



Faktor Motivasi Generasi Z Dalam Mengadopsi Fintech : Teori Fokus Regulasi

Muhammad Wildan Affan

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
wildan@umm.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 15 Oktober
2022

Received in Revised 15
November 2022

Accepted 27 November
2022

*Keyword's : regulatory
focus theory, financial
technology, promotion
focus, prevention focus,
intention to continue*

ABSTRACT

This study aims to examine the factors that influence the intention to continue using financial technology. The respondents of this study are Generation Z in Indonesia, using a questionnaire and tested with the SmartPLS program. The results of the study found that the promotion focus described by the variables of economic profit, seamless transaction, convenience had a significant influence on the intention to continue using fintech. Furthermore, the focus of prevention described by the variables of confidentiality and privacy protection does not have a significant effect on the intention to continue using fintech. This illustrates that generation z will use the emotional factor for promotions offered by fintech services.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor – faktor yang mempengaruhi niat untuk tetap menggunakan financial technology. Responden penelitian ini merupakan generasi Z di Indonesia, dengan menggunakan kuisioner dan diuji dengan program smartpls. Hasil penelitian menemukan bahwa fokus promosi yang digambarkan oleh variabel keuntungan ekonomi, seamless transaction, kenyamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech. Lebih lanjut, fokus pencegahan yang digambarkan oleh variabel kerahasiaan dan perlindungan privasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech. Hal ini menggambarkan bahwa generasi Z akan menggunakan faktor emosionalakan promosi yang ditawarkan oleh layanan fintech.

AKUISISI : Jurnal Akuntansi

Website : <http://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.

E-mail address: wildan@umm.ac.id

Peer review under responsibility of *Akuisisi : Accounting Journal*. [2477-2984](https://doi.org/10.24217/2477-2984).

<http://dx.doi.org/10.24217>

PENDAHULUAN

Generasi Z mengenal ungkapan “No Technology, No Financial” yang menggambarkan ketergantungan terhadap teknologi dalam memenuhi kebutuhan ekonomi. Ketergantungan teknologi tidak terlepas dari kehidupan generasi ini yang diiringi dengan pertumbuhan teknologi (Kapil & Roy, 2014). Sehingga mengakibatkan generasi ini suka bekerja dengan teknologi untuk membantu mewujudkan tujuan mereka (Ozkan & Solmaz, 2015). Selain itu, generasi muda termasuk generasi z dianggap kelompok yang mudah beradaptasi dengan teknologi (Priantinah, Aisyah, & Nurim, 2019). Oleh karena itu, generasi z merupakan konsumen atau pengguna yang menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung dan mengarahkan perkembangan teknologi di masa mendatang.

Perkembangan teknologi yang cepat memudahkan pertukaran informasi. Smartphone merupakan perangkat dari hasil perkembangan teknologi yang hampir selalu dibawa oleh pengguna untuk kegiatan sehari-hari (Laudon & Traver, 2017). Generasi z menggunakan smartphone dalam sehari-hari cenderung untuk melakukan pertukaran informasi. Saat ini, pertukaran informasi telah meluas pada perekonomian yang memunculkan layanan yang biasa disebut *financial technology* (*fintech*). Fintech mengacu pada “segmen yang berada di persimpangan sektor jasa keuangan dan sektor teknologi dimana perusahaan baru yang berfokus pada teknologi dan pendatang baru berinovasi membuat produk dan layanan yang saat ini disediakan oleh industri jasa keuangan tradisional”. Munculnya fintech sangat dirasa kebermanfaatannya saat melakukan pembayaran, pinjaman, dan investasi dengan menggunakan smartphone (Chang, Wong, Lee, & Jeong, 2016).

Fintech di Indonesia sedang berkembang dengan kategori pesat, hal ini dibuktikan dengan kemunculan start up dan diberlakukannya berbagai kebijakan oleh pemerintah dalam rangka memberikan kemudahan dan keamanan bagi pengguna khususnya generasi z. Lebih lanjut, kemunculan fintech berdasarkan hasil survei aftech menunjukkan sebanyak 178 fintech berfokus memberikan layanan kepada segmen yang tidak dilayani oleh perbankan. Perkembangan fintech secara keseluruhan membuat pemerintah harus memastikan arus digitalisasi berkembang dalam ekosistem ekonomi dan keuangan digital yang kondusif. Untuk itu, pemerintah membuat visi sistem pembayaran indonesia (SPI) 2025 dalam rangka mengantisipasi kemungkinan berubahnya risiko meliputi integrasi ekonomi keuangan digital nasional, digitalisasi perbankan, interlink antara fintech dengan perbankan, keseimbangan antara inovasi dengan *consumers protection*, integritas dan stabilitas serta persaingan usaha yang sehat, dan kepentingan nasional dalam ekonomi keuangan digital antar negara..

Sistem pembayaran dengan teknologi (*fintech*) akan disertai oleh beberapa tantangan antara management konsumen dan tantangan regulasi pemerintah. (Lee & Shin, 2018). Tantangan tersebut menekankan penelitian yang dapat menggambarkan hubungan antara penggunaan oleh konsumen khususnya generasi z dengan fintech itu sendiri. Hal ini dikarenakan fintech berbeda dengan

layanan teknologi lainnya, dimana fintech berhubungan dengan kekayaan dan kesejahteraan pengguna sehingga memerlukan kontrol risiko dan motivasi yang tinggi (Higgins, 1997). Teori fokus regulator menggambarkan perilaku konsumen dengan fokus promosi dan fokus pencegahan dalam menggunakan fintech. Individu fokus promosi membutuhkan rasa atas benefit yang diperoleh dari penggunaan fintech sedangkan individu fokus pencegahan membutuhkan rasa aman dari penggunaan fintech. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menganalisis faktor – faktor yang memotivasi konsumen generasi z dalam menggunakan fintech. Hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi perusahaan fintech dalam menerapkan berbagai strategi untuk dapat bersaing dan bermanfaat bagi pemerintah dalam membuat berbagai kebijakan dalam rangka mengendalikan perekonomian dan memberikan perlindungan bagi pengguna.

Teori fokus regulator

Manusia pada dasarnya memiliki dorongan yang luas untuk mencari kesenangan dan menghindari rasa sakit (Higgins, 1997). Higgins (1997) juga mengembangkan sebuah pemahaman yang lebih baik tentang konsep yang mendasari dan memotivasi manusia secara umum. Salah satu prinsip tersebut adalah aspek yang berhubungan dengan motivasi kinerja tugas, yaitu *Regulatory Focus*. Dalam *Regulatory Focus Theory* sendiri meneliti motif individu dan bagaimana individu dalam mengejar tujuannya, dimana individu menyesuaikan standar dan tujuan mereka. Penelitian tentang *Regulatory Focus* mengasumsikan bahwa individu beroperasi dengan *Promotion Focus* atau *Preventif Focus*. Individu yang berfokus pada promosi (*Promotion Focus*) memusatkan perhatian mereka pada kemajuan dan untuk mencapai tujuan, cita-cita, harapan, dan keadaan akhir yang diinginkan, seperti kesuksesan. Sebaliknya, individu yang berfokus pada pencegahan (*Preventif Focus*) berupaya untuk meminimalkan kehilangan dan berkonsentrasi pada aspek-aspek seperti keamanan, keselamatan, dan tanggung jawab; mereka menargetkan pemenuhan tugas dan kewajiban (Tumasjan & Braun, 2012).

Fokus promosi

Fokus promosi menyangkut kebutuhan akan suatu pencapaian yang mengacu pada keuntungan didapatkan (Jiang & Papi, 2022). Penggunaan FinTech oleh individu yang berfokus pada promosi, kemungkinan dimotivasi oleh manfaat dari layanan yang diterima. (Chang, Wong, Lee, & Jeong, 2016). Manfaat yang dirasakan oleh individu dalam suatu sikap dapat dikelompokkan menjadi manfaat utilitarian dan manfaat hedonis (Hirschman & Holbrook, 1982). Manfaat utilitarian berkaitan dengan nilai fungsional dan dinyatakan sebagai konsep ekonomi dan manfaat hedonis berkaitan dengan nilai non-fungsional yang mengarah ke konsep perilaku terkait pengalaman pribadi (Carpenter, Moore, & Fairhurst, 2005; Overby & Lee, 2006). Penelitian ini akan menfokuskan pada manfaat utilitarian sebagai konsep ekonomi dari penggunaan fintech yang meliputi keuntungan ekonomi, *seamless transaction*, kenyamanan.

Manfaat ekonomi merupakan salah satu keunggulan Fintech meliputi pengurangan biaya yang secara langsung dapat mempengaruhi niat adopsi pengguna (Haqqi & Suzianti, 2020; Ryu, 2018). *Seamless transaction* mengacu pada manfaat melakukan transaksi dengan FinTech seperti pengiriman uang dan investasi yang akan mempengaruhi niat penggunaan fintech (Diana & Leon, 2020; Mascarenhas, Perpétuo, Barrote & Perides, 2021). kenyamanan pinjaman FinTech telah mendorong peminjam untuk mengkonsumsi lebih banyak dibandingkan memperbaiki situasi keuangan mereka (Agarwal & Chua, 2020). Berdasarkan uraian di atas hipotesis mengenai fokus promosi sebagai berikut.

H₁ : keuntungan ekonomi berpengaruh positif terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech

H₂ : *seamless transaction* berpengaruh positif terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech

H₃ : kenyamanan berpengaruh positif terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech

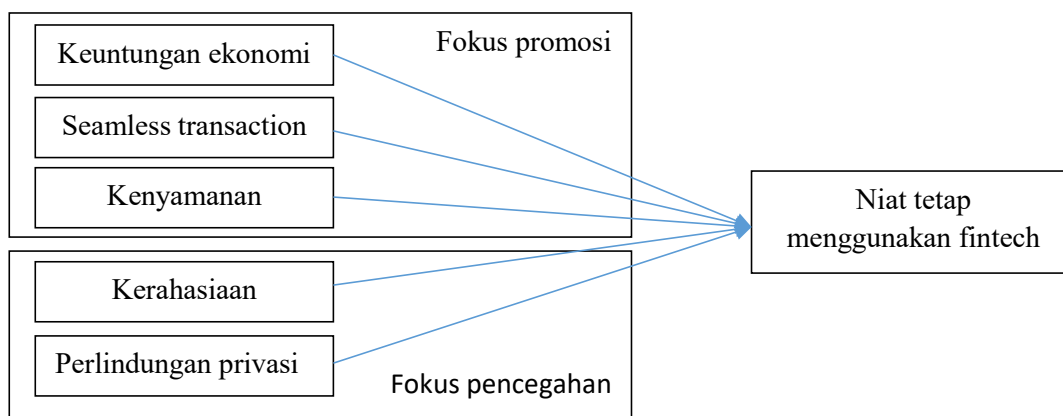
Fokus pencegahan

Fokus pencegahan menyangkut kebutuhan akan suatu keamanan yang mengacu pada kerugian yang akan ditimbulkan (Jiang & Papi, 2022). Fintech sebagai layanan transaksi moneter perlu untuk membangun sistem keamanan yang baik termasuk kebijakan privasi yang ada untuk mendorong jumlah pengguna (Chang, Wong, Lee, & Jeong, 2016). Penelitian ini menggunakan konsep kontrol keamanan berupa kerahasiaan dan perlindungan privasi.

Kerahasiaan adalah tentang perlindungan informasi pribadi yang wajib untuk dilindungi (Mohd, 2019; Tsary, & Dahlia, 2022). Pentingnya kerahasiaan dalam penggunaan fintech akan mendorong pengguna untuk berhati – hati dalam menggunakan fintech. Privasi tidak sama dengan kerahasiaan, privasi merupakan konsep yang lebih luas dari sekedar kerahasiaan yang meliputi hak untuk mengontrol peredaran informasi tentang seseorang (Salim, & Neltje, 2022). Penggunaan fintech sangat dipengaruhi oleh privasi atas layanan yang ditawarkan, sehingga perlindungan privasi umumnya dianggap sebagai salah satu aspek paling signifikan dalam domain keamanan finansial (Gai, Qiu, Sun, & Zhao, 2016; Irawan, & Affan, 2020). Berdasarkan uraian di atas hipotesis mengenai fokus promosi sebagai berikut.

H₄ : kerahasiaan berpengaruh positif terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech

H₅ : perlindungan privasi berpengaruh positif terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan yang digunakan untuk memperoleh data penelitian yaitu menggunakan pendekatan survei. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pandangan masyarakat atas intensi untuk penggunaan *financial technology*. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z yang pernah menggunakan *financial technology*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara pembagian kuisisioner secara langsung terhadap responden yaitu mahasiswa yang pernah menggunakan *financial technology*. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan angket untuk diisi oleh responden. Hasil angket responden dianalisis menggunakan metode Structural Equation Model (SEM) dengan alat statistic SmartPls.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen penelitian ini adalah keuntungan ekonomi, *seamless transaction*, kenyamanan, kerahasiaan dan perlindungan privasi. Variabel dependen dalam penelitian adalah niat untuk tetap menggunakan *financial technology*.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Pengukuran
Keuntungan ekonomi	Pengurangan biaya dan keuntungan finansial dari transaksi fintech (Ryu, 2018)	Adopsi dari (Featherman & Pavlou, 2003; Lee, 2009)
Seamless transaction	Karakteristik dari transaksi fintech yang menjadi pembeda dengan proses keuangan lembaga tradisional (Ryu, 2018)	Adopsi dari (Chishti, 2016)
Kenyamanan	Salah satu motivasi ekstrinsik fintech yang didorong oleh portabilitas dan aksesibilitas langsung mengacu pada fleksibilitas waktu dan lokasi (Chuen, Lee, & Teo, 2015; Kim, Mirusmonov, & Lee, 2010)	Adopsi dari (Okazaki and Mendez, 2013)
Kerahasiaan	Aspek penting dari keamanan komputer yang tergantung pada mekanisme otentikasi untuk melindungi akses ke informasi (Parker, 1992)	Adopsi dari (Suh & Han, 2003)
Perlindungan privasi	Privasi merupakan informasi pribadi yang berhubungan dengan perusahaan. Perlindungan privasi merupakan salah satu yang paling utama dalam jaringan sosial (Qiu, Gai, & Xiong, 2018)	Adopsi dari (Suh & Han, 2003)
Niat untuk tetap menggunakan	Konsumen yang memiliki pengalaman menggunakan fintech dan ingin terus	Adopsi dari (Cheng et al.,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi niat untuk tetap menggunakan financial technology (Fintech) oleh generasi z memiliki peran yang penting dalam memastikan pertumbuhan perekonomian. Untuk memperoleh hasil yang maksimal, penelitian ini menganalisis data menggunakan Structural Equation Model (SEM). Pengujian ini melalui dua tahapan analisis data. Pertama evaluasi pengukuran model yaitu memastikan validitas dan reliabilitas model yang dibentuk dan kedua menguji hipotesis yang dibangun.

Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang berniat menggunakan fintech dalam kegiatan bisnisnya. Proses pengumpulan data dilakukan pada tahun 2020 kurang lebih selama 4 bulan. Hasil penelitian diperoleh dari kuesioner yang telah disebarakan kepada generasi z secara daring. Profil responden dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Jenis kelamin responden

Hasil sebaran kuesioner pada gambar 1 dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini merupakan pelaku UMKM yang mayoritas perempuan.

Uji Instrumen

Pengujian instrumen merupakan pengujian yang wajib dilakukan dalam penelitian kuantitatif. Tahapan dalam pengujian ini adalah menguji validitas yang bertujuan untuk menilai ketepatan alat ukur yang digunakan untuk pengukuran variabel dan uji reliabilitas yang bertujuan untuk menilai keandalan dari alat ukur yang digunakan untuk pengukuran variabel.

Uji Validitas

Validitas instrumen dilakukan dengan mengevaluasi validitas variabel. Penelitian ini menggunakan average variance extracted (AVE) untuk menguji validitas variabel. Average variance extracted merupakan koefisien yang menjelaskan varian di dalam indikator yang dapat dijelaskan oleh faktor umum, dengan melihat koefisien ini maka dapat mengungkapkan validitas diskriman karena koefisien ini menggambarkan interkorelasi internal yaitu korelasi antar indikator di dalam model (Santoso, 2011). AVE menggambarkan variabel yang valid jika nilai AVE lebih dari 0,5 (Barclay, Higgings, & Thompson, 1995). Berikut hasil dari nilai AVE dari masing – masing variabel.

Tabel 2. Uji validitas

Variabel	AVE	Keputusan
X1	0,614	Valid
X2	0,770	Valid
X3	0,780	Valid
X4	0,764	Valid
X5	0,694	Valid
Y	0,730	Valid

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa nilai AVE dari masing – masing variabel lebih dari 0,5. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini handal dan memiliki kemampuan yang baik dalam mewakili skor data asli.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diuji menggunakan composite reliability. Composite reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas dari konstruk, dimana dikatakan reliabel jika nilai composite reliabel lebih dari 0,70.. Berikut hasil composite reliability.

Tabel 3. Uji composite reliability

Variabel	Composite reliability	Keputusan
X1	0,826	Reliabel
X2	0,870	Reliabel
X3	0,914	Reliabel
X4	0,907	Reliabel
X5	0,900	Reliabel
y	0,890	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai dari composite reliability masing – masing variabel lebih dari 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa pengukuran dalam penelitian ini memenuhi unsur reliabilitas.

Evaluasi Struktur Model

Evaluasi model struktural merupakan kegiatan esensial dalam penelitian ini. Evaluasi ini diperoleh dari kesesuaian variabel penelitian dalam model. Variabel penelitian ditunjukkan pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Variabel penelitian

Variabel independen		Variabel dependen	
X1	Keuntungan Ekonomi	Y	Niat tetap menggunakan fintech
X2	Seamless Transaction		
X3	Kenyamanan		
X4	Kerahasiaan		
X5	Perlindungan Privasi		

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu variabel keuntungan ekonomi, seamless transaction, kenyamanan, kerahasiaan dan perlindungan privasi sebagai variabel independen serta niat tetap menggunakan fintech sebagai variabel dependen. Evaluasi struktur modal dilakukan dengan melihat nilai R². Nilai R² digunakan untuk mengetahui kemampuan menjelaskan variabel independen terhadap dependen. Jika nilai R mendekati 1 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen sangat mempengaruhi terhadap variabel dependen. Berikut hasil R-square penelitian.

Tabel 5. R square

Variabel	R square
Y	0,606

Hasil evaluasi variabel fokus promosi dan fokus pencegahan terhadap mitigasi resiko memiliki nilai R-square sebesar 0,606. Hal ini dapat dikatakan bahwa secara simultan pengaruhnya cukup signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Uji Hipotesis

Penelitian ini membangun hipotesis berdasarkan teori – teori yang ada dan hasil dari berbagai penelitian. Hasil evaluasi dari hal tersebut membentuk lima hipotesis untuk menggambarkan hubungan dari enam variabel. Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui ditolak atau diterimanya hipotesis yang telah dibangun berdasarkan konseptual penelitian.

Pengujian hipotesis ini dilihat dari nilai path coefficient yang dihasilkan. Hipotesis dikatakan diterima jika memiliki nilai p-value kurang dari 0,05. Hasil pengujian hipotesis sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil hipotesis

	P value	Keputusan
X1 → Y	0,001	Diterima
X2 → Y	0,005	Diterima
X3 → Y	0,000	Diterima
X4 → Y	0,243	Ditolak
X5 → Y	0,354	Ditolak

Hasil uji hipotesis mengindikasikan terdapat pengaruh yang signifikan antara tiga prediktor – keuntungan ekonomi, seamless transaction, kenyamanan terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech. Sedangkan dua prediktor – kerahasiaan dan perlindungan privasi tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech. Prediktor pertama – keuntungan ekonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech, yang dilihat dari nilai p value sebesar 0,001. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat keuntungan ekonomi yang dirasakan dari penggunaan fintech akan mendorong generasi z untuk berniat tetap menggunakan fintech. Prediktor kedua – seamless transaction memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech, yang dilihat dari nilai p value sebesar 0,005. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kemudahan transaksi yang dirasakan dari penggunaan fintech akan mendorong generasi z untuk berniat tetap menggunakan fintech. Prediktor ketiga – kenyamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech, yang dilihat dari nilai p value sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kenyamanan yang dirasakan dari penggunaan fintech akan mendorong generasi z untuk berniat tetap menggunakan fintech.

Disisi lain, prediktor keempat – kerahasiaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech, yang dilihat dari nilai p value sebesar 0,243. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi atau rendah kerahasiaan yang dirasakan dari penggunaan fintech tidak akan mendorong generasi z untuk berniat tetap menggunakan fintech. Prediktor kelima – perlindungan privasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech, yang dilihat dari nilai p value sebesar 0,354. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi atau rendah perlindungan privasi yang dirasakan dari penggunaan fintech tidak akan mendorong generasi z untuk berniat tetap menggunakan fintech.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor – faktor yang mempengaruhi generasi z untuk berniat tetap menggunakan fintech. Prediktor yang digunakan dalam penelitian ini

menggunakan pendekatan sifat yang melekat pada seseorang yang meliputi fokus promosi dan fokus pencegahan. Hasil temuan mengindikasikan fokus promosi yang digambarkan oleh faktor keuntungan ekonomi, seamless transaction dan kenyamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech. Meskipun demikian, fokus pencegahan yang digambarkan oleh kerahasiaan dan perlindungan privasi tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk tetap menggunakan fintech. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Hal ini menandakan bahwa generasi z lebih cenderung mempertimbangkan faktor promosi dari pada faktor pencegahan dalam menggunakan fintech. Hasil penelitian ini memperkaya argumen (Jabłońska, 2017) mengenai generasi z yang menganggap realitas online sama pentingnya dengan yang asli sehingga fokus promosi yang lebih menonjolkan intuisi dan emosi dari pengguna akan sangat mendorong dari penggunaan fintech

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, S., & Chua, Y. H. (2020). FinTech and household finance: a review of the empirical literature. *China Finance Review International*, 10(4), 361-376.
- Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to casual modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology Studies*, 2: 285–309, 1995. Hypothesis Testing. *View at*.
- Carpenter JM, Moore M, Fairhurst AE (2005) Consumer shopping value for retail brands. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* 9(1):43–53
- Chang, Y., Wong, S. F., Lee, H., & Jeong, S. P. (2016). *What motivates chinese consumers to adopt FinTech services: a regulatory focus theory*. Paper presented at the Proceedings of the 18th annual international conference on electronic commerce: e-commerce in smart connected world.
- Chuen, K., Lee, D., & Teo, E. G. (2015). Emergence of fintech and the LASIC principles. *Journal of Financial Perspectives*, 3(3).
- Diana, N., & Leon, F. M. (2020). Factors affecting continuance intention of FinTech payment among Millennials in Jakarta. *European Journal of Business and Management Research*, 5(4).
- Gai, K., Qiu, M., Sun, X., & Zhao, H. (2016, December). Security and privacy issues: A survey on FinTech. In *International Conference on Smart Computing and Communication* (pp. 236-247). Springer, Cham.
- Haqqi, F. R., & Suzianti, A. (2020, June). Exploring risk and benefit factors affecting user adoption intention of fintech in Indonesia. In *Proceedings of the 3rd Asia Pacific Conference on Research in Industrial and Systems Engineering 2020* (pp. 13-18).
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American psychologist*, 52(12), 1280.
- Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions. *Journal of marketing*, 46(3), 92-101.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(1), 52-62.
- Jabłońska, M. R. (2017). Modern consumer in cyberspace—internet and psychology approach. *Foundations of Management*, 9(1), 111-122.
- Jiang, C., & Papi, M. (2022). The motivation-anxiety interface in language learning: A regulatory focus perspective. *International Journal of Applied Linguistics*, 32(1), 25-40.

- Kapil, Y., & Roy, A. (2014). Critical evaluation of generation Z at workplaces. *International Journal of Social Relevance & Concern*, 2(1), 10-14.
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310-322.
- Laudon, C., & Traver, G. (2017). *E-Commerce 2017: Business. technology. society* (Vol. 13): Pearson Education, Inc.
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.
- Lim, S. H., Kim, D. J., Hur, Y., & Park, K. (2019). An empirical study of the impacts of perceived security and knowledge on continuous intention to use mobile fintech payment services. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 35(10), 886-898.
- Mascarenhas, A. B., Perpétuo, C. K., Barrote, E. B., & Perides, M. P. (2021). The influence of perceptions of risks and benefits on the continuity of use of fintech services. *BBR. Brazilian Business Review*, 18, 1-21.
- Mohd, K. B. (2019). The Integrity of Fintech In Information Security From Islamic Perspective. *Editorial board*, 61.
- Overby JW, Lee EJ (2006) The effects of utilitarian and hedonic online shopping value on consumer preference and intentions. *J Bus Res* 59(10/11):1160–1166
- Ozkan, M., & Solmaz, B. (2015). The changing face of the employees—generation Z and their perceptions of work (a study applied to university students). *Procedia Economics and Finance*, 26, 476-483.
- Parker, D. B. (1992). *Restating the foundation of information security*. Paper presented at the Proceedings of the IFIP TC11, Eighth International Conference on Information Security: IT Security: The Need for International Cooperation.
- Priantinah, D., Aisyah, M. N., & Nurim, Y. (2019). *The Analysis of Technology Acceptance Model (TAM) For Personal Financial Management On Mobile Application Technology*. Paper presented at the International Conference on Banking, Accounting, Management, and Economics (ICOBAME 2018).
- Qiu, M., Gai, K., & Xiong, Z. (2018). Privacy-preserving wireless communications using bipartite matching in social big data. *Future Generation Computer Systems*, 87, 772-781.
- Ryu, H.-S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*.
- Salim, S. C., & Neltje, J. (2022, April). Analysis of Legal Protection Towards Personal Data in E-Commerce. In *3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)* (pp. 639-646). Atlantis Press.
- Santoso, S. (2011). *Struktural Equation Model (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*". Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Suh, B., & Han, I. (2003). The impact of customer trust and perception of security control on the acceptance of electronic commerce. *International Journal of electronic commerce*, 7(3), 135-161.
- Tsary, S. R., & Dahlia, D. (2022). Existence of Financial Technology (Fintech) on the Role of Indonesian Society. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(8), 89-98.
- Tumasjan, A., & Braun, R. (2012). In the eye of the beholder: How regulatory focus and self-efficacy interact in influencing opportunity recognition. *Journal of Business Venturing*, 27(6), 622-636.