology* oleh pengguna, seperti *usefulness* (persepsi kegunaan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan pengguna), dan faktor lainnya *social influence* (pengaruh sosial), *trust* (kepercayaan), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), *subjective norm* (norma subjektif), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), dan *price value* (nilai harga). Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing variabel:

1. *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan)

Perceived Usefulness (persepsi kegunaan) adalah persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi membantu mereka menyelesaikan suatu tugas atau mencapai suatu tujuan. Kegunaan yang dirasakan dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi dan kemampuan teknologi dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Beberapa hal yang diukur dari variabel ini adalah efektivitas teknologi, keuntungan *technology*, keterkaitan teknologi dengan tugas dan relevansi teknologi.

2. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

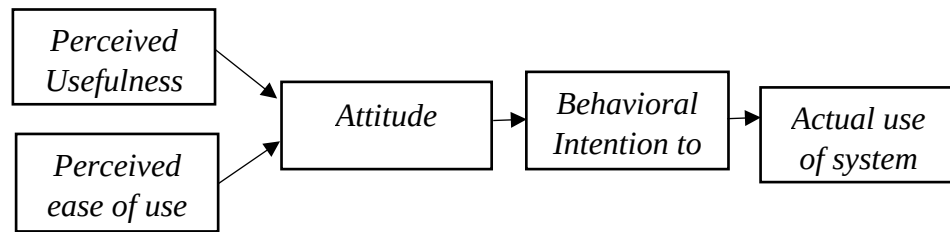
Perceived Usefulness (Persepsi Kemudahan) merupakan persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan dukungan teknis, dan ketersediaan sumber daya. Ukuran kemudahan penggunaan yang dirasakan meliputi kemudahan belajarm, kemudahan penggunaan, ketersediaan dukungan teknis dan ketersediaan sumber daya. *Perceived ease of use* sangat penting dalam mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna. Semakin mudah teknologi digunakan, semakin tinggi kemungkinan adopsi teknologi oleh pengguna.

3. *Intention to Us*

eIntention to Use adalah komponen yang mengacu pada niat individu untuk menggunakan teknologi yang diadopsi. Niat untuk menggunakan dapat dianggap sebagai tahap awal adopsi teknologi, karena teknologi tidak akan diadopsi tanpa adanya niat dari pengguna untuk menggunakannya. Faktorfaktor didalamnya meliputi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi tentang kegunaan, faktor sosial dan faktor personal. *Perceived usefulness* padat mempengaruhi *intention to use*, karena semakin banyak orang yang merasakan manfaat teknologi dan membantu mereka menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan, semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakannya. Sebaliknya, orang yang merasa teknologi tidak ada gunanya atau tidak ada gunanya, kemungkinan besar tidak akan menggunakannya. Dan juga *perceived ease of use intention* juga berpengaruh dengan *perceived ease of use* dalam model TAM. Karena persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada persepsi individu mengenai betapa mudahnya suatu teknologi digunakan. Ketika individu merasa teknologi mudah digunakan, mereka akan cenderung menggunakannya.

4. *Usage Behavior*

Usage Behavior adalah Komponen lain dari *Technology Acceptance Model* (TAM). Hal ini berkaitan dengan perilaku individu ketika menggunakan teknologi setelah diperkenalkan. Konstruk ini menyatakan bahwa penggunaan teknologi oleh seseorang tidak berhenti ketika mereka memiliki niat untuk mengadopsinya, namun juga melibatkan penggunaan teknologi secara konsisten dan berulang-ulang. Faktor yang mempengaruhinya adalah faktor teknologi, faktor sosial, faktor personal.



Gambar 4. Model TAM

2.4. Generasi Z

Generasi Z dikenal sebagai *iGeneration*, generasi jaringan, atau generasi Internet. Mereka mirip dengan Generasi Y, namun mereka dapat melakukan semua aktivitas pada waktu yang bersamaan. Seperti mention atau mengetweet menggunakan *handphone*, menjelajahi web menggunakan PC dan laptop dan mendengarkan music menggunakan *headset* atau *earphone*. Apa pun yang dilakukan generasi Z utamanya adalah berkaitan dengan dunia maya. Generasi tersebut sudah terbiasa dengan teknologi sejak kecil dan akrab dengan perangkat canggih yang secara tidak langsung mempengaruhi kepribadiannya. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya, antara lain fasih dalam memainkan *teknology* sebab itu disebut sebagai generasi digital, sangat intens berinteraksi dengan sosial media dengan berbagai kalangan, ekspresif dan peduli dengan sesama maupun lingkungan, *multitasking*, *fast switcher* dan senang dalam berbagi (Rahadi & Wardiman, 2022).

Timbulnya generasi Z ini disebabkan oleh kemajuan zaman yang menyebabkan komposisi penduduk tiap generasi berbeda. Generasi Z menurut (Dill,2015) adalah mereka yang tumbuh dalam lingkungan yang tidak pasti dan kompleks yang membentuk cara mereka bekerja, belajar, dan memandang dunia. Mereka adalah generasi profesional yang berpikiran karir dan ambisius dengan ekspektasi berbeda terhadap tempat kerja, serta memiliki keterampilan teknis dan bahasa tingkat tinggi. Oleh karena itu, mereka adalah pekerja yang sangat baik. (“Surya,” 2016)

Tabel 2.4 Total jumlah generasi Z di Indonesia

No		Jumlah
1	Laki-laki	36.791.764
2	Perempuan	34.717.318
	Total	71.509.082

Sumber: Sensus BPS, 2024

Jenis Kelamin

2.5. Hipotesis Penelitian

Dilihat dari tinjauan pustaka dan landasan teori diatas maka peneliti membuat hipotesis yang akan diujikan. Apakah hasil hipotesisnya diterima atau di tolak, antara lain:

2.5.1. Persepsi Kemudahan pada minat dan keputusan berinvestasi

Menurut Davis (1989), Persepsi kemudahan adalah seberapa jauh seseorang merasakan dan percaya jika menggunakan suatu sistem dapat terbebas dari usaha. Temuan penelitian sebelumnya mengenai persepsi kemudahan oleh Rindiane dan Rostiana 2024, menyatakan bahwa semakin mudah teknologi maka dapat mendorong niat investasi di platform fintech bagi generasi Z dan Millenial. Temuan penelitian oleh Hamid et al., (2016) Aplikasi e-Government memberikan informasi yang lebih berkualitas, mengurangi beban administrasi, dan memberikan kesan lebih sederhana. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi eGovernment memberikan dampak positif terhadap perkembangan sekolah negeri di Malaysia. Sehingga dapat terbentuk hipotesis:

H1: Persepsi dari kemudahan berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan Generasi Z berinvestasi pada platform financial technology.

2.5.2. Persepsi manfaat pada minat dan keputusan berinvestasi

Persepsi manfaat adalah sebuah persepsi dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatnya kinerjanya (Davis, 1989). Dapat diartikan bahwa adanya manfaat dari fasilitas internet bisa membuat seseorang memiliki kemampuan meningkatkan produktivitas kinerja seperti dalam berinvestasi. Temuan penelitian sebelumnya oleh (Maharani & Hidayah, 2021), bahwa manfaat yang dirasakan dalam pengungkapan sukarela di halaman media sosial mempengaruhi minat untuk menggunakan informasi tersebut sebagai pengambilan keputusan investasi. Dan persepsi manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap penggunaan fintech Sehingga dapat terbentuk hipotesis:

H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan generasi Z berinvestasi pada financial technology.

2.5.3. Persepsi return pada minat berinvestasi

Persepsi *return* merupakan kegiatan menafsirkan manfaat yang dapat diperoleh suatu perusahaan, individu, atau lembaga dari hasil kebijakan investasi yang diterapkan. Ketika imbal hasil merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor untuk berinvestasi, dan juga merupakan imbalan atas keberanian mereka dalam menanggung risiko yang diambil atas investasi tersebut (Manopo et al., 2021). Persepsi ini juga dikuatkan oleh temuan penelitian dari (Yulianti & Umbara, 2020), Dikatakan bahwa persepsi pendapatan investasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berinvestasi di pasar modal. Penelitian lain menunjukkan bahwa persepsi pengembalian mempunyai dampak signifikan terhadap niat investasi *online* pelajar. Sehingga dapat terbentuk hipotesis:

H3: Persepsi return berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan generasi Z dalam berinvestasi pada financial technology.

2.5.4. Pengetahuan investasi pada minat dan keputusan berinvestasi

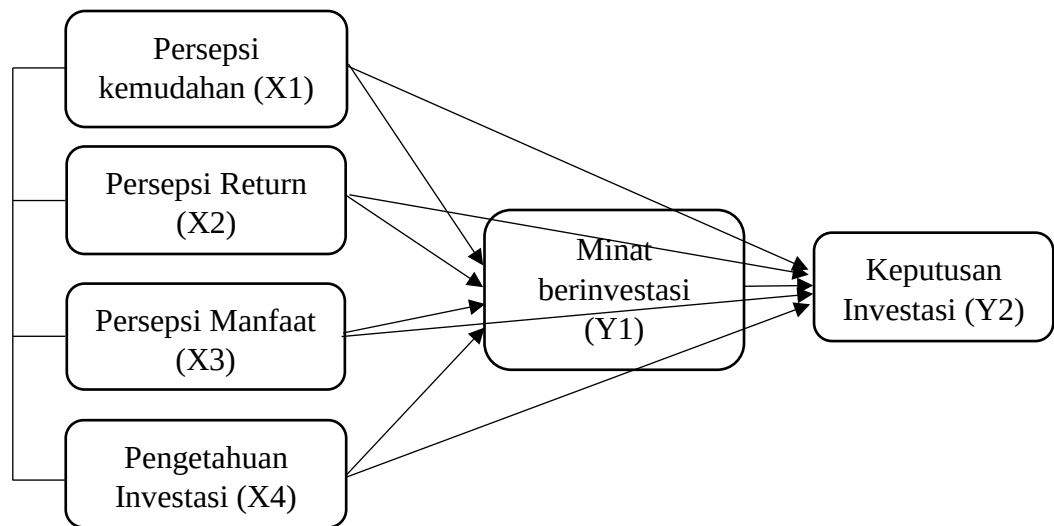
Pengetahuan dalam berinvestasi adalah penggunaan separuh dana dan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan di masa depan. Pengetahuan yang baik membantu investor memilih bentuk investasi yang aman dan menguntungkan. Dalam temuan penelitian terdahulu tentang, hasil riset menyatakan jika pengetahuan investasi yang memadai mempengaruhi niat membeli saham (Setyanta & Kadi, 2020). Sehingga dapat terbentuk hipotesis:

H4: Pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan generasi Z dalam berinvestasi pada financial technology.

2.5.5. Minat berinvestasi pada keputusan investasi

Menurut Achmad dan Amanah (2014) keputusan investasi adalah Salah satu fungsi manajemen keuangan yang mengalokasikan dana di dalam dan di luar perusahaan untuk berbagai keputusan investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan yang melebihi biaya dana di masa depan. Keputusan investasi berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi karena dalam melakukan investasi harus menentukukan keputusan dengan matang terlebih dahulu. Dari keputusan ini dapat mengetahui bagaimana menyusun tahapan dan juga langkahlangkah yang baik dan benar. Minat investasi dapat berpengaruh terhadap keputusan investasi. Apabila seseorang telah memiliki ketertarikan untuk berinvestasi di platform *financial technology*, maka orang tersebut akan cenderung membuat keputusan untuk berinvestasi di platform *financial technology*. Sebaliknya, seseorang tidak akan melakukan investasi apabila tidak memiliki keinginan dan ketertarikan terhadap investasi di *Financial technology* (Nopiah et al., 2024).

H 5: Minat investasi generasi Z berpengaruh positif dalam menentukan keputusan berinvestasi pada financial technology.



Gambar 5 Kerangka Konseptual

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, jenis dan sumber data, metode penentuan sampel, variable dan definisi operasionalnya, serta metode analisis data dan pengujiannya.

3.1. Metode Penelitian

Berdasarkan isi dari rumusan masalah dan tujuan, metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut ahli punch, metode kuantitatif merupakan metode pengumpulan data-data yang berbentuk numerik, yang memiliki tujuan pengukuran sebagai pusat penelitian dan membantu menentukan hubungan antar variabel dalam sebuah populasi. Jenis penelitian kuantitatif dikerjakan dengan metode kuantitatif dan dimulai dengan pertanyaan yang diajukan sesuai dengan kehendak yang akan dituju. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh model utama yaitu TAM (*Technology Acceptend Model*) yang terdiri dari variabel sebagai berikut: Persepsi kemudahan (X1), Persepsi *Return* (X2), Persepsi Manfaat (X3), Pengetahuan Investasi (X4) dengan penambahan variabel Minat Investasi (Y1) dan Keputusan Investasi (Y2). Pengambilan data dengan cara diberikan kuesioner mengenai variabel pendukung pada penelitian ini. Kuesioner yang diberikan dalam bentuk skala *likert* yang merupakan skala penelitian yang mengukur pendapat dan sikap (Jhony Budiman, Hesniati, Candy, Vincent, Celine Kho, Devin, 2023).

3.2. Pendekatan

3.2.1. Pendekatan Deskriptif

Pendekatan deskriptif (Sahir, 2022) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik suatu populasi atau fenomena baru. Fokus

utama metode penelitian ini adalah pada gambaran rinci tentang objek penelitian

3.2.2. Pendekatan Kuantitatif

Pendekatan Kuantitatif (Sahir, 2022) bertujuan untuk mengidentifikasi variabel, Mengontrol variabel, Subjek/objek ditentukan dengan acak, Melakukan masukan atau *treatment* pada objek/subjek penelitian dan Membanding hasil dari pengaruh setelah melakukan masukan atau *treatment*, tetapi menggunakan batasan. Sikap peneliti dalam penelitian kuantitatif adalah reduksi yaitu menetapkan batasan-batasan sebelum melakukan penelitian di lapangan agar penelitian tidak terfokus pada satu subjek dan meluas. Oleh karena itu, peneliti yang menggunakan metode ini biasanya telah menyiapkan hipotesis dan kuesioner.

3.3. Definisi Variabel Operasional

Variabel Definisi Operasional variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2017) merupakan nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti oleh dipelajari dan membuat kesimpulan dari yang dipelajari. Variabel-variabel dirumuskan agar menghindari dari kesesatan mengumpulkan data.

Secara teoritis, variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang berbeda-beda antara orang yang satu dengan orang yang lain atau antara satu objek dengan objek lainnya (Sugiyono, 2006). Variabel juga dapat menentukan atribut atau kegiatan dalam suatu bidang keilmuan tertentu. Model kausal memerlukan pembedaan antara variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen adalah variabel yang variabilitasnya diperkirakan ditentukan oleh sebab-sebab di luar model. Sedangkan variabel endogen merupakan variabel yang variasinya dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dan endogen dalam sistem.

3.3.1. Variabel Eksogen, Endogen dan Mediasi

1. Variabel eksogen

Variabel Eksogen adalah setiap variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel eksogen atau terikat dalam penelitian ini, antara lain persepsi kemudahan sebagai X1, persepsi Kemudahan sebagai X2, persepsi *return* sebagai X3, dan pengetahuan Investasi sebagai X4.

2. Variabel Endogen (Y)

Variabel endogen adalah setiap variabel yang mendapat pengaruh dari variabel lain. Penelitian ini menggunakan 1 variabel bebas yaitu minat keputusan investasi (Y2).

3. Variabel Mediasi

Variabel yang menghubungkan antara *variable dependen* dan independent yang digunakan untuk menjabarkan proses atau cara agar variabel independent mempengaruhi *variable dependen*, yaitu Minat Investasi (Y1).

Indikator- indikator yang membentuk. Definisi operasional dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Pengukuran Variabel
1	Persepsi Kemudahan : Variabel Independen	sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah	1. Kemudahan pengguna teknologi 2. Ketersediaan teknis 3. Sumber daya	Skala likert

		digunakan. Kemudahan penggunaan berkaitan dengan evaluasi individu terhadap upaya yang dilakukan dalam menggunakan suatu teknologi.		
2	Persepsi Return: Variabel Independen	Manfaat yang dapat diperoleh suatu perusahaan, individu, atau lembaga dari hasil kebijakan investasi yang diterapkan	1. Keuntungan/dividen yang didapat 2. Kemudahan penggunaan layanan	Skala likert

3	Persepsi Manfaat: Variabel Independen	Persepsi dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatnya kinerjanya	1. Peningkatan kinerja 2. Peningkatan produktivitas 3. Mempermudah suatu pekerjaan 4. Efektivitas	Skala likert
---	---------------------------------------	--	--	--------------

4	Pengetahuan Investasi: Variabel Independen	Pengetahuan investasi yang baik membantu investor memilih bentuk investasi yang aman dan menguntungkan.	1. Sumber daya 2. Tujuan Investasi 3. Pertimbangan diversifikasi	Skala likert
5	Keputusan Investasi Variabel Dependen	Suatu pilihan seseorang untuk menggunakan aplikasi financial technology konvensional dan syariah.	1. Ketertarikan 2. Minat 3. Keyakinan	Skala likert

6	Minat Investasi Variabel Mediasi	perasaan yang memiliki kecenderungan dan keinginan yang tinggi terhadap kegiatan investasi untuk memperoleh keuntungan dimasa mendatang. Sebuah	1. Kemudahan dalam penggunaan 2. Ketertarikan penggunaan 3. Keyakinan penggunaan	Skala likert
		keputusan investasi dapat dikatakan optimal, ketika pengaturan waktu konsumsi tersebut dapat memaksimumkan ekspektasi utilitas (expected utility).		

3.4. Populasi, Sample dan Teknik Penentuan Sampling

Menurut (Luh Kadek Budi Martini et al., 2022) Populasi adalah seluruh penduduk yang dimaksudkan untuk diselidiki. populasi dibatasi sebagai sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit memiliki satu sifat yang sama. Istilah penduduk pada hakikatnya tidak saja menunjuk sejumlah individu yang berwujud manusia akan tetapi juga binatang, benda mati, dan sebagainya. Adapun populasi pada penelitian ini adalah jawaban dari kuisioner Generasi Z yang sudah maupun belum berinvestasi pada platform fintech konvensional maupun Syariah.

Sample dan Teknik Penentuan Sampling

Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa *representative*. Dengan menggunakan perhitungan skala *likert* dan disebar luaskan dengan *google form*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari variabel dependen (Y1 dan Y2) dengan variabel *independent* (X1, X2, X3 dan X4). Sedangkan sampel menurut Luh Kadek (2017) adalah sebagian dari populasi. Sampel merupakan sejumlah individu yang jumlahnya kurang dari populasi. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Responden dikhususkan untuk mahasiswa dan mahasiswi seluruh fakultas pada jenjang D3 hingga S2 Universitas di Kota Yogyakarta.
2. Responden sudah memiliki penghasilan maupun belum
3. Responden sudah berinvestasi pada platform *financial technology* maupun yang belum

3.5. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian (Rivki et al., n.d.) adalah suatu alat atau fasilitas yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data guna memudahkan pekerjaannya dan memungkinkan mereka mengolah hasilnya dengan lebih cermat, lengkap, dan sistematis. Jenis alat penelitian antara lain angket *checklist*, *checklist*, panduan wawancara, dan panduan observasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data tentang manajemen dan pengambilan keputusan ekonomi. Untuk memperoleh data yang dapat dianalisis, peneliti menggunakan survei *online* melalui *Google Form* dan menyebarkannya secara online maupun *offline*. Instrumen penelitian terdiri dari pengisian kuesioner dengan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Responden kemudian diminta menjawab dengan mengisi biodata yang terdiri atas nama lengkap, jenis kelamin, usia, provinsi alamat asal, pekerjaan anda selain kuliah, Pendidikan saat ini, asal universitas, program *study*/jurusan, semester saat ini, no whatsapp (opsional bagi yang ingin mendapatkan *reward*), pendapatan total, status pernikahan, dan akun medsos yang dimiliki saat ini. Lalu setelah pengisian biodata, responden diminta untuk mengisi persepsi mengenai fintech. Setelah itu, responden diminta menandai angka dan nilai yang diwakilinya dari 1 – 10 penilaian. Kami kemudian mengukur tanggapan responden menggunakan skala penilaian berkelanjutan. Perhitungan skala penilaian secara berkesinambungan dimulai dari pernyataan terburuk hingga pernyataan terbaik. Skala penilaian berkelanjutan adalah skala yang cocok untuk digunakan dalam penelitian sikap dan perilaku karena sifat numeriknya. Responden kemudian diminta untuk menghilangkan atau menyorot angka atau nilai yang mereka yakini mewakili.

Respon responden kemudian diukur dengan menggunakan *Continuous Rating Scale*. Perhitungan skala penilaian berkelanjutan dimulai dari pernyataan terburuk hingga terbaik. Skala penilaian berkelanjutan bersifat numerik, menjadikannya

skala yang cocok untuk penelitian sikap dan perilaku. Responden kemudian diminta untuk menghilangkan/menyorot angka atau nilai yang dianggap mewakili. Di bawah ini adalah ilustrasi skala penilaian.

Tidak Setuju ----- Sangat Setuju

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Gambar 6. skala Likert

Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *likert* seperti gambar diatas dengan sepuluh *point* untuk setiap pertanyaan yaitu skala 1; sama sekali tidak setuju (SSTS), skala 2; sangat tidak setuju sekali (STSS), skala 3; sangat tidak setuju (STS), skala 4; tidak setuju (TS), skala 5; agak tidak setuju (ATS), skala 6; netral (N), skala 7; agak setuju (AS), skala 8; setuju (S), skala 9; sangat setuju (SS), skala 10; sangat setuju sekali (SSS). Adapun pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner peneliti:

1. Persepsi kemudahan (*ease of use*)

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Kemudahan penggunaan berkaitan dengan evaluasi individu terhadap upaya yang dilakukan dalam menggunakan suatu teknologi. Instrumen penelitian ini dikembangkan dari karya Davis (1989) yang mengajukan lima pertanyaan. Dalam penelitian ini persepsi kemudahan digunakan sebagai variabel *independent*. Adapun data dalam penelitian penulis yang digunakan yaitu dengan menggunakan data jawaban kuisisioner Gen Z mengenai persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi *financial technology*.

Tabel 3.5.1 Pertanyaan Kuesioner Persepsi Kemudahan

No	Pertanyaan
1	Aplikasi fintech mudah untuk dipelajari (<i>easy to learn</i>)
2	Aplikasi fintech mudah dikendalikan sesuai dengan keinginan saya (<i>controllable</i>)
3	Instruksi yang diberikan pada fintech sangat jelas dan mudah dipahami (<i>clear & understandable</i>)
4	Dengan fintech dapat bertransaksi kapan pun dan dimanapun dengan mudah (<i>flexible</i>)
5	Mengoperasikan aplikasi fintech sangat mudah sehingga saya mahir mengoperasikan hingga ke dalamnya (<i>easy to become skillfull</i>)
6	Aplikasi fintech sangat mudah digunakan (<i>easy to use</i>)

2. Persepsi *return*

Persepsi *return* merupakan kegiatan menafsirkan manfaat yang dapat diperoleh suatu perusahaan, individu, atau lembaga dari hasil kebijakan investasi yang diterapkan. Ketika imbal hasil merupakan salah satu faktor yang memotivasi investor untuk berinvestasi, dan juga merupakan imbalan atas keberanian mereka dalam menanggung risiko yang diambil atas investasi tersebut. Dalam penelitian ini persepsi kemudahan digunakan sebagai variabel *independent*. Dan data yang diperoleh menggunakan data jawaban kuisisioner Gen Z dan millennial mengenai minat investasi pada persepsi *return*.

Tabel 3.5.2 Pertanyaan Kuesioner Persepsi *Return*

No	Pertanyaan
1	Berinvestasi pada fintech mendapatkan keuntungan (bunga dan bagi hasil) yang menarik
2	Berinvestasi pada fintech memberikan keuntungan yang sesuai dengan risikonya. Misal meskipun risikonya tinggi tapi keuntungan juga tinggi
3	Berinvestasi pada fintech memberikan return yang mudah dipantau dan dikontrol
4	Berinvestasi pada fintech syariah mendapatkan layanan cepat dan prima

3. Persepsi manfaat

Persepsi manfaat adalah sebuah persepsi dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatnya kinerjanya. Dapat diartikan bahwa adanya manfaat dari fasilitas internet bisa membuat seseorang memiliki kemampuan meningkatkan produktivitas kinerja seperti dalam berinvestasi. Dalam penelitian ini persepsi kemudahan digunakan sebagai variabel *independent*. Dan data yang diperoleh menggunakan data jawaban kuisisioner Gen Z dan millennial mengenai minat investasi pada persepsi manfaat.

Tabel 3.7. Pertanyaan Kuesioner Persepsi Manfaat

No	Pertanyaan
1	Investasi pada fintech mudah untuk diuangkan dan dicairkan dananya
2	Investasi pada fintech memberikan jaminan atas pengembalian modal yang saya investasikan
3	Investasi pada fintech bisa memberikan keuntungan yang maksimal/menarik lebih tinggi daripada investasi lainnya
4	Berinvestasi pada fintech bisa memberikan pendapatan rutin sehingga membantu kondisi keuangan saya
5	Berinvestasi pada fintech dapat menjadi alat untuk mengurangi resiko

4. Pengetahuan investasi

Pengetahuan dalam berinvestasi adalah penggunaan separuh dana dan sumber daya yang Anda miliki untuk menghasilkan keuntungan di masa depan. Pengetahuan yang baik membantu investor memilih bentuk investasi yang aman dan menguntungkan. Dalam penelitian ini persepsi kemudahan digunakan sebagai variabel *independent*. Dan data yang diperoleh menggunakan data jawaban kuisisioner Gen Z dan millennial mengenai minat investasi pada pengetahuan investasi.

Tabel 3.8. Pertanyaan Kuesioner Pengetahuan Investasi

No	Pertanyaan
1	Sebelum melakukan investasi, saya mamastikan bahwa saya telah memiliki pengetahuan yang baik mengenai investasi
2	Saya selalu menambah informasi dan belajar terus tentang investasi untuk membantu saya dalam melakukan investasi
3	Sebelum melakukan investasi, saya selalu mempertimbngkan kondisi terkini dan perkiraan masa depan investasi dalam jangka Panjang
4	Saya selalu memanfaatkan informasi dan data dari berbagai sumber, sebelum memutuskan untuk berinvestasi
5	Dalam berinvestasi, saya selalu melakukan perhitungan dengan metode yang terpercaya dan canggih untuk memastikan tidak adanya kerugian investasi
6	Dalam berinvestasi, saya selalu mempertimbangkan diverfisikasi untuk menentukan berapa besar dana yang akan saya investasikan
7	Dalam melakukan investasi, saya selalu menyakinkan dan memilih platform yang sesuai dengan prinsip syariah
8	Saya mengetahui adanya beberapa fintech syariah yang memiliki penawaran sama menariknya dibandingkan fintech konvensional

5. Minat Investasi

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Kemudahan penggunaan berkaitan dengan evaluasi individu terhadap upaya

yang dilakukan dalam menggunakan suatu teknologi. Instrumen penelitian ini dikembangkan dari karya Davis (1989) yang mengajukan lima pertanyaan.

Tabel 3.9. Pertanyaan Kuesioner Minat Investasi

No	Pertanyaan
1	Saya membaca buku panduan/artikel tentang langkah-langkah berinvestasi sebelum memulai investasi
2	Saya melihat berita mengenai investasi di berbagai media sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan
3	Sebelum berinvestasi, saya mencari tahu terlebih dahulu informasi mengenai kelebihan dan kekurangan jenis investasi yang akan saya ambil
4	Saya mengikuti pelatihan atau seminar investasi untuk meningkatkan motivasi dan pengetahuan berinvestasi.
5	Saya membaca artikel mengenai investasi untuk meningkatkan motivasi dan ilmu dalam berinvestasi
6	Saya menonton video tutorial cara berinvestasi untuk meningkatkan motivasi dan ilmu berinvestasi
7	Dana minimal untuk membuka akun di beberapa perusahaan fintech cukup terjangkau bagi mahasiswa sehingga saya berminat untuk mencobanya
8	Saya tertarik berinvestasi di fintech karena berbagai informasi menarik mengenai kelebihan dari jenis investasi yang di tawarkan

9	Dengan dana yang cukup, return dan risiko yang sesuai, fasilitas yang memadai serta promosi yang menarik membuat saya semakin berminat untuk berinvestasi di fintech
---	--

6. Keputusan investasi

Keputusan investasi adalah suatu pilihan seseorang untuk menggunakan aplikasi *financial technology* konvensional dan syariah. Dalam penelitian ini persepsi kemudahan digunakan sebagai variabel *dependen*. Dan data yang diperoleh menggunakan data jawaban kuisisioner Gen Z dan millennial mengenai minat investasi pada keputusan investasi.

Tabel 3.10. Pertanyaan Kuesioner Keputusan Investasi

No	Pertanyaan
1	Saya sering mencari tahu terlebih dahulu sebelum menggunakan platform fintech untuk investasi
2	Saya tertarik untuk melakukan investasi pada platform fintech
3	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan fintech di masa yang akan datang untuk berinvestasi
4	Saya berkeinginan untuk terus meningkatkan alokasi dana investasi pada fintech di masa yang akan datang
5	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berinvestasi pada fintech

Setelah dilakukan pengembangan variabel tersebut, maka dilanjutkan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah pengukuran yang dibuat menghasilkan data yang valid dan reliabel atau tidak.

Dan pengelolaan dilakukan dengan menggunakan aplikasi Stata.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang hal-hal pribadi dan hal-hal lain yang berhubungan dengan penelitian dari responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder, Sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Menurut Bungin (2006), Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Menurut Amirin, data primer adalah yang diperoleh dari sumber-sumber primer atau sumber asli yang memuat informasi atau data penelitian. Sumber asli yang dimaksud Amirin di sini adalah sumber pertama sebagaimana yang disebut oleh Bungin

b. Sumber data sekunder

Menurut Bungin (2006), data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Menurut Amirin, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang bukan asli memuat informasi atau data penelitian. Sumber yang bukan asli yang dimaksud Amirin di sini sebenarnya adalah sumber kedua sebagaimana yang disebut oleh Bungin.

3.7. Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah stata dan Smart PLS 4. Stata untuk melakukan pengujian validitas dan realibilitas dan untuk Smart PLS digunakan untuk uji hipotesis. Model analisis yang digunakan dalam

penelitian ini adalah TAM (*Technology Accepted Model*) dan menggunakan Metode SEM-PLS pada aplikasi smart PLS.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskripsi Data Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempengaruhi persepsi kemudahan, persepsi *return*, persepsi manfaat dan pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi dan keputusan investasi pada penggunaan aplikasi *financial technology*. Bab ini menjelaskan seluruh data yang telah terkumpul dan dikelompokkan berdasarkan variabel melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan oleh responden yaitu mahasiswa yang tersebut.

Hasil dari pembagian data responden yang diperoleh, dibagi berdasarkan karakteristiknya yang meliputi usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, jumlah pendapatan, melakukan investasi pada platform *financial technology* atau tidak dan variasi investasi. Persebaran data penelitian ini dilakukan dua kali, karena setelah diuji terdapat data yang tidak konsisten dan data tidak memenuhi jumlah prasyarat responden sehingga tidak dapat diuji lanjut pada pengujian hipotesis. Hasil dari pilot test yang pertama yaitu pada tanggal 5 maret 2024 memperoleh responden sebanyak 36 responden dan pada pada pilot *test* kedua yang disebarkan pada tanggal 27 Mei 2024, diperoleh sebanyak 116 responden dan data di sederhanakan menjadi 73 responden karena data yang digunakan adalah data responden yang menggunakan aplikasi fintech. Hasil dari pilot *test* kedua sudah memenuhi kriteria dan kinerja untuk diolah pada pengujian hipotesis.

4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Setelah dilakukannya persebaran data dan proses pengelolaan data karakteristik 73 responden, didapatkan hasil karakteristik berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
19 tahun	2	3%
20 tahun	11	15%
21 tahun	33	45%
22 tahun	15	21%
23 tahun	12	16%
Total	73	100%

Sumber: Excel, data primer telah diolah 2024

Berdasarkan hasil dari pengelolaan data pada tabel berikut diketahui bahwa mayoritas responden berusia 21 tahun yaitu sebanyak 33 responden atau 45% presentase. Sedangkan responden usia yang paling sedikit adalah pada usia 19 tahun pada presentase

4.3. Karakteristik Berdasarkan jenis kelamin

Setelah dilakukannya penyebaran data dan proses pengelolaan data karakteristik 73 responden, didapatkan hasil karakteristik berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki laki	21	29%
Perempuan	52	71%
Total	73	100%

Sumber: Excel, data primer telah diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa respoden perempuan berjumlah 52 responden dengan presentase 71% lebih banyak dari laki laki yang berjumlah 21 responden dengan presentase 21%.

4.4. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Setelah dilakukannya penyebaran data dan proses pengelolaan data karakteristik 73 responden, didapatkan hasil karakteristik berdasarkan Pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Saat Ini	Jumlah Responden	Presentase
Mahasiswa Diploma/Vokasi	11	9,5%
Mahasiswa S1	62	78,4%
Total	73	100%

Sumber: excel, data primer telah diolah 2024

Berdasarkan hasil yang tertera pada tabel, dapat diketahui bahwa responden mahasiswa S1 lebih banyak dibandingkan dengan Mahasiswa Diploma/Vokasi dengan total 62 responden yang di presentasikan sebanyak

78,4%. Dan mahasiswa diploma/vokasi dengan jumlah 11 responden atau jika di presentasikan adalah 9,5%.

4.5. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Setelah dilakukannya penyebaran data dan proses pengelolaan data karakteristik 73 responden, didapatkan hasil karakteristik berdasarkan Pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
Tidak ada	33	45%
Freelance Fotografer	0	0%
Freelance	3	4%
Research Assistant	0	0%
Karyawan Swasta	19	26%
Mahasiswa	1	1%
Profesional	4	5%
Wiraswasta	12	16%
Copy Writer	1	1%
Total	73	100%

Sumber: excel, data primer telah diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas tidak bekerja yang berjumlah 33 responden, jika dipresentasikan sebanyak 45%. Dan mahasiswa yang bekerja sampingan paling *copy writer* yaitu sebanyak 1 responden atau jika dipresentasikan 1%.

4.6. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Total Perbulan

Setelah dilakukannya penyebaran data dan proses pengelolaan data karakteristik 73 responden, didapatkan hasil karakteristik berdasarkan Pendapatan total perbulan sebagai berikut:

Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Total Perbulan	Jumlah Responden	Presentase
≤ Rp1.000.000	0	0%
Rp1.001.000 – Rp2.000.000	12	16%
Rp2.001.000 – Rp3.000.000	21	29%
Rp3.001.000 – Rp4.000.000	24	33%
Rp4.001.000 – Rp5.000.000	11	15%
Rp6.001.000 – Rp7.000.000	3	4%
Rp8.001.000 – Rp9.000.000	1	1%
< Rp 10.000.000	1	1%
Total	73	100%

Sumber excel, data primer telah diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini responden mayoritas memiliki pendapatan sebanyak Rp3.001.000

– Rp4.000.000 yaitu 24 responden atau jika dipresentasikan 33%. Sedangkan minoritas responden memiliki pendapatan < Rp.1.000.000 dengan presentase 0%.

4.7. Karakteristik Penggunaan platform financial technology

Setelah dilakukannya penyebaran data dan proses pengelolaan data karakteristik 73 responden, didapatkan hasil karakteristik berdasarkan pengguna platform *financial technology* sebagai berikut:

Tabel 4.7. Responden Berdasarkan Penggunaan *Platform Financial Technology*

Penggunaan platform	Jumlah Responden	Presentase
Ya	73	63%
Tidak	43	37%
Total	116	100%

Sumber: excel, data primer telah diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memakai investasi platform *financial technology* berjumlah 73 responden, jika dipresentasikan sebanyak 63%. Sedangkan jumlah responden yang belum pernah investasi platform *financial technology* berjumlah 43 responden, jika dipresentasikan seanyak 37%.

4.8. Karakteristik Penggunaan variasi platform financial technology

Setelah dilakukannya penyebaran data dan proses pengelolaan data karakteristik 73 responden, didapatkan hasil karakteristik berdasarkan variasi aplikasi investasi sebagai berikut:

Tabel 4.8. Responden Berdasarkan Variasi Investasi

Aplikasi financial technology konvensional	Persentase	Aplikasi financial technology Syariah	Presentase
Kudo	1%	Dana Syariah	20%
Financialku	1%	Ammana	15%
Kredivo	20%	Alami	30%
Dompetku	10%	Papitu Syariah	7%
Bareksa	2%	Qazwa	9%
Bibit	5%	Duha Syariah	35%
Emas	3%		
Ajaib	1%		
Ipot	1%		
Indondax	6%		
Kitabisa.com	8%		

Sumber: excel, data primer telah diolah 2024

Dari tabel variasi diatas dapat diketahui bahwa Aplikasi konvensional lebih banyak digunakan dari pada aplikasi financial technology Syariah. Aplikasi yang paling banyak digunakan pada fintech konvensional dan Syariah adalah kredivo dengan presentase 20% dan duha Syariah dengan presentase 35%. Yang berarti responden

lebih banyak memakai aplikasi financial technology Syariah dibandingkan dengan aplikasi financial technology konvensional.

4.9. Pengujian Validitas dan Realibilitas

4.9.1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji dengan ketepatan atau ketelitian suatu *indicator*.

Jika dalam pengukuran Valid maka indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, valid menjelaskan ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan peneliti. Perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel (*most common: r pearson correlation*) Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Jika nilai data < 0.05 (r hitung) maka data valid dan jika data > 0.05 (r hitung) data tidak valid.

Tabel 4.8.1 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan

	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1
X1_1	1.000						
X1_2	0.000 0.996	1.000					
X1_3	0.092 0.438	0.157 0.183	1.000				
X1_4	0.087 0.463	0.009 0.936	0.042 0.723	1.000			
X1_5	0.009 0.937	0.023 0.842	0.081 0.4945	- 0.198 0.091	1.000		
X1_6	-0.139 0.238	0.119 0.315	-0.224 0.056	-0.368 0.17571	-0.051 0.667	1.000	

X1	0.454 0.000	0.548 0.000	0.467 0.000	0.375 0.001	0.345 0.002	0.245 0.036	1.000
----	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-------

Sumber: *Stata* (Data diolah)

Dari tabel diatas dihasilkan bahwa semua indikator data signifikan karena hasil yang didapatkan adalah $0.000 < 0.05$ (hasil lebih kecil dari r hitung).

Hasil Uji Validitas Persepsi *Return*

	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2
X2_1	1.000				
X2_2	0.028 0.888	1.000			
X2_3	0.233 0.046	-0.198 0.092	1.000		
X2_4	-0.047 0.691	0.235 0.045	-0.234 0.045	1.000	
X2	0.589 0.000	0.518 0.000	0.386 0.000	0.511 0.000	1.000

Sumber: *Stata* (Data diolah)

Dari tabel diatas dihasilkan bahwa semua indikator data signifikan karena hasil yang didapatkan adalah $0.000 < 0.05$ (hasil lebih kecil dari r hitung).

Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat

	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3
X3_1	1.000					

X3_2	0.308 0.007	1.000				
X3_3	0.179 0.128	0.139 0.240	1.000			
X3_4	0.121 0.919	-0.049 0.676	0.056 0.634	1.000		
X3_5	0.268 0.021	0.237 0.433	0.209 0.074	-0.029 0.807	1.000	
X3	0.673 0.000	0.588 0.000	0.585 0.000	0.321 0.005	0.595 0.000	1.000

Sumber: *Stata* (Data diolah)

Dari tabel diatas dihasilkan bahwa semua indikator data signifikan karena hasil yang didapatkan adalah $0.000 < 0.05$ (hasil lebih kecil dari r hitung).

Hasil Uji Validitas Pengetahuan Investasi

	X4_1	X4_2	X4_3	X4_6	X4_7	X4_8	X4
X4_1	1.000						
X4_2	0.108 0.360	1.000					
X4_3	0.114 0.336	-0.060 0.613	1.000				
X4_6	0.071 0.555	0.153 0.194	0.245 0.036	1.000			
X4_7	-0.051 0.663	0.226 0.054	-0.063 0.596	0.072 0.951	1.000		

X4_8	-0.028 0.808	-0.098 0.409	0.197 0.093	-0.009 0.935	0.092 0.438	1.000	
X4	0.409 0.000	0.459 0.000	0.442 0.000	0.469 0.000	0.438 0.000	1.000	

Sumber: *Stata* (Data diolah)

Dari tabel diatas dihasilkan bahwa terdapat indikator data yang tidak valid, karena hasil yang didapatkan adalah $0.000 > 0.05$ (hasil lebih besar dari r hitung). Data yang tidak valid adalah X4_4 dan X4_5 dan dilakukannya penghapusan data. Namun data lainnya sudah valid karena didapatkan data indikator $0.000 < 0.005$.

Hasil Uji Validitas Minat Investasi

	Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_6	Y1_8	Y1_9	Y1
Y1_1	1.000								
Y1_2	0.023 0.844	1.000							
Y1_3	0.886 0.456	-0.074 0.533	1.000						
Y1_4	0.132 0.262	0.162 0.170	-0.188 0.109	1.000					
Y1_5	0.170 0.148	-0.065 0.585	-0.081 0.495	0.199 0.090	1.000				
Y1_6	0.006 0.954	-0.040 0.736	0.028 0.813	0.068 0.563	-0.089 0.454	1.000			

Y1_8	0.138 0.242	-0.003 0.977	0.013 0.907	-0.233 0.046	0.242 0.039	-0.033 0.776	1.000		
Y1_9	-0.064 0.586	0.112 0.342	0.184 0.118	0.029 0.807	0.087 0.461	0.241 0.040	0.066 0.574	1.000	
Y1	0.437 0.000	0.357 0.001	0.290 0.012	0.397 0.000	0.409 0.000	0.434 0.000	0.265 0.023	0.499 0.000	1.000

Sumber: *Stata* (Data diolah)

Dari tabel diatas dihasilkan bahwa terdapat indikator data yang tidak valid, karena hasil yang didapatkan adalah $0.000 > 0.05$ (hasil lebih besar dari r hitung). Data yang tidak valid adalah Y1_7 dan dilakukannya penghapusan data. Namun data lainnya sudah valid karena didapatkan data indikator $0.000 < 0.005$.

Hasil Uji Validitas Keputusan Investasi

	Y2_1	Y2_2	Y2_3	Y2_4	Y2_5	Y2
Y2_1	1.000					
Y2_2	-0.009 0.939	1.000				
Y2_3	-0.012 0.917	-0.145 0.218	1.000			
Y2_4	0.020 0.863	-0.190 0.106	-0.067 0.568	1.000		
Y2_5	-0.061 0.607	0.152 0.197	0.512 0.667	-0.083 0.480	1.000	

Y2	0.396	0.440	0.433	0.263	0.531	1.000
	0.000	0.000	0.000	0.024	0.000	

Sumber: *Stata* (Data diolah)

Dari tabel diatas dihasilkan bahwa semua indikator data signifikan karena hasil yang didapatkan adalah $0.000 < 0.05$ (hasil lebih kecil dari r hitung).

4.9.2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan perhitungan Alpha Cronbach, yang menunjukkan bahwa variabel yang digunakan untuk mengukur konsep dalam penelitian ini cukup *reliable*. Berikut merupakan uji realibilitas yang telah saya uji. Jika nilai Cronbach alpha > 0.060 maka data reliabel dan jika nilai cronbach alpha < 0.60 data tidak reliabel.

Tabel 4.8.2. Hasil Uji Realibilitas

Item	Obs	Sign	Item-test correlation	Item-rest correlation	Average interitem covariance	Alpha
X1_1	73	+	0.176	0.078	.0712703	0.723
X1_2	73	+	0.490	0.410	.0648483	0.702
X1_3	73	+	0.517	0.441	.0648984	0.701
X1_4	73	+	0.307	0.218	.0686856	0.715
X1_5	73	+	0.126	0.034	.0722097	0.725
X1_6	73	+	0.098	0.011	.0726666	0.726
X2_1	73	+	0.458	0.370	.065889	0.705

X2_2	73	+	0.278	0.198	.0692963	0.716
X2_3	73	+	0.197	0.103	.0708418	0.721
X2_4	73	+	0.237	0.136	.0699662	0.720
X3_1	73	+	0.437	0.342	.0653932	0.706
X3_2	73	+	0.377	0.292	.0673235	0.710
X3_3	73	+	0.461	0.375	.0652472	0.704
X3_4	73	+	0.164	0.077	.0714649	0.722
X4_5	73	+	0.448	0.371	.0660937	0.706
X4_1	73	+	0.340	0.255	.068117	0.712
X4_2	73	+	0.416	0.332	.066476	0.708
X4_3	73	+	0.394	0.306	.0668089	0.709
X4_6	73	+	0.531	0.459	.0643939	0.700
X4_7	73	+	0.202	0.121	.0708076	0.720
X4_8	73	+	0.192	0.103	.070942	0.721
Y1_1	73	+	0.239	0.139	.069928	0.720
Y1_2	73	+	0.396	0.311	.0669066	0.709
Y1_3	73	+	0.201	0.101	.070755	0.722
Y1_4	73	+	0.386	0.301	.06709	0.709
Y1_5	73	+	0.292	0.197	.0688394	0.716
Y1_6	73	+	0.328	0.237	.068157	0.713
Y1_8	73	+	0.136	0.055	.0719311	0.723
Y1_9	73	+	0.410	0.329	.066766	0.708
Y2_1	73	+	0.195	0.114	.0710191	0.720

Y2_2	73	+	0.293	0.201	.0688902	0.716
Y2_3	73	+	0.293	0.202	.0689223	0.715
Y2_4	73	+	0.207	0.130	.0707453	0.719
Y2_5	73	+	0.340	0.257	.068198	0.718
Test Scale					.068582	0.720

Sumber: *Stata* (Data diolah)

Dari tabel diatas hasil pengujian cronbach alpha alpha dihasilkan
 $0.720 > 0.06$ yang berarti data sudah reliabel.

4.10. Pengujian Hipotesi

Tabel 4.9. Uji Hipotesis Generasi Z

	Original Sample	Sample mean (M)	T statistic ($ 0/STDEV $)	P values
Persepsi Kemudahan > Minat Investasi	0.268	0.318	1.640	0.104
Persepsi Kemudahan > Keputusan Investasi	0.146	0.082	0.697	0.487
Persepsi Return > Minat Investasi	0.100	0.113	0.697	0.487
Persepsi Return > Keputusan Investasi	-0.095	-0.024	0.419	0.676
Persepsi Manfaat > Minat Investasi	0.205	0.189	1.168	0.246

Persepsi Manfaat > Keputusan Investasi	0.070	0.122	0.344	0.732
Pengetashuan Investasi > Minat Investasi	0.362	0.338	2.064	0.042
Pengetahuan Investasi > Keputusan Investasi	0.229	0.221	0.144	0.255
Minat Investasi > Keputusan Investasi	0.360	0.333	1.232	0.221
Persepsi Kemudahan > Minat Investasi > Keputusan Investasi	0.097	0.099	0.846	0.400
Persepsi Return > Minat Investasi > Keputusan Investasi	0.036	0.040	0.489	0.626
Persepsi Manfaat > Minat Investasi > Keputusan Investasi	0.074	0.067	0.907	0.367
Pengetahuan Investasi > Minat Investasi > Keputusan Investasi	0.130	0.129	1.093	0.227

Sumber: *Smart PLS 4* (data diolah)

Dari tabel berikut dapat dijelaskan bahwa:

1. Diketahui nilai koefisien jalur (original sample) persepsi kemudahan terhadap minat investasi adalah 0.268, yakni bernilai positif, yang berarti persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Diketahui nilai PValues

= 0.104 > 0.05, maka dapat disimpulkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

2. Diketahui nilai koefisien jalur (*original sample*) persepsi kemudahan terhadap keputusan investasi adalah 0.146, yakni bernilai positif, yang berarti persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Diketahui nilai $P\text{-Values} = 0.487 > 0.05$, maka dapat disimpulkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat investasi.
3. Diketahui nilai koefisien jalur (*original sample*) persepsi *return* terhadap minat investasi adalah 0.100, yakni bernilai positif, yang berarti persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Diketahui nilai $P\text{-Values} = 0.487 > 0.05$, maka dapat disimpulkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat investasi.
4. Diketahui nilai koefisien jalur (*original sample*) persepsi *return* terhadap keputusan investasi adalah -0.095, yakni bernilai negatif, yang berarti persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Diketahui nilai $P\text{-Values} = 0.676 > 0.05$, maka dapat disimpulkan persepsi *return* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi.
5. Diketahui nilai koefisien jalur (*original sample*) persepsi manfaat terhadap minat investasi adalah 0.205, yakni bernilai positif, yang berarti persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat investasi. Diketahui nilai $P\text{-Values} = 0.246 > 0.05$, maka dapat disimpulkan persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat investasi.
6. Diketahui nilai koefisien jalur (*original sample*) persepsi manfaat terhadap keputusan investasi adalah 0.070 yakni bernilai negatif, yang berarti persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Diketahui nilai $P\text{-Values} = 0.732 > 0.05$, maka dapat disimpulkan persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi.

7. Diketahui nilai koefisien jalur (*original sample*) pengetahuan investasi terhadap minat investasi adalah 0.362, yakni bernilai positif, yang berarti persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat investasi. Diketahui nilai P-Values = 0.042 < 0.05, maka dapat disimpulkan pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.
8. Diketahui nilai koefisien jalur (*original sample*) pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi adalah 0.229 yakni bernilai negatif, yang berarti persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Diketahui nilai PValues = 0.225 > 0.05, maka dapat disimpulkan pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi.
9. Diketahui nilai koefisien jalur (*original sample*) minat investasi terhadap keputusan investasi adalah 0.362, yakni bernilai positif, yang berarti keputusan investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi. Diketahui nilai P-Values = 0.221 > 0.05, maka dapat disimpulkan minat investasi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi.

4.11. Indirect Effect

4.10 Tabel Analisis Indirect Effect

	Spesific Indirect Effect
Persepsi Kemudahan > Minat Investasi > Keputusan Investasi	0.097
Persepsi Return > Minat Investasi > Keputusan Investasi	0.036
Persepsi Manfaat > Minat Investasi > Keputusan Investasi	0.074
Pengetahuan Investasi > Minat Investasi > Keputusan Investasi	0.130

Sumber: *Smart PLS 4* (data diolah)

Menunjukkan besarnya *indirect effects* persepsi kemudahan, persepsi *return*, persepsi manfaat dan pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi melalui minat investasi. Hasil perhitungan menghasilkan nilai *indirect effects* persepsi *return* terhadap Keputusan investasi melalui minat investasi senilai 9,7%. Lalu untuk persepsi *return* terhadap keputusan investasi melalui minat investasi sebesar 3,6%. Selanjutnya, Persepsi manfaat terhadap keputusan investasi melalui minat investasi sebesar 7,4% dan pengetahuan besarnya *indirect effects* pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi melalui minat investasi sebesar 13%. Indirect effects paling besar ialah variabel pengetahuan investasi.

4.12. Pengaruh tidak langsung

4.11 Tabel Pengaruh Tidak Langsung

		Original sample	Sample Mean (M)	T statistic (0/STDEV)	P values
Persepsi Kemudahan > Minat Investasi > Keputusan Investasi		0.097	0.099	0.846	0.400
Persepsi Return > Minat Investasi > Keputusan Investasi		0.036	0.040	0.489	0.626

Persepsi Manfaat > Minat Investasi > Keputusan Investasi		0.074	0.067	0.907	0.367
Pengetahuan Investasi > Minat Investasi > Keputusan Investasi		0.130	0.129	1.093	0.227

Sumber: *Smart PLS 4* (data diolah)

Penjelasan dari tabel diatas:

1. Berdasarkan hasil pengujian mediasi pada tabel diketahui pengaruh tidak langsung persepsi kemudahan terhadap keputusan investasi melalui minat investasi adalah 0,097 (kolom *original sample*). Diketahui nilai P-values = 0,400, maka dapat di simpulkan minat investasi tidak memediasi hubungan antara persepsi kemudahan dan keputusan investasi. Dengan kata lain, persepsi kemudahan secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap minat investasi melalui minat investasi.
2. Berdasarkan hasil pengujian mediasi pada tabel diketahui pengaruh tidak langsung persepsi return terhadap keputusan investasi melalui minat investasi adalah 0,036 (kolom *original sample*). Diketahui nilai P-values = 0,626, maka dapat di simpulkan minat investasi tidak memediasi hubungan antara persepsi return dan keputusan investasi. Dengan kata lain, persepsi return secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap minat investasi melalui minat investasi.

3. Berdasarkan hasil pengujian mediasi pada tabel diketahui pengaruh tidak langsung persepsi manfaat terhadap keputusan investasi melalui minat investasi adalah 0,074 (kolom *original sample*). Diketahui nilai P-values = 0 367, maka dapat di simpulkan minat investasi tidak memediasi hubungan antara persepsi manfaat dan keputusan investasi. Dengan kata lain, persepsi manfaat secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap minat investasi melalui minat investasi.
4. Berdasarkan hasil pengujian mediasi pada tabel diketahui pengaruh tidak langsung pengetahuan investasi terhadap keputusan investasi melalui minat investasi adalah 0,130 (kolom *original sample*). Diketahui nilai P-values = 0 227, maka dapat di simpulkan pengetahuan investasi tidak memediasi hubungan antara persepsi manfaat dan keputusan investasi. Dengan kata lain, pengetahuan investasi secara tidak langsung tidak berpengaruh terhadap minat investasi melalui minat investasi.

secara keseluruhan hasil ini menunjukkan persepsi kemudahan, persepsi *return*, persepsi mafaat dan pengetahuan investasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi yang di mediasi oleh minat investasi pada Generasi Z. Analisis dari hasil interpretasi uji hipotesis dapat memahami pentingnya hubungan yang kompleks antara faktor yang memengaruhi keputusan kerja, dan kebutuhan untuk penelitian yang lebih dalam. Semua nilai p yang diperoleh lebih besar dari 0,05 menandakan bahwa tidak ada hubungan mediasi yang signifikan secara statistik. Selain itu dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi tidak dapat mengandalkan minat investasi untuk memediasi persepsi kemudahan, persepsi *return*, persepsi manfaat dan pengetahuan investasi. Oleh karena itu, manajer perlu mencari faktor lain yang mungkin lebih berpengaruh langsung terhadap keputusan kerja. Misalnya, memperhatikan faktor eksternal seperti lingkungan keluarga, dan kepercayaan individu dalam berinvestasi.

4.13. Analisis Ekonomi

Dalam penelitian ini, berdasarkan hasil analisis menggunakan SEM-PLS dapat dihasilkan bahwa minat tidak bisa menjadi mediasi antara persepsi kemudahan, persepsi *return*, persepsi manfaat dan pengetahuan investasi terhadap keputusan dalam berinvestasi.

Hal ini selaras dengan riset yang dikemukakan oleh (Justitia et al., 2022) yang dilakukan dengan 4 variabel independent yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi *return* dan pengetahuan investasi yang berpengaruh terhadap persepsi dependen yakni niat berinvestasi. Bahwa persepsi pengetahuan mempengaruhi niat seseorang dalam berinvestasi *online*. Bukti empirisnya adalah bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat pada aplikasi investasi tidak berpengaruh positif terhadap niat generasi y dan z dalam berinvestasi *online*.

Riset lainnya yang selaras adalah riset yang dilakukan oleh (Desy Geriadi, 2023) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat pada pendapatan, literasi keuangan dan keputusan investasi berinvestasi pada *platform financial technology*. Melalui hasil bukti secara empiris bahwa *Financial technology* tidak mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Yang artinya teknologi yang berkembang tidak bisa meningkatkan keputusan meskipun sudah mempunyai pengetahuan mengenai platform Lembaga keuangan yang ada di Indonesia.

Konteks ekonomi dalam penelitian ini dapat menjadi acuan karena minat dan keputusan seseorang untuk berinvestasi pada pada fintech berhubungan dengan tumbuh pesatnya ekonomi di Indonesia, jika terjadi peningkatan pada investasi maka dapat berdampak pada peningkatan ekonomi.

Dari analisis ekonomi ini berhubungan dengan Model TAM (*Technology Acceptance Model*). Karena pada model TAM, persepsi kemudahan (*Perceived Usefulness*) dan kegunaan dapat mempengaruhi sikap (*attitude*), niat perilaku (*Behavioral Intention to*), dan Keputusan untuk menggunakan sistem (*Actual use of system*) pada aplikasi *financial technology*. Dari data yang sudah diperoleh, bahwa hanya variabel pengetahuan investasi yang mempengaruhi minat tetapi tidak berpengaruh terhadap keputusan dalam berinvestasi. Dapat diartikan teori TAM dalam penelitian ini tidak berlaku dan tidak dapat mempengaruhi generasi Z dalam memperoleh minat dan keputusan berinvestasi pada aplikasi *financial technology* konvensional dan Syariah.

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1. Kesimpulan

1. Fintech merupakan salah satu alternatif investasi bagi generasi Z. Sebagian besar (63%) responden telah memiliki investasi pada platform fintech. Terdapat sekitar 10 platform konvensional dan lima platform fintech Syariah yang paling populer digunakan Generasi Z meskipun sebagian besar masih menggunakan platform konvensional.
2. Persepsi responden terhadap kemudahan, *return*, dan manfaat fintech tidak berperan signifikan terhadap minat berinvestasi maupun keputusan investasi pada fintech. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan berinvestasi pada fintech oleh generasi Z tidak dibangun atas pemahaman mereka terhadap kemudahan *return* maupun kemanfaatan platform fintech.
3. Variabel pengetahuan investasi memiliki pengaruh yang positif yaitu sebesar 0.362 terhadap minat investasi tetapi tidak menjadikan generasi Z mengambil keputusan untuk berinvestasi pada financial technology Syariah maupun konvensional. Dapat diartikan bahwa, pentingnya generasi Z mengetahui pengetahuan mengenai investasi untuk meningkatkan minat bagi individu dengan mengetahui dan mencari informasi data dari berbagai sumber seperti buku, majalah, *social media* sebelum memutuskan untuk berinvestasi pada generasi Z.
4. Minat Investasi tidak dapat memediasi persepsi kemudahan, persepsi *return*, dan persepsi manfaat terhadap pengambilan keputusan generasi Z. Dapat diartikan, persepsi kemudahan, persepsi *return* dan persepsi manfaat tidak menjadikan generasi memiliki keinginan untuk berinvestasi.

5.2. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan, terdapat saran untuk akademisi, praktisi, dan pemerintah dalam penelitian:

1. Adanya sarana edukasi agar generasi Z di Kota Yogyakarta dapat mempelajari maupun mengerti investasi pada *financial technology*. Dalam melakukan investasi penting untuk memperhatikan persepsi kemudahan, persepsi *return*, persepsi manfaat, pengetahuan investasi untuk mengetahui langkah langkah bagaimana agar investasi dapat menguntungkan. Jika langkah yang dilakukan salah maka investasi dapat menyebabkan kerugian.
2. Perusahaan fintech harus mampu meningkatkan layanan transaksi dan *e-money*, meningkatkan pengawasan, keamanan dan kenyamanan agar menimbulkan minat serta keputusan konsumen dalam melakukan investasi pada fintech.
3. Melakukan banyak promosi yang diiringi peningkatan kualitas layanan tidak hanya di Indonesia melainkan hingga mancanegara agar perusahaan fintech di Indonesia dapat lebih mendunia dan dikenal banyak orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, Made (2020), Manajemen Investasi Portofolio, Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)
- Ayu Wulandari, D., & Iramani, R. (2014). Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidance Dan Risk Perception Pada Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 55.
<https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/view/293>
- Desy Geriadi, M. A. (2023). Peran Financial Technology dalam Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 337–345. <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/jmp/article/view/12410>
- Finansial, L., Finansial, T., Finansial, E., Lestono, B., & Pusriadi, T. (2023). *SEIKO : Jurnal Manajemen & Bisnis Pengelolaan Keuangan*. 1, 520–534.
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/3935>
- Jefrie, J., & Wiyanto, H. (2020). Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Dan Financial Behavior Terhadap Financial Technology Literacy. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 371.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/7930>
- Jhony Budiman, Hesniati, Candy, Vincent, Celine Kho, Devin, K. (2023). Analysis Of Factors Affecting Gen Z Intention To Adopt Sharia Fintech. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1944–1955.
<https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/1411/1136/13350>

- Jung, D., Dorner, V., Glaser, F., & Morana, S. (2018). Robo-Advisory: Digitalization and Automation of Financial Advisory. *Business and Information Systems Engineering*, 60(1), 81–86. <https://doi.org/10.1007/s12599-018-0521-9>
- Justitia, S., Lina, L. F., Novita, D., Indonesia, U. T., & Lampung, B. (2022). Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Generasi Y dan Z Dalam Niat Berinvestasi di Fintech. 19(2).<https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jembatan/article/view/18105>
- Kharisma, A. S., & Sholeha, A. (2022). Millennial Generation Investment Interest through Financial Technology in the Post-Covid-19 Pandemic Period. *Enrichment: Journal of Management*, 12(4), 2941–2947. <https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/759>
- Kurniawan, R., & Helen, H. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi pada Financial Technology Platform. *Jurnal Ekobistek*, 11(3), 232–238. <https://jman-upiptyk.org/ojs/index.php/ekobistek/article/view/379>
- Lathiifah, D. R., & Kautsar, A. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Technology, Financial Self-Efficacy, Income, Lifestyle, dan Emotional Intelligence terhadap Financial Management Behavior pada Remaja di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1211–1226. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/20383>
- Lioera, G., Susanto, Y. K., & Supriatna, D. (2022). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Media Bisnis*, 14(2). https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/8538
- Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, & Frandy Paulus. (2022). Customer Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta.

- Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15–24.
<https://jamas.triatmamulya.ac.id/index.php/AMAS/article/view/67> Maharani, B., & Hidayah, N. (2021). Peran Media Sosial dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 275–286.
<https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9926>
- Manopo, M. W., Joroh, A., & Pantow, V. (2021). Analyzing Public Perception of Investment Products and Their Decision to Invest (Scope of Community in Manado City). *Open Journal of Social Sciences*, 09(11), 24–32.
<https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=113013>
- Mappadang, A. (2021). *Buku Ajar Manajemen Investasi & Portofolio*. Jakarta Selatan : PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Marsha Sarengat, L., & Mahadwartha, P. A. (2021). Effect of Technology Acceptance Model and Internet Usage Factory to Financial Literacy of Active User of Financial Technology Application Among Millennial Generation. 119–126.
<https://journal2.unusa.ac.id/index.php/BFJ/article/view/2164>
- Nopiah, R., Ekaputri, R. A., Armelly, A., & Anggraini, E. D. (2024). Financial Technology and Poverty Alleviation in Indonesia During the COVID-19 : Impact Evaluation Analysis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 499–516
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/4865>
- Nurdin, N., & Basalamah, R. (2022). *Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0) Pascasarjana Universitas Islam Negeri Datokarama Palu 2022, Volume 1 Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Go-Pay Pada Gen. 1*(5), 518–531.
<https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/kiies50/index>

- Oktavendi, T. W. (2020). Islamic Financial Technology Usage: An Investing Perspectives On Generation Z. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 151–158 <https://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/article/view/10100/6080>
- Panjaitan, S., Yesica Sabrina Panjaitan, F., & Digdowiseiso, K. (2023). Analysis of the Effect of Financial Literacy, Financial Technology, and Income on Financial Behavior. 2023.<http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Pradipa, N. A., Trisnadewi, K. S., & Dwijayanti, N. M. A. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi dengan financial technology sebagai pemediasi di Kota Denpasar. *JUARA: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(2), 217–236. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juara/article/view/6921>
- Rahadi, D. R., & Wardiman, C. (2022). Strategi Pemasaran Umkm di Masa Pandemi Covid-19. In *Eklektik : Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 5, Issue <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/EKLEKTIK/article/view/14713>
- Restianti, R., Sakti, D. P. B., & Suryani, E. (2022). Pengaruh Financial Behavior, Financial Literacy, Financial Technology Terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* <https://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant/article/view/2938>
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. (n.d.). INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA Title. 112, 1–20. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/20879/5/Halaman%20Identitas%20Skripsi.pdf>
- Setyanta, B., & Kadi, D. C. A. (2020). The Effect Of Perceived Ease of Use, Investment Knowledge, And Perceived Risk On Intentions to Purchase of Share in Generation Y. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 60–72. <http://amareview.fekon.unand.ac.id/index.php/amar/article/view/35>

- Utami, N. G. P., & Isbanah, Y. (2023). Pengaruh financial literacy, financial attitude, financial technology, self-control, dan hedonic lifestyle terhadap financial behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 506–521. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/24286/9796>
- Utsman, M. A. (2021). Analisis Pengaruh Risk Tolerance, Financial Attitude, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah (Studi Kasus: Investor Millenial). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(1), 1–16. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7643>
- Yulianti, E., & Umbara, T. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Teknoif*, 8(2), 78. <https://teknoif.itp.ac.id/index.php/teknoif/article/view/47>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji validitas data

a. Uji Validitas data pada X1 (Persepsi kemudahan)

	x1_1	x1_2	x1_3	x1_4	x1_5	x1_6
x1						
x1_1						1.0000
x1_2	0.0005	1.0000				
	0.9964					
x1_3	0.0920	0.1575	1.0000			
	0.4389	0.1834				
x1_4	0.0872	0.0096	0.0422	1.0000		
	0.4631	0.9361	0.7232			
x1_5	0.0094	0.0237	0.0812	-0.1988	1.0000	
	0.9373	0.8424	0.4945			
	0.0917					
	-0.1398	0.1191	-0.2245	-0.0368	-0.0511	
x1_6	1.0000	0.2381	0.3157	0.0562	0.7571	
	0.6677					
x1	0.4541	0.5487	0.4671	0.3756	0.3450	0.2450
	1.0000	0.0001	0.0000	0.0000	0.0011	0.0028
	0.0367					

b. Uji validitas data pada X2 (Persepsi Return)

	x2_1	x2_2	x2_3	x2_4
x2				
x2_1	1.0000			
	73			
	0.0288	1.0000		
x2_2	0.8089			
	73	73		
x2_3	0.2334	-0.1985		
	1.0000	0.0468	0.0923	
	73	73	73	
x2_4				

		-0.0473	0.2350	-0.2346		
	1.0000					
		0.6911	0.0454	0.0458		
		73	73	73	73	
x2		0.5898	0.5185	0.3862		
	0.5119	1.0000	0.0000			
	0.0000	0.0007	0.0000			
		73	73	73	73	73

	x3	x3_1	x3_2	x3_3	x3_4	x3_5
x3_1						1.0000
		73				
x3_2		0.3089	1.0000			
		0.0078				
		73	73			
		0.1794	0.1390	1.0000		
x3_3		0.1288	0.2409			
		73	73			
		73				
x3_4		0.0121	-0.0497	0.0566	1.0000	
		0.9190	0.6766	0.6343		
		73	73	73	73	
		0.2682	0.2372	0.2098	-0.0290	
x3_5		1.0000	0.0218	0.0433	0.0749	0.8078
		73	73	73	73	73
x3		0.6730	0.5880	0.5851	0.3219	0.5958
		1.0000				
		0.0000	0.0000	0.0000	0.0055	0.0000
		73	73	73	73	73

x4_1 x4_2 x4_3 x4_6 x4_7 x4_8 x4

										1.0000
x4_1										
	73									
x4_2	0.1086	1.0000								
	0.3604									
	73	73								
x4_3	0.1141	-0.0602								
	1.0000	0.3364	0.6130							
	73	73								
	73									
	0.0701	0.1535	0.2458							
	1.0000	0.5555	0.1948							
x4_6	0.0361									
	73	73	73							
	73									
	-0.0517	0.2263	-0.0630	0.0072	1.0000					
x4_7	0.6639	0.0542	0.5963	0.9515						
	73	73	73	73	73					
x4_8	-0.0288	-0.0981	0.1977	-0.0097	0.0920					
	1.0000									
	0.8089	0.4091	0.0936	0.9351	0.4388					
	73	73	73	73	73	73				
x4	0.4093	0.4594	0.4423	0.4693	0.4384					
	0.3428	1.0000	0.0003	0.0000	0.0001	0.0000				
	0.0001	0.0030								
	73	73	73	73	73	73	73			

e. Uji Validitas data Y1 (Minat Investasi)

	y1_1_	y1_2	y1_3	y1_4	y1_5	y1_6	
y1_8							
y1_1_	1.0000						
	73						
y1_2	0.0234	1.0000					
	0.8444						
	73	73					
y1_3	0.0886	-0.0741					
	1.0000	0.4561	0.5330				
	73	73					
	73						
y1_4	0.1329	0.1620	-0.1888				
	1.0000	0.2624	0.1709				
	0.1097						

	73	73	73	
	73			
	0.1709	-0.0650	-0.0811	0.1998
	1.0000	0.1484	0.5851	0.4953
y1_5	0.0902			
	73	73	73	73
	73			
	0.0068	-0.0401	0.0281	0.0687 -0.0890
	1.0000			
y1_6	0.9543	0.7361	0.8131	0.5638 0.4540
	73	73	73	73
	73			
	0.1384	-0.0033	0.0138	-0.2334 0.2421 -
y1_8	0.0338	1.0000	0.2429	0.9776 0.9079
	0.0469	0.0391	0.7767	
	73	73	73	73 73 73
y1_9	-0.0648	0.1127	0.1843	0.0291 0.0875
	0.2410	0.0668		
	0.5860	0.3423	0.1186	0.8073 0.4618
	0.0400	0.5742		
	73	73	73	73 73 73
y1	0.4375	0.3571	0.2906	0.3978 0.4096
	0.4347	0.2656	0.0001	0.0019 0.0126
	0.0005	0.0003	0.0001	0.0231 73 73
	73	73	73	73
	y1_9			
	y1			
y1_9	1.0000			
	73			
y1	0.4990			
	1.0000			
	0.0000			
	73	73		

f. Uji Validitas data Y2 (Keputusan Investasi)

	y2_1	y2_2	y2_3	y2_4	y2_5	y2
						1.0000
y2_1	73					

y2_2	-0.0090	1.0000				
	0.9394					
	73	73				
y2_3	-0.0124	-0.1457	1.0000			
	0.9171	0.2188				
	73	73	73			
y2_4	0.0205	-0.1903	-0.0679	1.0000		
	0.8635	0.1068	0.5681			
	73	73	73	73		
y2_5	-0.0611	0.1526	0.0512	-0.0838	1.0000	
	0.6074	0.1976	0.6673	0.4808		
	73	73	73	73	73	
y2	0.3962	0.4404	0.4335	0.2638	0.5313	
	1.0000	0.0005	0.0001	0.0001	0.0241	
	0.0000					
	73	73	73	73	73	73

Lampiran 2. Uji Reliabilitas

item-test	average				
	item-rest		interitem		
Item	Obs	Sign	correlation	correlation	
	covariance		alpha		
x1_1	73	+	0.1764	0.0787	.0712703
	0.7237				
x1_2	73	+	0.4906	0.4107	.0648483
	0.7028				
x1_3	73	+	0.5127	0.4412	.0648984
	0.7019				
x1_4	73	+	0.3074	0.2186	.0686856
	0.7150				
x1_5	73	+	0.1261	0.0348	.0722097
	0.7255				
x1_6	73	+	0.0980	0.0112	.0726666
	0.7262				

x2_1	73 +	0.4502	0.3705	.065889
	0.7058			
x2_2_	73 +	0.2784	0.1905	.0692963
	0.7166			
x2_3	73 +	0.1974	0.1034	.0708418
	0.7219			
x2_4	73 +	0.2379	0.1364	.0699662
	0.7205			
x3_1	73 +	0.4371	0.3422	.0653932
	0.7065			
x3_2	73 +	0.3770	0.2921	.0673235
	0.7106			
x3_3	73 +	0.4613	0.3756	.0652472
	0.7047			
x3_4	73 +	0.1645	0.0779	.0714649
	0.7227			
x3_5	73 +	0.4488	0.3718	.0660937
	0.7060			
x4_1	73 +	0.3403	0.2555	.068117
	0.7128			
x4_2	73 +	0.4165	0.3328	.066476
	0.7080			
x4_3	73 +	0.3942	0.3065	.0668089
	0.7095			
x4_6	73 +	0.5314	0.4598	.0643939
	0.7004			
x4_7	73 +	0.2024	0.1217	.0708076
	0.7201			
x4_8	73 +	0.1927	0.1037	.070942
	0.7215			
y1_1_	73 +	0.2398	0.1390	.069928
	0.7203			
y1_2	73 +	0.3961	0.3115	.0669066
	0.7093			
y1_3	73 +	0.2014	0.1014	.070755
	0.7225			
y1_4	73 +	0.3867	0.3014	.06709
	0.7099			

y1_5	73 +	0.2928	0.1971	.0688394
y1_6	0.7164			
	73 +	0.3288	0.2374	.068157
	0.7138			
y1_8	73 +	0.1367	0.0556	.0719311
	0.7234			
y1_9	73 +	0.4104	0.3296	.066766
	0.7084			
y2_1	73 +	0.1915	0.1141	.0710191
	0.7203			
y2_2	73 +	0.2938	0.2015	.0688902
	0.7160			
y2_3	73 +	0.2937	0.2029	.0689223
	0.7159			
y2_4	73 +	0.2078	0.1301	.0707453
	0.7195			
y2_5	73 +	0.3401	0.2575	.068198
	0.7128			
Test				.068582
scale	0.7207			

Lampiran 3. Pengujian Analisis

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
x1 -> y1	0.268	0.318	0.164	1.640	0.104
x1 -> y2	0.146	0.082	0.209	0.697	0.487
x2 -> y1	0.100	0.113	0.144	0.697	0.487
x2 -> y2	-0.095	-0.024	0.226	0.419	0.676
x3 -> y1	0.205	0.189	0.176	1.168	0.246
x3 -> y2	0.070	0.122	0.204	0.344	0.732
x4 -> y1	0.362	0.338	0.175	2.064	0.042
x4 -> y2	0.229	0.221	0.201	1.144	0.255
y1 -> y2	0.360	0.333	0.292	1.232	0.221

Lampiran 4. Analisis Indirect Effect

	Original sample (O)
x1 -> y1 -> y2	0.097
x2 -> y1 -> y2	0.036
x3 -> y1 -> y2	0.074
x4 -> y1 -> y2	0.130

Lampiran 5. Pengaruh tidak langsung

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
x1 -> y1 -> y2	0.097	0.099	0.114	0.846	0.400
x2 -> y1 -> y2	0.036	0.040	0.074	0.489	0.626
x3 -> y1 -> y2	0.074	0.067	0.081	0.907	0.367
x4 -> y1 -> y2	0.130	0.129	0.119	1.093	0.277