

DAMPAK DATA SECURITY TERHADAP ADOPSI PENGGUNAAN FINTECH BAGI GEN Z

Rindi Andini^{a*}, Happy Febrina Hariyani^b

^{a,b} Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

* Corresponding author: rindiandini29m@gmail.com

Abstract

This research aims to determine empirically the influence of perceived ease of use (PEU), perceived usefulness (PU), and data security (DAS) on Fintech adoption intentions through Fintech promotion (FP), and customer trust (CT) in FINTECH for Gen Z. Data from 100 people aged between 15 and 25 years who have filled out the questionnaire. This quantitative research uses a cross-sectional research design, and data is analyzed using the Partial Least Square (PLS)-Structural Equation Modeling (SEM) technique. This research will add to the existing literature on Fintech service adoption by providing new understanding of the factors that determine user behavior in adopting Fintech services. Therefore, this research can help regulators regarding data security through proper IT infrastructure can help increase Fintech adoption. Additionally, the findings of this research also demonstrate the importance for Fintech innovators to understand their customers' attitudes regarding data transparency and security.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh persepsi kemudahan pengguna (PEU), persepsi kegunaan (PU), dan keamanan data (DAS) terhadap niat adopsi Fintech melalui promosi Fintech (FP), dan kepercayaan pelanggan (CT) pada FINTECH bagi gen Z. Data dari 100 masyarakat yang berusia antara 15 dan 25 tahun yang telah mengisi kuesioner. Penelitian kuantitatif ini menggunakan desain penelitian silang sectional, dan data dianalisis melalui teknik Partial Least Square (PLS)-Structural Equation Modeling (SEM). Penelitian ini akan menjadi tambahan terhadap literatur yang ada mengenai adopsi layanan Fintech dengan memberikan pemahaman baru tentang faktor-faktor yang menentukan perilaku pengguna dalam mengadopsi layanan Fintech. Oleh karena itu, penelitian ini dapat membantu regulator tentang keamanan data melalui infrastruktur TI yang tepat dapat membantu meningkatkan adopsi Fintech. Selain itu, temuan penelitian ini juga menunjukkan pentingnya bagi para inovator Fintech untuk memahami sikap pelanggan mereka mengenai transparansi data dan keamanannya.

Keywords: *fintech; data security; customer trust*

JEL Classification:

D18, G23, P34

Artikel Info

Article history:

Received 9 Juni 2024

Revised 5 Oktober 2024

Accepted 10 Oktober 2024

Available online 11 Oktober 2024

Copyright (c) 2024

Rindi, A. & Happy, F. H.

This is an open access article and licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License



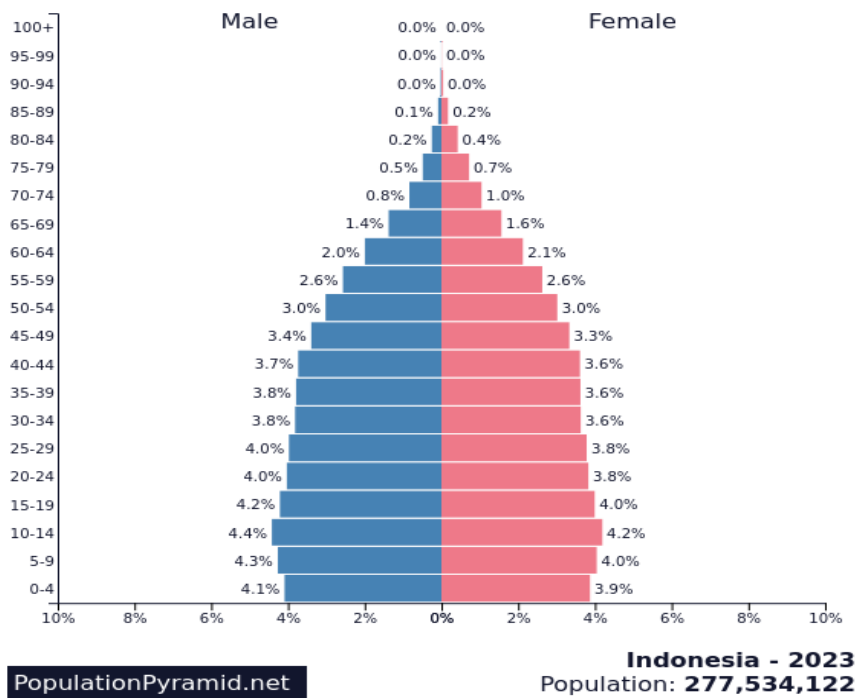
PENDAHULUAN

Dalam kehidupan kita tidak mungkin bisa lepas dari kemajuan teknologi. Pada era modern saat ini, perluasan teknologi bukanlah hal baru. Internet merupakan salah satu perwujudan dari TIK. Pengelolaan internet merupakan topik besar dan kompleks (Hassanah & Wahyudi, 2021). Tidak bisa dipungkiri bahwa fakta teknologi ini terus berkembang dengan baik di berbagai belahan dunia dalam berbagai sektor, salah satunya keuangan. Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam bidang teknologi keuangan (*financial technology*) atau bisa disebut dengan istilah *fintech*. Industri ini mencakup berbagai layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk pinjaman online, pembayaran digital, investasi, asuransi digital, P2P, SCF, dan manajemen keuangan pribadi. Dengan meningkatnya jumlah startup yang menyediakan solusi keuangan mutakhir sejak tahun 2015, Fintech telah berkembang pesat di Indonesia. Penggunaan fintech sangat penting untuk meningkatkan inklusi keuangan, khususnya di bidang-bidang yang terabaikan oleh lembaga keuangan tradisional (Bank Indonesia, 2020). Oleh karena itu, layanan keuangan harusnya lebih mudah di akses dan efisien.

Platform Fintech menjadi semakin populer di kalangan investor Generasi Z. Dengan investasi minimum yang rendah dan antarmuka yang mudah digunakan yang menarik bagi investor pemula. Seiring meningkatnya jumlah investor dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat telah banyak mengubah cara orang berinvestasi, salah satunya dengan berinvestasi melalui platform digital seperti Bibit, Bareksa, Tanamduit, Ajaib, Poems dan platform lainnya yang terdaftar dalam OJK (Otoritas Jasa Keuangan) (Novia, 2023). Investasi di pasar modal juga merupakan alternatif investasi yang mudah diakses oleh masyarakat luas semenjak dibukanya Bursa Efek Indonesia (BEI) (Bakhri, 2018) Literasi keuangan di kalangan generasi muda meningkat melalui konten instruksional yang ditawarkan oleh banyak platform investasi Fintech. (Keng-Soon et al., 2019) Hal ini membantu Generasi Z dalam memahami konsep dasar investasi, bahaya, dan strategi keuangan. Selain itu, Gen Z tertarik pada berbagai produk investasi seperti emas, saham, reksa dana, ekuitas, dan aset digital seperti mata uang kripto, yang membantu mereka mendiversifikasi kepemilikan dan mengendalikan risiko dengan lebih baik (Tumewu, 2019).

Salah satu tujuan utama ekspansi global fintech adalah Gen Z. Selain itu, kelompok Gen Z dinilai lebih inovatif, serba cepat, dinamis, dan melek

digital. Hal ini sejalan dengan pesatnya perkembangan fintech yang berubah dan berkembang dalam waktu singkat. Sejak masyarakat ada di era digital, Generasi Z lebih terbiasa dan nyaman dengan teknologi di segala bidang kehidupan, termasuk keuangan. Dibandingkan dengan cara tradisional, mereka biasanya lebih menyukai metode pembayaran digital seperti layanan perbankan digital dan e-wallet (GoPay, OVO, Dana). Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mengatakan generasi Z adalah generasi yang dilabeli minim batasan, namun Gen Z memiliki ekspektasi, preferensi, dan perspektif kerja yang berbeda dan dinilai sebagai tantangan bagi organisasi.



Gambar 1 Piramida populasi penduduk Indonesia tahun 2023

Pada gambar 1 menunjukkan bahwa piramida populasi Indonesia pada tahun 2023 mencerminkan dominasi oleh generasi Z, dengan bagian terluas terletak pada kelompok usia muda. Jumlah individu generasi Z yang signifikan dalam piramida ini menandakan pergeseran demografis yang khas, dimana pengaruh dan kontribusi mereka terhadap struktur sosial dan ekonomi dapat menjadi factor penting dalam membentuk arah perkembangan negara. Mereka tumbuh dengan akses ke internet, smartphone, dan berbagai teknologi digital lainnya, yang membentuk preferensi dan perilaku mereka dalam hal teknologi dan keuangan. Sosial media juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan keuangan Gen Z, karena mereka sering mendapatkan informasi tentang produk keuangan, investasi, dan tips pengelolaan uang dari platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Tingginya pengguna jasa internet di

Indonesia juga berdampak pada tumbuh pesatnya perusahaan Fintech (Benuf et al., 2019). Beberapa hal yang dapat dikategorikan ke dalam bidang fintech, antara lain proses pembayaran, transfer uang, penjualan dan pembelian saham, proses peminjaman uang secara P2P, dan lain-lain. (Haidar et al., 2012)

Penelitian sebelumnya mengenai penerapan teknologi Fintech, perlindungan data, dan keamanan siber telah menunjukkan hubungan yang kuat antara ketiga permasalahan ini dan pentingnya ketiga permasalahan tersebut dalam ekosistem digital yang berkembang pesat. Penelitian telah menunjukkan bahwa, khususnya di industri keuangan, yang sangat rentan terhadap serangan siber, keamanan siber merupakan landasan penting dalam perlindungan data. Sejumlah penelitian, seperti yang dilakukan oleh Smith (2018), menunjukkan bahwa kerugian finansial yang serius dan kerusakan reputasi dapat diakibatkan oleh pelanggaran keamanan siber. Studi juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi Fintech harus didukung oleh inisiatif untuk meningkatkan kesadaran pengguna dan penyedia layanan tentang praktik terbaik keamanan siber. Berdasarkan penelitian sebelumnya, kolaborasi antara sektor publik dan komersial diperlukan untuk menciptakan pedoman keamanan yang konsisten dan efektif memerangi ancaman siber (Khan et al., 2021).

Dalam konteks keamanan dan penggunaan teknologi keuangan kontemporer, hubungan antara adopsi fintech, perlindungan data, dan keamanan siber oleh Gen Z merupakan topik yang sangat penting. Sektor fintech sangat bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi. Oleh karena itu, perlindungan data dan bahaya yang terkait dengan keamanan siber menjadi sangat penting. Keamanan siber adalah serangkaian prosedur, alat, dan pedoman yang dibuat untuk melindungi terhadap ancaman, intrusi, dan akses ilegal ke jaringan, sistem, dan data komputer. Lebih lanjut, perlindungan data menjelaskan tindakan yang diambil untuk menjaga ketersediaan, kerahasiaan, dan integritas data dalam jaringan atau sistem komputer. Kontrol akses, otentikasi, enkripsi, dan prosedur keamanan lainnya digunakan dalam hal ini (Desiyanti, 2022).

Platform dengan tingkat keamanan yang tinggi cenderung lebih dipercaya oleh Generasi Z. Gen Z mungkin ragu untuk menggunakan platform fintech jika platform tersebut tidak memiliki perlindungan data yang kuat dan langkah-langkah keamanan yang memadai. Di bidang fintech, keamanan dan perlindungan data yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan Gen Z terhadap platform tersebut. Hal ini dapat mendorong penggunaan fintech sebagai metode pengelolaan uang yang praktis dan aman. Di sisi lain, kepercayaan Generasi Z terhadap platform fintech mungkin akan rusak dan penerapannya mungkin terhambat jika terjadi insiden keamanan atau pelanggaran data pada platform tersebut. Dengan demikian, terdapat hubungan erat antara adopsi fintech, perlindungan data, dan keamanan siber

oleh Gen Z. Privasi dan keamanan data yang kuat menjadi pertimbangan penting bagi Gen Z ketika mengambil keputusan.

Fintech yang mempunyai banyak manfaat kemungkinan besar juga akan ada efek negatifnya. Kejahatan adalah salah satu efek negatif dari adanya fintech. Kejahatan ini dapat dilakukan bukan hanya di dunia fisik tetapi juga online, atau melalui dunia maya. Pelanggan enggan menggunakan aplikasi tersebut karena munculnya beberapa risiko terkait transaksi fintech. Wajar saja, untuk menggunakan fitur-fitur yang ada pada aplikasi saat ini, pengguna fintech harus memasukkan data pribadi ke dalam sistem informasi. Hal ini memfasilitasi penyalahgunaan informasi yang diberikan pelanggan (Aditya & Putu Mahyuni, 2022)

Pertimbangan masyarakat untuk menggunakan aplikasi semakin menurun seiring dengan meningkatnya risiko (Wijayanto et al., 2020).Keamanan data dan privasi merupakan hambatan utama dalam penerapan fintech. Dalam fintech, kasus perlindungan data sering kali mengakibatkan pelanggaran privasi, keamanan, atau kebocoran informasi pribadi. Misalnya, terdapat insiden kebocoran data konsumen di platform fintech yang meningkatkan kemungkinan penipuan atau pencurian identitas (Valentino et al., 2022).

Hal-hal ini tentu saja melibatkan keamanan dunia maya dan perlindungan data pribadi. Gagasan perlindungan data pribadi menurut (Eka Martiana Wulansari, 2020) adalah pengaturan lengkap untuk mengatur orang, perusahaan, dan lembaga hukum melalui undang-undang khusus yang mengatur data pribadi. Kedua sudut pandang ini terkait dengan keamanan. Sementara itu untuk melindungi perusahaan, aset pengguna, dan lingkungan kriminal, keamanan cyber adalah kombinasi dari alat hukum, konsep keamanan, perlindungan keamanan, peraturan, teknik manajemen risiko, kegiatan, pelatihan, praktik terbaik, jaminan, dan teknologi (Devi et al., 2022).

Penggunaan layanan Fintech semakin meningkat, begitu pula risiko terhadap keamanan siber. Organisasi Fintech perlu menerapkan langkah-langkah keamanan yang kuat untuk mengamankan data pelanggan karena serangan siber termasuk phishing, malware, dan pelanggaran data merupakan risiko yang serius (OJK, 2021). Mempertimbangkan hal-hal tersebut di atas, OJK memandang perlu adanya penelitian terhadap penciptaan regulasi dan pengawasan. Sebagaimana disyaratkan dalam UU NO 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, OJK bertugas melindungi dan mengedukasi masyarakat serta konsumen. Inisiatif pendidikan dan literasi masyarakat juga akan berdampak pada pengembangan produk. Ada pula beberapa regulasi seperti Peraturan OJK No.13/POJK.02/2018 tentang Keuangan Digital Inovasi di Sektor Jasa Keuangan, Peraturan Menkominfo No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik dan Fatwa DSN MUI Terkait atau Fatwa DSN MUI Utama. Seperti

yang telah di jelaskan tersebut maka dapat dipastikan bahwa Fintech di Indonesia aman untuk digunakan (Inda & Rahma, 2018)

Beberapa isu utama yang dapat ditentukan dari tinjauan literatur yaitu meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai strategi keamanan siber, banyak perusahaan terutama perusahaan kecil dan menengah masih tidak menerapkan strategi tersebut secara konsisten. Kedua, strategi perlindungan data yang lebih komprehensif atau menyeluruh masih diperlukan, strategi yang dapat mematuhi persyaratan hukum dan waspada terhadap risiko baru. Ketiga, agar teknologi Fintech dapat diadopsi, kepercayaan pengguna harus meningkat, dan hal ini hanya dapat terjadi melalui keterbukaan dan pelatihan kesadaran keamanan yang memadai. Beberapa kebutuhan penelitian yang mendesak seperti penciptaan model keamanan yang lebih mudah beradaptasi, studi kasus implementasi terbaik, dan teknik untuk meningkatkan kesadaran keamanan di kalangan pengguna teknologi Fintech (Irawan & Affan, 2020).

Platform dengan tingkat keamanan yang tinggi cenderung lebih dipercaya oleh Generasi Z. Gen Z mungkin ragu untuk menggunakan platform fintech jika platform tersebut tidak memiliki perlindungan data yang kuat dan langkah-langkah keamanan yang memadai. Di bidang fintech, keamanan dan perlindungan data yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan Gen Z terhadap platform tersebut. Hal ini dapat mendorong penggunaan fintech sebagai metode pengelolaan uang yang praktis dan aman. Di sisi lain, kepercayaan Generasi Z terhadap platform fintech mungkin akan rusak dan penerapannya mungkin terhambat jika terjadi insiden keamanan atau pelanggaran data pada platform tersebut. Dengan demikian, terdapat hubungan erat antara adopsi fintech, perlindungan data, dan keamanan siber oleh Gen Z. Privasi dan keamanan data yang kuat menjadi pertimbangan penting bagi Gen Z ketika mengambil keputusan.

Teori Technology Acceptance Model (TAM) adalah adaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1986) untuk konteks penerimaan (acceptance) pengguna terhadap Sistem Informasi. TAM memiliki manfaat memberikan sebuah hubungan dengan para pengguna teknologi dalam sebuah variasi yang sangat luas bagi penggunaannya. Komponen ini berkaitan erat dengan kemudahan dan kegunaan (Caroline & Akuntansi, 2021). Tujuan pengembangan teori TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor yang lebih luas yang mempengaruhi penerimaan komputer sehingga dapat menjelaskan perilaku pengguna di berbagai platform komputasi dan pengguna. agar dapat menjadi landasan untuk memahami bagaimana variabel eksternal (faktor eksternal) mempengaruhi sikap, keyakinan, dan niat dalam memanfaatkan suatu sistem informasi (Fahlevi et al., 2019) teori ini mengatakan bahwa Behavioral Intention (BI) untuk menggunakan sistem bergantung pada dua faktor, yaitu sikap terhadap penggunaansistem (Attitude Toward Using, A) dan persepsi

kegunaan sistem (Perceived Usefulness, U). Atau dalam persamaan matematis menjadi: $BI = A + U$.

Sikap seseorang terhadap penggunaan sistem (A) bergantung pada dua faktor, yaitu pertama, persepsi kegunaan system (Perceived Usefulness, U), di definisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang menggunakan sistem tertentu dapat membantu pekerjaannya. Dan kedua, persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem (Perceived Ease of Use, EOU), didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang mengenai kemudahan dalam menggunakan sistem tertentu atau sejauh mana seseorang mengeluarkan upaya seminimum mungkin (Winarko & Mahadewi, 2013)

Penelitian ini membatasi analisis pada penggunaan fintech oleh generasi Z dan focus pada dampak perlindungan data terhadap penerimaan dan kepercayaan mereka terhadap platform fintech. Penelitian-penelitian terdahulu mempunyai beberapa gap, seperti halnya penelitian-penelitian terdahulu yang mempunyai temuan empiris yang tidak konsisten (Saleem, 2021; Singh et al., 2021; Farida, 2022; Suprpto, 2022). Perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya Wenxiang Zhang dkk (2023) dalam beberapa aspek kunci. Pertama, penelitian ini memiliki fokus khusus pada generasi Z, Keterbaruan penelitian terletak pada integrasi tinjauan yang komprehensif tentang keamanan siber dan risiko yang terkait dengan penggunaan fintech oleh generasi Z, serta penggunaan pendekatan terintegrasi yang menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang persepsi, sikap, dan perilaku mereka.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, data primer dan sekunder dijadikan sebagai landasan analisis. Kuesioner online digunakan sebagai metode pengumpulan data langsung untuk mendapatkan informasi utama untuk penelitian ini. Menyebarkan kuesioner memiliki beberapa alasan yang mendasar. Salah satunya yaitu kuesioner memungkinkan kami untuk mengumpulkan data primer langsung dari Gen Z, yang merupakan kelompok yang relevan dalam konteks adopsi layanan fintech. Data primer ini memberikan wawasan spesifik dan terkini yang tidak selalu dapat diperoleh dari sumber data lainnya. Distribusi kuisisioner yang dilakukan pada Desember 2023 hingga awal tahun 2024 telah memenuhi sejumlah persyaratan lainnya, 100 sampel masyarakat yang berusia antara 15 dan 25 tahun telah mengisi kuisisioner. Alasan peneliti mengambil 100 sampel masyarakat yaitu karena ketersediaan sumber daya dan keterbatasan waktu. Mengumpulkan data dari 100 responden membutuhkan waktu dan sumber daya yang cukup, tetapi masih dapat dianggap sebagai skala yang dapat dikelola. Meskipun tidak ada ukuran sampel yang "benar", jumlah 100 sering dipilih karena itu merupakan standar praktik yang umum digunakan dalam penelitian. Hal ini dikarenakan pemilihan sampel penelitian menggunakan purposive sampling dan nonprobabilistic sampling. Selain itu juga menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

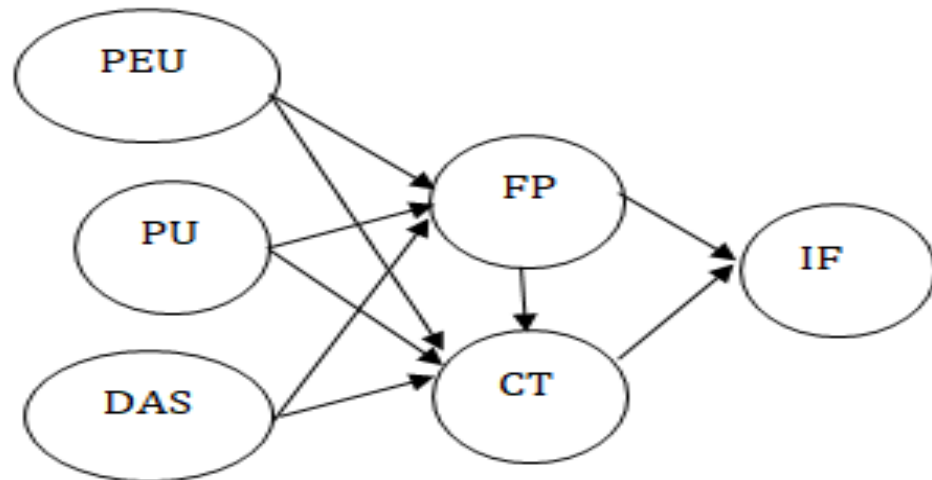
$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\n &= \frac{75.000}{1 + 75.000 \cdot 0.10^2} \\n &= \frac{75.000}{1 + 75.000 \cdot 0.01} \\n &= \frac{75.000}{1 + 750} \\n &= \frac{75.000}{751} \\n &= 100\end{aligned}$$

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dan deskriptif. Menurut Sugiyono (2014), metode deskriptif adalah teknik menganalisis dan mendeskripsikan temuan penelitian namun hal ini tidak tepat untuk menarik kesimpulan yang lebih luas. Hal ini digunakan untuk memberikan gambaran rinci mengenai hasil survei masing-masing variabel. Metode Untuk mengetahui korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel yang terhubung dengan model penelitian ini, digunakan metode kuantitatif. Dengan menggunakan alat pengumpulan data, pendekatan kuantitatif adalah metodologi penelitian berbasis positivistis yang dapat diterapkan untuk mempelajari populasi dan sampel tertentu. Analisis data secara kuantitatif dan statistik dilakukan untuk menguji teori-teori yang diajukan sebelumnya. Mengenai data sekunder, dikumpulkan dari berbagai studi literatur, antara lain buku, artikel berita, jurnal internasional dan nasional, laporan dari lembaga tertentu (BPS, OJK, BI, dll), dan artikel terkait.

Analisis deskriptif akan memberikan kekhususan mengenai temuan penelitian ini. Mencermati hal tersebut untuk mengetahui temuan dari proses pengumpulan data yang dimulai dari karakteristik responden dan diakhiri dengan jawaban seluruh variabel dalam model penelitian ini. Skala likert digunakan dalam penelitian ini sebagai alat ukur dalam kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Skala Likert sendiri “digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial”, menurut Sugiyono (2014). Penelitian ini menggunakan skala Likert yang mempunyai skala 1 sampai 6 yaitu sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) = 6
- b. Setuju (S) = 5
- c. Agak Setuju (AS) = 4
- d. Tidak Tahu/Belum Tentu (TT)/(BT) = 3
- e. Tidak Setuju (TS) = 2
- f. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Partial Least Squares (SEM-PLS) yang dilakukan dengan software SMART PLS. Asosiasi kompleks atau variable antara faktor-faktor yang dapat dinilai secara langsung (dikenal sebagai variabel manifes) dan variabel yang tidak dapat dinilai (dikenal sebagai variabel laten) dianalisis menggunakan model persamaan struktural-partial Least Squares (SEM-PLS). Rata-rata, simpangan baku, varians, maksimum, dan minimum merupakan statistik deskriptif yang ditampilkan.



Gambar 2. Rancangan Model Penelitian

Keterangan variabel pada gambar 2 adalah sebagai berikut:

PEU – *Perceived Easiness of Use*

PU - *Perceive Usefulness*

DAS – *Data Security*

IF - *Adoption Intention of Fintech*

FP - *Fintech Promotion*

CT - *Customer Trust*

Pada gambar 2 menunjukkan rancangan model penelitian dengan melihat variabel apa saja yang berpengaruh terhadap adopsi penggunaan *fintech*. Penjelasan masing-masing variabel secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Niat Adopsi Fintech (*Intention to Adopt Fintech*)
Niat adopsi fintech mengacu pada keinginan atau kecenderungan individu untuk menggunakan layanan teknologi finansial (*fintech*). Ini mencakup motivasi seseorang untuk beralih dari metode tradisional ke solusi *fintech*, seperti aplikasi pembayaran, pinjaman online, atau investasi digital. Niat adopsi sering diukur melalui tingkat kesiapan, rencana, dan minat pengguna untuk mencoba atau mengimplementasikan teknologi *fintech* dalam aktivitas keuangan mereka.
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)
Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu akan bebas dari usaha keras atau kesulitan. Dalam konteks *fintech*, ini berarti pengguna merasa bahwa aplikasi atau layanan *fintech* mudah dipahami dan dioperasikan, yang mencakup aspek-aspek seperti antarmuka yang intuitif, navigasi yang sederhana, dan instruksi yang jelas.
3. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)
Persepsi kegunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja atau efektivitas mereka dalam tugas tertentu. Dalam *fintech*, ini berarti bahwa pengguna merasa bahwa layanan *fintech* menawarkan manfaat nyata dan signifikan, seperti efisiensi waktu, kemudahan transaksi, dan peningkatan akses ke layanan keuangan yang sebelumnya sulit dijangkau.

4. **Keamanan Data (*Data Security*)**
Keamanan data mencakup perlindungan informasi pribadi dan finansial pengguna dari ancaman atau akses tidak sah. Ini melibatkan tindakan dan teknologi yang diterapkan oleh penyedia fintech untuk memastikan bahwa data pengguna tetap aman dari serangan siber, pencurian identitas, dan pelanggaran privasi. Pengguna biasanya mengharapkan enkripsi data, autentikasi berlapis, dan kebijakan privasi yang ketat.
5. **Promosi Fintech (*Fintech Promotion*)**
Promosi fintech adalah strategi dan aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan adopsi layanan fintech. Ini mencakup kampanye iklan, penawaran khusus, program loyalitas, Saran/pengalaman dari seseorang, dan edukasi konsumen tentang manfaat dan fitur dari layanan fintech. Promosi yang efektif dapat mempengaruhi persepsi pengguna dan mendorong mereka untuk mencoba dan menggunakan layanan fintech.
6. **Kepercayaan Pelanggan (*Customer Trust*)**
Kepercayaan pelanggan mengacu pada keyakinan pengguna terhadap integritas, keandalan, dan kompetensi penyedia layanan fintech. Ini mencakup persepsi bahwa penyedia fintech akan bertindak demi kepentingan terbaik pengguna, melindungi informasi mereka, dan mem berikan layanan yang konsisten dan berkualitas. Kepercayaan pelanggan sering dibangun melalui pengalaman positif, transparansi, dan reputasi yang baik dari penyedia fintech.

Perumusan Hipotesis:

- a. H1= Kepercayaan Pelanggan (CT) berpengaruh signifikan terhadap Adopsi Fintech (IF)
- b. H2= Keamanan Data (DAS) berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan (CT)
- c. H3= Keamanan Data (DAS) berpengaruh signifikan terhadap Promosi Fintech (FP)
- d. H4= Promosi Fintech (FP) berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan (CT)
- e. H5= Promosi Fintech (FP) berpengaruh signifikan terhadap Adopsi Fintech (IF)
- f. H6= Persepsi Kemudahan Pengguna (PEU) berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan (CT)
- g. H7= Persepsi Kemudahan Pengguna (PEU) berpengaruh signifikan terhadap Promosi Fintech (FP)
- h. H8= Persepsi Kegunaan (PU) berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Pelanggan (CT)
- i. H9= Persepsi Kegunaan (PU) berpengaruh signifikan terhadap Promosi Fintech (FP)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 100 orang responden yang masuk dalam kategori generasi Z sesuai dengan objek pada tujuan penelitian. Profil responden terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan tertinggi, dan pendapatan/uang saku yang sekaligus merupakan parameter dari demografi yang diteliti. Pada tabel 1 disajikan rofil responden dari hasil kuisisioner.

Tabel 1. Profil Responden

No	Deskriptif	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1.	Jenis Kelamin	Perempuan	54	54%
		Laki-laki	46	46%
2.	Usia	15-25 Tahun	100	100%
3.	Pendidikan Terakhir	SD/SMP/Sederajat	0	0%
		SMA/SMK/Sederajat	81	81%
		Diploma	12	12%
		S1/S2/S3	17	17%
4.	Pendapatan/Uang Saku	Di bawah 1 Juta/Bulan	24	24%
		1-2 Juta/Bulan	46	46%
		Di atas 2 Juta/Bulan	30	30%

Profil responden menunjukkan Gen Z Perempuan 54% dan laki-laki 46%. Usia yang sesuai dengan Gen Z yaitu sekitar usia 15-25 tahun yang mengisi kuisioner 100 orang. Pendidikan yang terbanyak adalah SMA dan sederajat sebanyak 81 orang, pendidikan S1/S2/S3 sebanyak 17 orang, dan disusul dengan Pendidikan Diploma sebanyak 2 orang. Serta pendapatan/uang saku terbanyak yaitu sekitar 1 Juta-2 Juta/Bulan dengan jumlah 46 orang, diatas 2 Juta/Bulan sebanyak 30 orang, dan dibawah 1 Juta/Bulan sebanyak 24 orang.

Tabel 2. Hasil Loading Faktor

Variabel	Indikator	Standardised factor loading
CT	CT1	0,871
	CT2	0,911
	CT3	0,915
DAS	DAS1	0,919
	DAS2	0,946
	DAS3	0,841
FP	FP1	0,950
	FP2	0,940
IF	IF1	0,902
	IF2	0,918
	IF3	0,848
PU	PU1	0,933
	PU2	0,960
	PU3	0,936

Hasil pada tabel 2 dapat melihat perkiraan pemuatan faktor standar setiap indikator, sehingga validitas konstruk dapat dievaluasi. Pemuatan faktor standar yang lebih dari 0,50 dianggap sesuai dan idealnya harus lebih dari 0,70. Semua indikator mempunyai ideal factor loading di atas 0,70.

Tabel 3. Hasil Average Variance Extracted (AVE)

Construct	Nilai AVE
CT	0,808
DAS	0,816
FP	0,893
IF	0,792
PEU	0,845
PU	0,890

Langkah berikutnya adalah melibatkan evaluasi *Rata-rata Variance Extracted (AVE)* selain pemuatan faktor untuk menentukan validitas konvergensi. Jika nilai AVE setara atau lebih tinggi dari 0,50, maka suatu konstruk penelitian dikatakan mempunyai validitas konvergen. Semua konstruk dalam penelitian sebagaimana disajikan pada tabel 3 memiliki nilai lebih besar dari 0,50.

Tabel 4. Hasil Validitas Diskriminan

CT	DAS	FP	IF	PEU	PU
CT					
DAS	0,925				
FP	0,786	0,712			
IF	0,849	0,892	0,774		
PEU	0,823	0,738	0,757	0,809	
PU	0,83	0,768	0,621	0,781	0,808

Tabel 4 merupakan hasil ringkasan validitas diskriminan berdasarkan kriteria Fornell-Larcker. Hasil tersebut menunjukkan sejauh mana indikator mengukur konstruksi latennya dan dilakukan evaluasi menggunakan validitas diskriminan. Jika pemuatan faktor suatu item dengan konstruk yang dimaksudkan lebih besar daripada pemuatan faktornya dengan konstruk lain, maka indikator tersebut dapat dianggap asli berdasarkan kriteria tersebut.

Tabel 5. Hasil Construct Reliability

Construct	CR
CT	0,927
DAS	0,930
FP	0,943
IF	0,919
PEU	0,942
PU	0,960

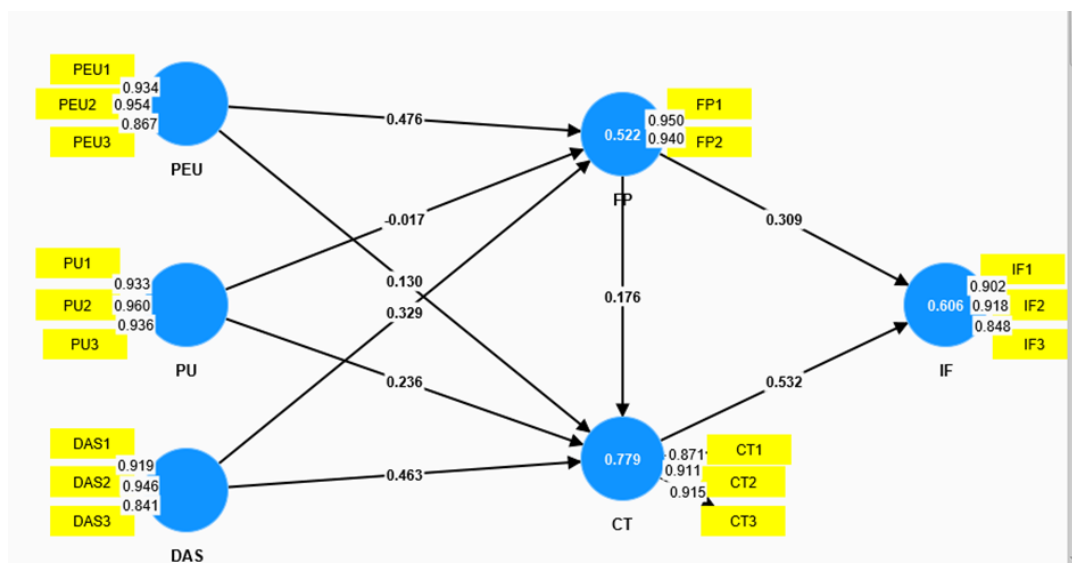
Ketergantungan dan konsistensi setiap indikator dievaluasi berdasarkan reliabilitas. Analisis *Construct Reliability* (CR) digunakan untuk mengukur uji validitas yang melibatkan 100 responden. Skor reliabilitas 0,70 atau lebih dianggap dapat diterima. Hasil uji reliabilitas pada tabel 5 menunjukkan semua nilai indikator sama dengan atau lebih tinggi dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut dapat diandalkan.

Tabel 6. Hasil R-Square

Construct	R-Square
CT	0,779
FP	0,522
IF	0,606

$$\begin{aligned}
 Qsq &= 1 - (1 - Rsq_1)(1 - Rsq_2)(1 - Rsq_3) \dots \\
 &= 1 - (0,221)(0,478)(0,394) \\
 &= 1 - 0,0416 \\
 &= 0,958 = 96\%
 \end{aligned}$$

Dari hasil nilai R-Square pada masing-masing construct variable yang diberikan, nilai Q-Square dapat dihitung menghasilkan nilai 96%. Hal ini menunjukkan bahwa 96% variasi data yang dihasilkan oleh model struktural dapat dijelaskan oleh model. Sebaliknya, 4% dari sisa data dianggap berasal dari faktor luar yang tidak diperiksa dalam penyelidikan ini. Berdasarkan kriteria yang diberikan, hasil ini menunjukkan bahwa model struktural yang disarankan adalah kuat jika mendekati nilai 1.



Gambar 3. Hasil Olah Data Untuk Adopsi Penggunaan Fintech

Dalam memastikan keamanan data (DAS) pada layanan fintech sangat penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan (CT) dan meningkatkan promosi fintech (FP), yang pada akhirnya dapat meningkatkan adopsi fintech (IF). Persepsi kegunaan (PU) dan persepsi kemudahan pengguna (PEU) juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan (CT) dan meningkatkan promosi fintech (FP). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi fintech oleh gen Z menggunakan TAM. Pengumpulan data dari kuisioner yang telah diisi oleh gen Z di Indonesia, dianalisis dengan menggunakan PLS-SEM.

Hasil olah data untuk adopsi penggunaan fintech pada gen Z seperti gambar 3, maka diperoleh nilai dari hasil uji dapat dituangkan dalam tabel 7 untuk melakukan uji hipotesis yang telah dibangun.

Tabel 7. Uji Hipotesis

Hipotesis	Original sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Keterangan
H1= CT->IF	0.532	0.532	0.087	6.132	0.000	Signifikan
H2=DAS->CT	0.463	0.469	0.091	5.082	0.000	Signifikan
H3=DAS->FP	0.329	0.333	0.097	3.383	0.001	Signifikan
H4=FP->CT	0.176	0.174	0.074	2.376	0.018	Signifikan
H5=FP->IF	0.309	0.309	0.091	3.414	0.001	Signifikan
H6=PEU->CT	0.130	0.108	0.107	1.209	0.227	Tidak Signifikan
H7=PEU->FP	0.476	0.453	0.151	3.146	0.002	Signifikan
H8=PU->CT	0.236	0.252	0.090	2.635	0.008	Signifikan
H9=PU->FP	-0.017	0.003	0.124	0.140	0.888	Tidak Signifikan

Keterangan :

CT : “*Customer Trust*” Kepercayaan Pelanggan

IF : “*Intention to Adopt Fintech*” Niat Adopsi Fintech

DAS : “*Data Security*” Keamanan Data

FP : “*Fintech Promotion*” Promosi Fintech

PEU “*Perceived Ease of Use*” Persepsi Kemudahan Pengguna

PU : “*Perceived Usefulness*” Persepsi Kegunaan

Pengujian hipotesis penelitian ini menghasilkan tujuh hasil uji yang mempunyai dampak signifikan. Analisis signifikansi dilakukan dengan menggunakan nilai t statistik Hasil tersebut dianggap signifikan jika nilai t statistik sama dengan atau lebih tinggi dari 1,96, dan tidak signifikan jika kurang dari 1,96.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan (CT) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap adopsi fintech (IF). Kepercayaan adalah faktor kunci dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Ketika salah satu pelanggan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap produk atau layanan tertentu, mereka cenderung lebih termotivasi untuk mengadopsinya. Selanjutnya, keamanan data (DAS) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan (CT) dan promosi fintech (FP). Keamanan data adalah faktor kunci yang memengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap suatu platform atau layanan. Jika pelanggan merasa bahwa data pribadi mereka aman dan dilindungi dengan baik oleh fintech, ini akan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap platform tersebut. Ketika pelanggan mengetahui bahwa platform fintech yang digunakan aman, maka hal ini juga akan mempengaruhinya untuk mempromosikan fintech.

Industri Fintech dapat mendeteksi dan memitigasi potensi bahaya yang dapat menyebabkan gangguan pada operasi mereka dan merugikan merek mereka dengan memanfaatkan penelitian yang menyoroti kerentanan dalam perlindungan data (Njatrijani, 2019). Regulasi berbasis riset yang mendalam akan lebih berhasil menumbuhkan suasana aman dan kondusif bagi perluasan sektor fintech (Misrofinah & Ginting, 2022). Kerjasama dengan regulator sangat penting untuk mendorong pembaruan regulasi terhadap perkembangan teknologi (Risnawati & Mudiarti, 2022).

Variabel promosi fintech (FP) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan (CT) dan adopsi fintech (IF). Promosi yang efektif dapat membantu membangun citra dan reputasi positif bagi platform fintech. Jika promosi dilakukan dengan baik dan meyakinkan, ini dapat menciptakan kesan bahwa platform tersebut adalah pilihan yang tepercaya dan layak untuk digunakan oleh pelanggan. Citra dan reputasi positif ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan adopsi fintech.

Persepsi kemudahan pengguna (PEU) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepercayaan pelanggan (CT). Dengan demikian, meskipun persepsi kemudahan pengguna (PEU) dapat berperan dalam membentuk pengalaman pengguna yang positif, itu mungkin tidak selalu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan pelanggan (CT). Faktor-faktor lain, seperti keamanan, manfaat, risiko, dan preferensi pengguna, juga berkontribusi pada pembentukan kepercayaan pelanggan secara keseluruhan. Hasil ini bertentangan dengan hasil penelitian (Zhang, et al., 2023)

Hasil penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan pengguna (PEU) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap promosi fintech (FP). Persepsi kemudahan pengguna (PEU) dapat meningkatkan daya tarik promosi fintech (FP) dengan membuat platform atau layanan fintech terlihat lebih mudah digunakan dan diakses oleh calon pengguna. Jika promosi menekankan kemudahan penggunaan dari fintech, hal ini dapat menarik perhatian pelanggan potensial yang mencari solusi yang mudah digunakan untuk kebutuhan keuangan mereka.

Persepsi kegunaan (PU) juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan (CT). Persepsi kegunaan (PU) berkaitan dengan sejauh mana pelanggan percaya bahwa sebuah produk atau layanan dapat membantu mereka mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan mereka dengan efektif. Jika pelanggan merasa bahwa produk atau layanan tersebut berguna dan berkinerja baik, mereka cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi terhadap keandalan dan kemampuannya untuk memenuhi ekspektasi mereka. Sedangkan, persepsi kegunaan (PU) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap promosi fintech (FP). Meskipun persepsi kegunaan (PU) penting bagi pengalaman pengguna, promosi mungkin lebih berfokus pada aspek lain, seperti keamanan, inovasi, atau keunggulan produk.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan pengetahuan yang signifikan mengenai variable-variabel yang berdampak pada "adopsi layanan fintech" dan menyoroti pentingnya PEU, PU, CT, FP, dan DAS dalam membentuk tujuan pelanggan untuk adopsi layanan tersebut. Wawasan ini dapat digunakan oleh penyedia layanan fintech untuk meningkatkan layanan dan meningkatkan basis pelanggan mereka, serta meningkatkan perlindungan data untuk menjaga kepercayaan masyarakat. Selain itu hasil penelitian ini juga bisa untuk memotivasi masyarakat terutama gen Z untuk mengadopsi fintech.

Penelitian ini berkontribusi pada literatur yang ada karena penelitian sebelumnya telah mempertimbangkan sangat sedikit aspek yang dapat mempengaruhi "adopsi teknologi Fintech," seperti keamanan data (DAS), promosi Fintech (FP), dan kepercayaan pelanggan (CT). Meskipun hanya memiliki sedikit perhatian pada "kegunaan yang dirasakan (PU) serta kemudahan penggunaan (PEU)." Khususnya bagi gen Z. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literatur yang ada karena penelitian ini mencakup faktor-faktor yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian sebelumnya, terutama dalam perspektif fintech bagi gen Z. Temuan studi ini dapat memberikan konsekuensi teoritis dan praktis yang dapat membantu regulator dan akademisi dalam memahami pentingnya DAS, PEU, PU, dan CT dalam meningkatkan adopsi FinTech. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat membantu badan pengawas dalam memperbaiki kebijakan mereka dan memungkinkan bank mencapai skala ekonomi untuk konsentrasi di seluruh dunia. Hasil penelitian ini juga dapat membantu lembaga keuangan meningkatkan penggunaan teknologi informasi, yang sangat penting dalam lanskap persaingan saat ini.

Hasil penelitian mengenai perlindungan data sangat relevan bagi industri Fintech karena sektor ini sangat bergantung pada kepercayaan dan keamanan. Selain itu, penelitian mengenai praktik terbaik keamanan siber dan teknologi mutakhir dapat membantu dunia usaha memperkuat sistem mereka terhadap serangan yang terus berkembang. Dalam konteks regulasi,

penelitian ini membantu pembuat undang-undang membuat peraturan yang melindungi konsumen sekaligus mendorong inovasi di industri Fintech.

Penelitian ini menyajikan wawasan baru dan solusi praktis yang dapat mendorong adopsi layanan Fintech oleh Gen Z melalui peningkatan perlindungan data. Karena mereka tumbuh di era teknologi digital, Gen Z memiliki standar keamanan dan privasi data yang tinggi. Untuk meningkatkan adopsi Fintech oleh Gen Z, perusahaan perlu menerapkan beberapa solusi praktis yang berfokus pada peningkatan keamanan siber dan perlindungan data. Pertama, perusahaan harus mengadopsi teknologi keamanan terbaru seperti enkripsi end-to-end dan autentikasi multi-faktor (MFA) untuk melindungi data pengguna dari ancaman siber yang terus berkembang. Kedua, edukasi pengguna mengenai pentingnya perlindungan data harus menjadi prioritas. Ketiga, kerjasama dengan regulator sangat penting untuk memastikan bahwa semua praktik keamanan sesuai dengan regulasi yang ada, serta mendorong pembaruan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Implikasi dari penelitian ini bagi industri fintech adalah perlunya menjadikan keamanan data sebagai prioritas utama dalam pengembangan produk dan layanan mereka untuk menarik dan mempertahankan pengguna. Selanjutnya bagi regulator dan pembuat kebijakan adalah perlu memperkenalkan regulasi yang lebih ketat terkait keamanan data dalam layanan fintech untuk melindungi konsumen serta pembentukan standar keamanan minimum untuk semua penyedia layanan fintech dapat dipertimbangkan untuk memastikan perlindungan konsumen yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Putu Mahyuni, L. (2022). *Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech*. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>
- Bakhri, S. (2018). Minat Mahasiswa Dalam Investasi Di Pasar Modal. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 146. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2846>
- Benuf, K., Mahmudah, S., & Priyono, E. A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Keamanan Data Konsumen Financial Technology Di Indonesia. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 145–160. <https://doi.org/10.24246/jrh.2019.v3.i2.p145-160>
- Caroline, C. C., & Akuntansi, M. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM*. 9(2), 160–172. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/keunis>
- Desiyanti, R. (2022). *Privasi, Keamanan dan Niat Memakai Payment Fintech LinkAja pada UMKM Padang*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/09/shopeepay->
- Devi, O. S., Tamara, D. A. D., & Mai, M. U. (2022). Minat Publik Terhadap Investasi P2P Lending Fintech Syariah di Alami Sharia: Produk, Akad, Imbal

- Hasil, Tingkat Keberhasilan Bayar. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 2(2), 409–420. <https://doi.org/10.35313/ijem.v2i2.3695>
- Fahlevi, P., Octaviani, A., & Dewi, P. (2019). *Analisis Aplikasi Ijateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM)*.
- Haidar, M., Akbar, B., & Putro, B. E. (2012). *Petunjuk Penulisan Makalah Seminar Nasional Teknoin 2012 FTI UII*.
- Hassanah, H., & Wahyudi, W. (2021). Pengakuan Putusan Penyedia Layanan Penyelesaian Sengketa Nama Domain Asing. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.23920/jbmh.v6i1.240>
- Inda, T., & Rahma, F. (2018). *Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech)*.
- Keng-Soon, C., Choo Yen-San, W., Pui-Yee, Y., Hong-Leong, C., & Teh Shwu-Shing, J. (2019). An Adoption Of Fintech Service In Malaysia. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 18.
- Misrofingah, M., & Ginting, N. (2022). Analisa Pengaruh Return on Equity (ROE) Current Ratio (CR), Debt to Equity Ratio (DER), terhadap Dividend Payout Ratio (DPR). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 310–318. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.588>
- Njatrijani, R. (2019). *Perkembangan Regulasi Dan Pengawasan Financial Technology di Indonesia*.
- Novia, S. (2023). *Determinan Minat Investasi Generasi Z* (Vol. 3, Issue 1).
- Risnawati, H., & Mudiarti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Untuk Investasi Di Pasar Modal Melalui Teknologi Fintech. In *Jurnal Ekonomi Syariah dan Akuntansi* (Vol. 3, Issue 2). www.ksei.co.id,
- Tumewu, F. J. (2019). *Minat Investor Muda Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Melalui Teknologi Fintech*.
- Valentino, U., Annisa Noven, S., Ekonomi dan Bisnis, F., Padjadjaran, U., Kunci, K., Syariah, B., digital, B., & Digital Syariah Saran, B. (2022). Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1679–1688. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5299>
- Wijayanto, H., Muhammad, A. H., & Hariyadi, D. (2020). Analisis Penyalahgunaan Data Pribadi Dalam Aplikasi Fintech Ilegal Dengan Metode Hibrid. *Jurnal Ilmiah SINUS*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.30646/sinus.v18i1.433>
- Winarko, B., & Mahadewi, L. (2013). *TINJAUAN BEBERAPA MODEL TEORI DASAR ADOPSI TEKNOLOGI BARU*.
- Zhang, W., Siyal, S., Riaz, S., Ahmad, R., Hilmi, M. F., & Li, Z. (2023). Data Security, Customer Trust and Intention for Adoption of Fintech Services: An Empirical Analysis From Commercial Bank Users in Pakistan. *SAGE Open*, 13(3). <https://doi.org/10.1177/21582440231181388>