

Pengaruh *Financial Knowledge*, Pendapatan dan *Social influence* terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi

Milda Handayani¹⁾, Muhammad Richo Rianto^{2*)}

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

*Email korespondensi: mrrianto@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract

This study aims to know influence financial knoweldge, income and social influence on use intention digital payment apps of Islamic Millennial Generation in Bekasi. This study uses quantitative research with a interview method technique with a population islamic millennial generation in Bekasi City. The targeted unit of analysis is the Islamic millennial generation. There were 100 questionnaires returned and 5 of them did not meet the requirements, so only 95 were used in this study. This study uses SmartPLS 3.3 to test the hypothesis. Findings - This research shows that financial knowledge and social influence affect on use intention digital payment apps of Islamic Millennial Generation in Bekasi Islamic. But income shows does not affect on use intention digital payment apps of Islamic Millennial Generation in Bekasi. This research further reinforces that knowledge and environment are important factor in all business and industries. The focus of this research is the development of financial knowledge, income and social influence. This research was also unique because it is studied in an area with a muslim majority.

Keywords : *Financial Knowledge, Income, Social influence, Use Intention, Islamic Milennial Generation*

Saran sitasi: Handayani, M., & Rianto, M. R. (2021). Pengaruh *Financial Knowledge*, Pendapatan dan *Social influence* terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858-1865. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620>

1. PENDAHULUAN

Pendahuluan Perkembangan teknologi informasi berkembang pada sektor teknologi dan juga pada sektor perekonomian. Pola perilaku baru dan gaya hidup menjadikan penggunaan teknologi keuangan semakin diminati. *Financial Technology (Fintech)* menjadikan layanan pada jasa keuangan semakin mudah dan berkembang. Perkembangan *fintech* saat ini sudah banyak menampilkan inovasi aplikasi dalam layanan jasa keuangan, seperti alat pembayaran, alat pinjaman dan lain-lain (Sugiarti et al., 2019)

Peningkatan jumlah pertumbuhan penduduk di Indonesia menjadi peluang tersendiri bagi banyak perusahaan jasa keuangan khususnya financial technology. Bonus demografi yang didominasi oleh penduduk berusia produktif (15 - 64 tahun) akan bertambah sebanyak 70% dalam 10 tahun mendatang (Indonesia, 2017). Generasi millennial merupakan salah satu bagian yang akan mendominasi

pertumbuhan penduduk Indonesia dalam 10 tahun mendatang. Menurut (Leon, 2018) generasi millennial adalah mereka yang lahir pada tahun 1980-2004.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia yang diperkirakan berjumlah 236,53 juta jiwa dari 272,23 juta jiwa populasi penduduk Indonesia. Tumbuhnya berbagai macam produk islami seperti sekolah, Pendidikan dan gaya hidup menjadikan penduduk islam menjadi target yang sangat menjanjikan pada sektor keuangan digital. Hal ini menjadikan perusahaan penyedia jasa layanan pembayaran digital harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan target market yang jelas untuk dapat berkompetisi dan mendapatkan market share yang tinggi (Mohammad, 2019). Perusahaan harus mampu untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi niat menggunakan aplikasi pembayaran digital. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang lebih

banyak sehingga berdampak kepada kinerja perusahaan dan keuntungan perusahaan yang lebih baik (Mohammad, 2019). Bekasi merupakan bagian dari provinsi Jawa Barat yang memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di Indonesia, yaitu sebanyak 46,3 juta jiwa. Hal ini menjadikan Kota Bekasi menjadi tempat yang tepat untuk melakukan penelitian ini.

Beberapa faktor yang menjadikan generasi milenial Islam untuk bertransaksi pada menggunakan pembayaran digital adalah pengetahuan keuangan. Menurut (Herdjiono et al., 2016) *financial knowledge* adalah pengetahuan mengacu pada apa yang diketahui individu tentang masalah keuangan pribadi, yang diukur dengan tingkat pengetahuan mereka tentang berbagai konsep keuangan pribadi. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa *financial knowledge* berpengaruh terhadap minat menggunakan (Sulistiyowati et al., 2020). Faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan adalah pendapatan. Beberapa penelitian sejenis menjelaskan bahwa pendapatan menjadi faktor dalam minat menggunakan (Richo & Milda, 2021). Faktor lainnya yang mempengaruhi minat dalam menggunakan pembayaran digital adalah *social influence*. Variabel *social influence* menunjukkan pengaruh yang positif minat menggunakan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amin (2011) (Rianto & Yoganingsih, 2020) yang menunjukkan pengaruh positif antara *social influence* dengan minat menabung.

Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi dari beberapa penelitian sebelumnya, sehingga fokus penelitian ini adalah melihat faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi pembayaran digital. Penelitian ini juga fokus meneliti pada generasi milenial yang beragam Islam dan dilakukan pada Kota Bekasi – Jawa Barat yang memiliki penduduk Muslim terbesar di Indonesia.

Generasi Millennial Indonesia

Beberapa literatur telah menjelaskan mengenai generasi millennial. Generasi millennial menurut (Leon, 2018) merupakan generasi yang kelahirannya di antara tahun 1980 – 2004. Hal ini sesuai dengan beberapa literatur sebelumnya (Johnstone, 2001) (Center, 2011).

Generasi millennial adalah mereka yang berkembang dengan informasi yang tersedia secara online (Leon, 2018) sehingga menjadikan generasi millennial berteman dengan seluruh penduduk di bumi dan

melakukan seluruh aktivitas dengan lebih mudah. Dalam beberapa penelitian generasi millennial merupakan kelompok yang homogen dan memiliki ciri sebagai generasi yang nyaman dengan teknologi, addict dengan teknologi serta terhubung dengan beberapa jenis *device*. Generasi Millennial Indonesia merupakan generasi yang kini berjumlah terbanyak pada struktur kependudukan Indonesia. Menurut (Indonesia, 2017) jumlah generasi milenial akan bertambah lebih banyak dalam 10 tahun mendatang. Berdasarkan fakta ini generasi millennial Indonesia berpotensi sebagai pengguna terbanyak aplikasi pembayaran digital yang ada di Indonesia.

Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital

Menurut (Apriliana, 2020), minat adalah perilaku atau tindakan seseorang yang diungkapkan melalui reaksi nya, perilaku ini dapat berupa perilaku umum dan tidak umum, perilaku ini juga dapat diterima maupun tidak diterima. Minat juga dapat diartikan sebagai keadaan seseorang sebelum seseorang tersebut melakukan tindakan yang dapat dijadikan untuk memprediksi perilaku dari seseorang tersebut. Dapat disimpulkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan merupakan rencana dari pengguna produk dengan merek tertentu. Minat adalah gairah kecenderungan hati seseorang terhadap sesuatu. Minat menggunakan adalah bagaimana perilaku seseorang untuk menggunakan atau memakai suatu layanan atau produk tertentu dapat memilih pilihannya dalam berbagai kondisi yang dapat mengubah minat seseorang dalam menggunakan *digital payment*.

Financial Technology

Financial technology atau biasa disebut dengan *fintech*. *Fintech* merupakan teknologi yang dimanfaatkan berupa layanan keuangan yang dapat memudahkan pengguna nya dalam bertransaksi, *fintech* ini memiliki sentuhan dalam *teknologi modern*. Mengacu pada inovasi baru dari industri jasa keuangan dalam bentuk aplikasi yang berbasis teknologi (Prastika, 2019). Menurut (Yarli, 2018) *fintech* adalah kombinasi antara jasa keuangan dengan teknologi yang bertujuan untuk memudahkan proses transaksi bagi para pengguna nya. Namun meskipun *fintech* merupakan terobosan baru, *fintech* terus berinovasi sehingga terus berkembang.

Financial Knowledge

Pengetahuan keuangan mempunyai tujuan untuk mencapai kesejahteraan dan pengetahuan *keuangan* merupakan bagaimana kesadaran kita dalam mengelola keuangan seperti melakukan investasi dan

menabung (Fitriani & Widodo, 2020). *Financial knowledge* (Sulistiyowati et al., 2020) adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis dan mengelola keuangan untuk membuat suatu keputusan keuangan yang tepat agar terhindar dari masalah keuangan. Menurut (Herdjiono et al., 2016) *financial knowledge* adalah pengetahuan mengacu pada apa yang diketahui individu tentang masalah keuangan pribadi, yang diukur dengan tingkat pengetahuan mereka tentang berbagai konsep keuangan pribadi.

Pendapatan

Pendapatan (Income) adalah sebagai keseluruhan uang yang diterima oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun (Herlindawati, 2017). *Income* adalah pendapatan yang diterima seseorang baik berupa kas maupun bukan kas dalam periode waktu tertentu yang dapat langsung digunakan untuk belanja kebutuhan yang diinginkan (Ikhwani Ratna, 2015)

Social influence

Social influence mengacu pada individu merupakan lingkungan yang menuntut seseorang untuk dapat mengikuti *perilakunya*. Pengaruh social muncul dari perintah, tindakan dan perilaku yang muncul dan pengaruh sosial dapat mempengaruhi komunikasi baik individu maupun kelompok (Rianto & Yoganingsih, 2020).

Pengaruh *Financial Knowledge* terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada generasi milenial Islam di Bekasi.

Semakin tinggi kemampuan seseorang dalam pengetahuan finansial nya, maka semakin besar uang yang ia kelola. Oleh karena itu, penggunaan *digital payment* dapat dijadikan pilihan yang efektif dalam melakukan transaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Azirah, 2018) yang menyatakan bahwa hasil variabel pengetahuan keuangan berhubungan signifikan berpengaruh positif terhadap pengguna *digital payment*. Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis kesatu yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1. Terdapat Pengaruh *Financial Knowledge* terhadap Minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada generasi milenial islam di Kota Bekasi

Pengaruh Pendapatan terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada generasi Millennial Islam di Bekasi

Pendapatan merupakan hasil kerja seseorang yang mempunyai kemampuan dalam segi ekonomi

akan memiliki sikap yang lebih berani dalam mencoba atau mengetahui teknologi yang baru. Begitu juga sebaliknya, calon pengguna digital payment dengan latar belakang ekonomi yang baik akan lebih memiliki keberanian dalam menghadapi resiko dibandingkan dengan pengguna yang kurang mapan dalam segi ekonominya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Herlindawati, 2017) yang menyatakan bahwa hasil pada variabel pendapatan berhubungan signifikan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan digital payment. Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H2. Terdapat Pengaruh Pendapatan terhadap Minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi

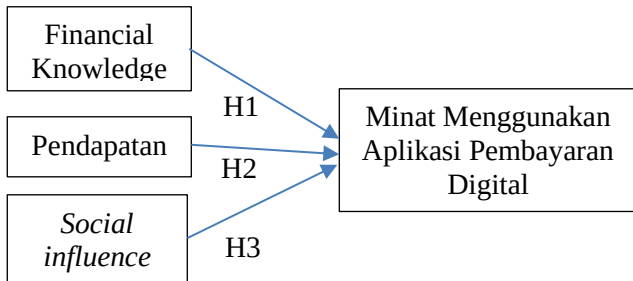
Pengaruh *Social influence* terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada generasi milenial Islam di Bekasi

Menurut (Rianto & Yoganingsih, 2020) *social influence* atau pengaruh sosial dapat diartikan sebagai tingkat dimana seseorang menganggap orang di sekelilingnya sebagai keluarga atau teman yang mengajak seseorang untuk menggunakan atau mencoba sesuatu hal yang baru. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat *social influence* maka akan meningkatkan minat seseorang akan hal tersebut (Rianto & Yoganingsih, 2020). Pada beberapa penelitian sejenis dimana *Social influence* berpengaruh terhadap minat menabung pada bank syariah (Hanudin Amin, Abdul Rahim Abdul Rahman, 2011). Semakin besar pengaruh sosial yang muncul, maka semakin besar pula minat menabung pada perbankan syariah. Berdasarkan argumentasi tersebut, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa:

H3. *Social influence* berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada generasi millennial Islam di Kota Bekasi

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan argumentasi pengembangan hipotesis diatas, maka penulis membuat kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran merupakan bagian penting dalam proses berfikir untuk menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian (Rianto, 2021).



2. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini mengadopsi penelitian dari (Richo & Milda, 2021) yaitu penelitian kuantitatif dengan metode wawancara dengan menggunakan instrument berupa pertanyaan. Kuesioner dikumpulkan untuk mendapatkan respon dari objek penelitian sehingga dapat menjelaskan variabel yang dimaksud. Unit analisis dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang berada dikota Bekasi. Generasi milenial yang dipilih haruslah beragama islam dan memiliki pendapatan. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti oleh sebab itu peneliti mengadopsi pemikiran dari (Joseph F. Hair Jr. William C. Black & Anderson, 2014) untuk menentukan jumlah sampel dengan jumlah indikator dikali dengan angka 5 – 10. Penelitian ini menggunakan indikator sebanyak 19 indikator dikali dengan angka 5 sehingga jumlah sampel sebanyak 95 responden.

Penelitian ini menggunakan alat analisis statistic berupa SmartPLS 3.3 untuk mengolah data penelitian. Tahapan dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 tahap, yaitu (1) Outer model dan (2) Inner Model. Outer model digunakan untuk menguji apakah instrument penelitian yang digunakan layak untuk digunakan dalam penelitian ini, sedangkan inner model digunakan untuk menjawab hipotesis yang telah dibangun.

Instrumen dalam penelitian ini mengadopsi dari beberapa penelitian sebelumnya. Financial knowledge diadopsi dari penelitian (Munawar et al., 2020) yang dimodifikasi dengan 6 item pernyataan sedangkan untuk variabel *social influence* di adopsi dari penelitian (Hanudin Amin, Abdul Rahim Abdul Rahman, 2011) dengan 6 pernyataan serta variabel pendapatan diadopsi dari penelitian (Putri, 2018) yang menggunakan 3 item pernyataan. Minat menggunakan diadopsi dari penelitian (Apriliana, 2020) dengan menggunakan 4 item pernyataan. Penelitian ini menggunakan skala likert 1-5 yang mengadopsi penelitian (Rianto et al., 2021) sebagai pengukuran

dari setiap variabel dengan urutan 1= sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3 =Netral, 4 = setuju, 5 = sangat setuju

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

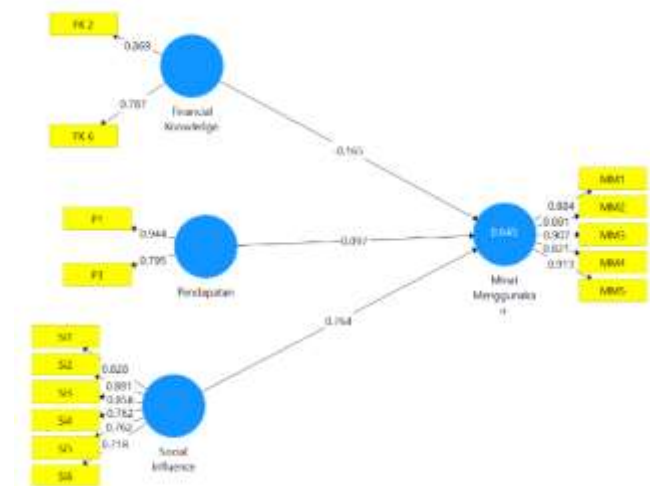
3.1. Hasil penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui 2 tahapan penelitian untuk menguji kelayakan data dan menyimpulkan hipotesis penelitian.

Outer Model

Tahapan awal yang telah dilakukan dalam penelitian adalah dengan menguji outer model. Pengujian outer model dilakukan dengan 2 tahapan yaitu menguji validitas dan reliabilitas. Pengujian outer model digunakan untuk mengetahui apakah instrument penelitian memenuhi syarat sebagai data yang baik yaitu harus valid dan reliabel.

Berikut merupakan hasil uji outer model yang dilakukan dengan menggunakan alat statistik SmartPLS 3.3 :



Grafik 1. Hasil Uji Validitas

Sumber : Data yang diolah SmartPLS 3.3, 2021

Berdasarkan hasil uji outer model diatas dapat disimpulkan bahwa nilai yang memenuhi syarat validitas jika outerloading memiliki nilai lebih besar dari 0,7 (>0,7) (I. Ghazali, 2016). Berdasarkan grafik diatas dapat disimpulkan bahwa variabel financial knowledge memiliki beberapa item pernyataan yang tidak memenuhi syarat, yaitu item 1,3,4 dan 5 sedangkan item 2 dan 6 memenuhi syarat validitas dan dapat di lanjutkan dalam penelitian ini. Variabel pendapatan terdapat 1 item yang tidak memenuhi syarat, yaitu pada item no 2 sehingga dalam penelitian ini item 1 dan 3 dapat dilanjutkan untuk penelitian selanjutnya. Variabel *social influence* dalam penelitian ini memiliki item pernyataan yang

memenuhi syarat sehingga tidak ada yang di eliminasi begitu halnya dengan variabel minat menggunakan aplikasi pembayaran digital juga memenuhi syarat sehingga semua item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tahapan kedua dalam uji outer model adalah menguji reliabilitas. Menurut (P. D. H. I. Ghazali & Latan, 2015) reliabilitas yang memenuhi syarat jika nilainya diatas 0,7 dan nilai AVE > 0,5.

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composi...	Average Variance Extracted (AVE)
Financial Knowledge	1.000	1.000	1.000	1.000
Minat Menggunakan Aplikasi	0.928	0.929	0.946	0.777
Pendapatan	0.711	0.695	0.664	0.762
Social Influence	0.891	0.908	0.917	0.649

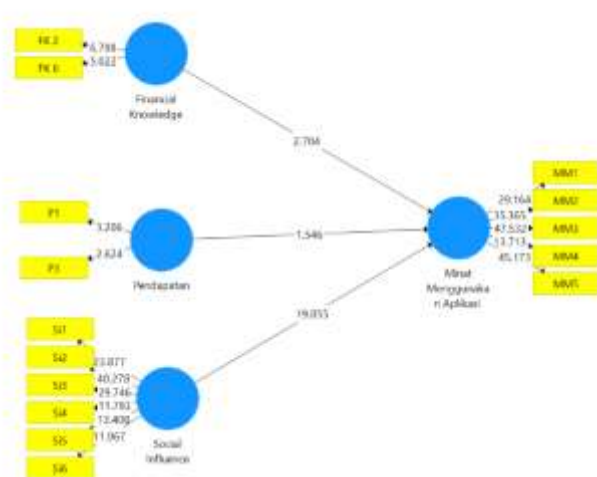
Tabel 1. Uji Outer Model Reliabilitas dan AVE

Sumber : Data yang diolah Smartpls, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach'alpha untuk variabel financial knowledge sebesar 1,000 dan minat menggunakan aplikasi sebesar 0,928, pendapatan 0,711 dan *social influence* sebesar 0,891 yang artinya nilai ini berada diatas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan bersifat reliabel dan memenuhi syarat untuk dapat dilanjutkan pada tahapan berikutnya. Begitu juga dengan nilai AVE yaitu financial knowledge sebesar1,000, minat menggunakan sebesar0,777, pendapatan sebesar 0,762 dan *social influence* sebesar 0,649 yang berarti nilai tersebut diatas 0,5 sehingga memenuhi syarat dan dapat diteruskan pada tahapan berikutnya.

Inner Model

Pengujian berikutnya adalah dengan menguji inner model untuk menjawab hipotesis yang sudah dibangun. Berikut merupakan hasil uji inner model yang dilakukan dengan alat statistik SmartPLS 3.3 :



Grafik 2. Uji Inner Model

Sumber : Data yang dioleh Smartpls 3.3, 2021

	Original	Sample	Standard	T Statistic	P Values
Financial Knowledge -> Minat Menggunakan Aplikasi	-0.165	-0.164	0.061	2.704	0.007
Pendapatan -> Minat Menggunakan Aplikasi	0.097	0.082	0.063	1.546	0.123
Social Influence -> Minat Menggunakan Aplikasi	0.764	0.763	0.040	19.055	0.000

Tabel 2 Uji Inner Model

Sumber : Data yang diolah SmartPls 3.3, 2021

Berdasarkan hasil uji inner diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima dimana nilai P-value sebesar $0,007 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa financial knowledge berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada generasi milenial islam di kota Bekasi. Berbeda halnya dengan hipotesis ke 2 yang ditolak dimana nilai P-value adalah sebesar $0,123 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada generasi milenial islam di Kota Bekasi. Sama halnya dengan hipotesis 1 dimana hipotesis 3 juga diterima nilai P-value sebesar $0,000 < 0,05$ menjelaskan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada generasi milenial islam di Kota Bekasi.

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya financial knoeledge berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital. Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya (Hanudin Amin, Abdul Rahim Abdul Rahman, 2011)(Munawar et al., 2020)(Sulistiyowati et al., 2020). *Financial knowledge* (Halim & Astuti, 2015) adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis dan mengelola keuangan untuk membuat suatu keputusan keuangan yang tepat agar terhindar dari masalah keuangan. Dengan pengetahuan keuangan yang tinggi diharapkan masalah keuangan bisa teratasi dengan menggunakan aplikasi digital. Hasil penelitian yang positif menjelaskan bahwa semakin tinggi pengetahuan keuangan seseorang maka orang tersebut cenderung untuk menggunakan aplikasi keuangan digital yang lebih tinggi. Karena dengan penggunaan aplikasi keuangan digital yang tinggi khususnya pembayaran digital seseorang akan lebih mudah untuk mengelola keuangan nya, melakukan pembayaran dengan lebih cepat, lebih hemat dan lebih aman sehingga permasalahan keuangan dapat teratasi dengan lebih baik. Hal ini sejalan dengan generasi milenial islam, dimana islam mengajarkan untuk mengejar ilmu setinggi tingginya yang salah satunya adalah ilmu

pengetahuan keuangan. Generasi islam harus mampu untuk menguasai pengetahuan dan teknologi karena mereka merupakan bagian penting untuk keberhasilan bangsa dimasa yang akan datang.

Hal yang berbeda dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Putri, 2018) dimana pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat. Hal ini dapat terjadi ketika kemanfaatan dari aplikasi lebih signifikan dapat dirasakan dibandingkan dengan jumlah pendapatan yang diterima seseorang. Keadaan ini dapat dicontohkan pada saat masa pandemic covid 19 dimana sebgain besar pendapatan masyarakat menurun namun jumlah transaksi digital bertambah secara signifikan. Artinya pendapatan bukan menjadi faktor yang penting bagi generasi milenial islam untuk dapat menggunakan teknologi karena kemanfaatan dan kemudahan nya lah yang menjadikan aplikasi tersebut semakin banyak untuk digunakan oleh generasi milenial islam di Indoensia. Selain itu dengan banyak nya fitur dan produk baru yang berbasis islam menjadikan teknologi menjadi pilihan yang tepat untuk para generasi milenial islam untuk berkembang dan mendapatkan informasi.

Social influence berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital pada generasi milenial di kota Bekasi. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya (Hanudin Amin, Abdul Rahim Abdul Rahman, 2011)(Rianto & Yoganingsih, 2020) yang menjelaskan bahwa pengaruh sosial menjadi bagian penting dalam minat menggunakan sesuatu khususnya *digital payment*. Penelitian ini juga memberikan penguatan positif hubungan antara *social influence* terhadap minat menggunakan sehingga dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi *social influence* seseorang maka akan meningkatkan minat seseorang untuk dapat menggunakan aplikasi pembayaran digital. Semakin tinggi interaksi lingkungan sosial seseorang maka akan meningkatkan kesamaan akan kelompok tersebut. Hal ini dapat kita analogikan ketika kelompok orang dalam komunitas atau keluarga yang menggunakan aplikasi pembayaran digital sehingga mempermudah transaksi keuangan maka kelompok keluarga yang lain akan ikut serta menggunakan aplikasi tersebut karena pengaruh dari lingkungan sosial yang menular.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah hipotesis 1 dan 3 diterima dimana financial knowledge dan *social influence* berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pemabayaran digital pada generasi milenial di kota Bekasi. Hasil yang berbeda pada hipotesis ke-2 yang ditolak dimana pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pemabayaran digital pada generasi milenial di kota Bekasi. Hasil penelitian ini semakin memperkuat bahwa pengetahuan dan lingkungan menjadi faktor yang paling besar dalam mempengaruhi seseorang dibandingkan pendapatan (“materi”). Penelitian ini juga semakin memperjelas bahwa peranan generasi milenial islam dimasa yang akan datang sangat memberikan pengaruh yang sangat besar pada bisnis. Oleh karena nya para pengusaha dan pebisnis yang berbasis islami harus senantiasa mempertimbangkan aspek pengetahuan dan lingkungan dalam membuat strategi bisnis. Hasil penelitian ini belumlah cukup sempurna sehingga perlu adanya pemikiran baru. Penulis berharap dimasa yang akan datang penelitian ini dapat diadopsi dengan menambah beberapa variabel baru seperti dukungan pemerintah dan biaya penggunaan aplikasi terhadap minat menggunakan aplikasi pembayaran digital.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ini kami sampaikan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan kami kemudahan untuk dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Terimakasih juga kami sampaikan kepada narasumber yaitu generasi milenial kota Bekasi yang telah memberikan waktu untuk dapat mengisi kuesioner yang kami telah bagikan dan semoga penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat luas terutama PEMDA Kota Bekasi dan Perusahaan financial technology sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijakan dimasa yang akan datang.

6. REFERENSI

Apriliana, R. marisa. (2020). *the Roles of Financial Literacy in Interest To Use Go-Pay*.

- Azirah, N. (2018). Pengaruh Kemampuan dan Pengetahuan Financial Terhadap Persepsi Kemudahan dan perilaku Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Makassar. *Gastrointestinal Endoscopy*, 10(1), 279–288. <http://dx.doi.org/10.1053/j.gastro.2014.05.023%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gie.2018.04.013%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/29451164%0Ahttp://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC5838726%250Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.gie.2013.07.022%250>
- Center, P. R. (2011). *pew.pdf*. The Generation Gap and the 2012 Election. <https://www.people-press.org/2011/11/03/the-generation-gap-and-the-2012-election-3/>
- Fitriani, A., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Financial Knowledge Terhadap Financial Behavior Dengan Financial Attitude Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 310–319. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/333>
- Ghozali, I. (2016). *Prosedur Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS*.
- Ghozali, P. D. H. I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit-Undip.
- Hanudin Amin, Abdul Rahim Abdul Rahman, S. L. S. J. and A. M. C. H. (2011). *Determinants of customers ' intention to use Islamic personal financing The case of Malaysian Islamic banks*. <https://doi.org/10.1108/17590811111129490>
- Herdjiono, I., Damanik, L. A., & Musamus, U. (2016). Pen Gar Uh Fi Na Nci Al a Tti Tu De , Fi N Anc Ial K Now Le Dge , Par Ent Al in Co Me Te Rh Ada P Fin a Nci Al Ma Nag Em Ent. *Manajemen Teori Dan Terapan*, 1(3), 226–241.
- Herlindawati, D. (2017). Pengaruh Kontrol Diri, Jenis Kelamin, Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 158. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p158-169>
- Ikhwan Ratna, dan H. N. (2015). *Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau*. 68–70.
- Indonesia, kementerian keuangan R. (2017). *Membangun Generasi Berkualitas. XII*(119). <https://www.kemenkeu.go.id/media/4958/media-keuangan-agustus3.pdf>
- Johnstone, D. M. (2001). *Review of Howe and Strauss ' " Millenials Rising : The Next Great Generation "*. 115–117.
- Joseph F. Hair Jr. William C. Black, & Anderson, B. J. B. R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*.
- Leon, S. (2018). *Service mobile apps : a millennial generation perspective*. 118(9), 1837–1860. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2017-0479>
- Mohammad, H. I. (2019). Mediating effect of organizational learning and moderating role of environmental dynamism on the relationship between strategic change and firm performance. *Journal of Strategy and Management*, 12(2), 275–297. <https://doi.org/10.1108/JSMA-07-2018-0064>
- Munawar, A., Suryana, S., & Nugraha, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi. *Akuntabilitas*, 14(2), 253–268. <https://doi.org/10.29259/ja.v14i2.11480>
- Prastika, Y. (2019). No Title. *ペインクリニック学会治療指針 2* (Issue 2).
- Rianto, M. R. (2021). Pengaruh Perubahan Strategi Pemasaran, Kepemimpinan Transformasional dan Organsiasi Pembelajar terhadap Kinerja Perbankan Syariah di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1084–1090. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2590>
- Rianto, M. R., Jasfar, F., & Arafah, W. (2021). *Mediating Effect of Organization Learning on the Relationship Between Strategic Change , Knowledge Management and Transformational Leadership ; Case of Indonesia Islamic Banks*. 10(3), 26–49.
- Rianto, M. R., & Yoganingsih, T. (2020). *Religiusitas, Pengaruh Dan, Pengaruh Sosial Di, Menabung Syariah, Bank Bekasi, Mandiri Manajemen, Prodi Ekonomi, Fakultas Bhayangkara, Universitas Raya, Jakarta Sosial, Pengaruh Pemerintah, Dukungan Menabung, Minat Syariah, Bank*. 16(2), 76–83.
- Richo, M., & Milda, R. (2021). Perilaku Keuangan Terhadap Kepuasan Keuangan Pada Tenaga Harian Lepas Satpol Pp Di Kabupaten (X). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 17(1), 71–77.

- Sugiarti, E. N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang. *E-Jra*, 8(4), 90–104.
- Sulistyowati, A., Rianto, M. R., Sari, R. K., & Narpati, B. (2020). *Indonesian Millennial Generation ; Impact of Internal Factors and External Factors to use the intention of Financial Technology (Mobile Applications Payment) in Jakarta – Indonesia*. 57, 1525–1530.
- Putri, A. N. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Resiko, Manfaat Dan Pendapatan 88 Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699
- Yarli, D. (2018). Analisis Akad Tijarah Pada Transaksi Fintech Syariah Dengan Pendekatan Maqhasid. *YUDISIA : Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 9(2). <https://doi.org/10.21043/yudisia.v9i2.4766>