

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

Bagian ini memaparkan landasan teori yang mendasari penelitian, memberikan kerangka konseptual untuk memahami fenomena yang dikaji secara mendalam.

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Penelitian ini didasarkan pada *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan kerangka kerja teoretis yang dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi baru berdasarkan persepsi psikologis mereka. Dalam konteks penelitian ini, TAM digunakan sebagai landasan untuk memahami perilaku Generasi Z di kota Padang dalam menggunakan sistem pembayaran nontunai (*cashless payment*). Model ini menekankan bahwa niat seseorang untuk menggunakan teknologi sangat ditentukan oleh sejauh mana mereka merasa sistem tersebut memberikan kemudahan dan manfaat nyata dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Menurut (Davis, 1989) TAM berfokus pada hubungan antara keyakinan pengguna dan perilaku nyata, di mana persepsi kemudahan penggunaan menjadi pintu masuk utama bagi seseorang untuk mulai mengadopsi suatu sistem informasi.

Implementasi kerangka kerja *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam penelitian ini tercermin pada mekanisme interaksi antara Kemudahan Penggunaan, yang merupakan variabel fundamental TAM, dengan variabel eksternal seperti Literasi Keuangan Digital dan Nilai Harga. Literasi keuangan

digital bertindak sebagai kemampuan kognitif pengguna untuk memahami sistem, sementara nilai harga merupakan evaluasi biaya manfaat yang sangat sensitif bagi karakteristik Generasi Z. Ketiga faktor ini secara simultan membentuk persepsi pengguna yang akan menentukan tingkat Adopsi *Cashless Payment* di kota Padang. Sebagaimana dijelaskan oleh (Venkatesh & Davis, 2022), variabel eksternal dalam model TAM memiliki peran penting karena dapat mempengaruhi persepsi pengguna yang pada akhirnya bermuara pada keputusan akhir untuk menggunakan sistem secara berkelanjutan.

Penerapan kerangka TAM pada fenomena Generasi Z di kota Padang menunjukkan bahwa pilihan untuk beralih ke pembayaran nontunai tidak hanya didorong oleh faktor teknis semata, tetapi juga oleh kesesuaian teknologi dengan tingkat pemahaman serta kemampuan finansial mereka. Pengetahuan keuangan yang cukup serta biaya yang dirasa memberikan nilai (*value for money*) akan meningkatkan pandangan bahwa sistem nontunai simpel digunakan dan memberikan keuntungan, sehingga mempercepat tahap penerapan. Sifat Generasi Z yang lebih menyukai efisiensi dan kemudahan menempatkan komponen TAM sebagai alat ramalan yang handal untuk kelangsungan pemanfaatan *e-wallet* di kemudian hari. Sesuai dengan kajian (Abdullah et al., 2021), penambahan elemen luar ke dalam model TAM terbukti ampuh dalam menjelaskan pola penerimaan teknologi di komunitas yang sangat bergantung pada digital.

2.1.2 Adopsi Pembayaran Tanpa Uang Tunai (*Cashless Payment*)

Adopsi Pembayaran Non Tunai mengacu pada keputusan individu untuk menerima, menggunakan secara konsisten, dan mengintegrasikan sistem pembayaran yang tidak melibatkan uang tunai fisik ke dalam aktivitas sehari-hari

mereka (Rahman & Kusuma, 2020), Sistem ini mencakup berbagai instrumen, seperti kartu debit/kredit, dompet elektronik, dan kode QR (*Quick Response Codes*), seperti QRIS (Bank Indonesia, 2023), Dalam konteks Indonesia, pergeseran dari uang tunai ke non-tunai didorong oleh inisiatif pemerintah untuk menciptakan masyarakat tanpa uang tunai, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi transaksi, transparansi keuangan, dan memperluas inklusi keuangan digital (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022) Adopsi pembayaran non-tunai dipandang sebagai manifestasi konkret dari adopsi teknologi konsumen (World Bank, 2021)

Indikator adopsi pembayaran tanpa uang tunai menurut Davis, (1989) sebagai berikut:

1. Kesiapan Infrastruktur (*Infrastructure Readiness*)
2. Aktivitas dan Volume Transaksi (*Usage Metrics*)
3. Perilaku dan Psikologi Pengguna (*Behavioral Factors*)

2.1.3 Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital merupakan evolusi dari konsep keuangan konvensional yang menitikberatkan pada kemampuan individu dalam mengelola instrumen keuangan di ekosistem digital. Konsep ini menuntut pemahaman mendalam mengenai teknologi finansial (*fintech*), aplikasi pembayaran, serta kesadaran terhadap risiko keamanan *cyber* seperti penipuan daring dan perlindungan data pribadi (Otoritas Jasa Keuangan, 2022; Lusardi & Mitchell, 2014). Dengan pemahaman tersebut, individu dapat secara kritis mengevaluasi berbagai produk digital mulai dari *e-wallet* hingga aset kripto melalui analisis biaya dan manfaat yang komprehensif (Otoritas Jasa Keuangan, 2022)

Bagi Generasi Z yang tumbuh di era teknologi, literasi keuangan digital menjadi sangat krusial karena meskipun mereka akrab dengan perangkat digital, mereka tetap rentan terhadap kesalahan pengelolaan keuangan tanpa edukasi yang memadai (Anwar, 2025; Prawitasari et al., 2025). Tingkat literasi yang rendah sering kali menjadi penghambat utama dalam adopsi sistem pembayaran non-tunai (*cashless payment*), di mana kekhawatiran akan keamanan dan ketidakmampuan memahami fitur teknis membuat individu ragu untuk beralih dari metode konvensional (Widianto & Sulasmiyati, 2025). Oleh karena itu, pengetahuan digital menjadi penentu keberhasilan integrasi teknologi dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Secara strategis, literasi keuangan digital mendorong adopsi *cashless payment* dengan memberikan keyakinan kepada pengguna mengenai efisiensi, transparansi, dan penghematan biaya transaksi yang ditawarkan. Kemampuan untuk mengelola risiko seperti volatilitas nilai atau biaya tersembunyi memungkinkan individu, khususnya Generasi Z di wilayah urban seperti kota Padang, untuk berpartisipasi lebih aktif dan bertanggung jawab dalam ekosistem keuangan modern (OJK, 2022). Pada akhirnya, literasi ini bukan sekadar pemahaman teknis, melainkan fondasi untuk membangun kepercayaan dan ketahanan finansial di era digital.

Ada 4 indikator menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022),

- a. Pengetahuan Dasar Keuangan Digital (*Knowledge*)
- b. Keterampilan Teknis Penggunaan (*Digital Skills*)
- c. Keamanan dan Manajemen Risiko (*Safety & Risk*)
- d. Sikap dan Perilaku Keuangan (*Attitude & Behavior*)

2.1.4 Kemudahan Penggunaan (*Ease Of Use*)

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) merujuk pada tingkat kesederhanaan yang dirasakan individu dalam menggunakan suatu teknologi atau sistem, yang mempengaruhi niat dan perilaku adopsi (Pradana & Kusuma, 2024). Konsep ini menekankan bahwa teknologi yang dirancang dengan antarmuka sederhana dan proses yang intuitif akan lebih mudah diterima oleh pengguna, sehingga mengurangi hambatan psikologis dalam adopsi inovasi.

Pada *cashless payment*, kemudahan penggunaan mencakup aspek seperti antarmuka aplikasi yang intuitif, proses transaksi yang cepat, dan integrasi dengan perangkat sehari-hari (misalnya, *smartphone*) (Ramadhani & Wijaya, 2025). Hal ini penting karena pembayaran digital sering melibatkan langkah-langkah kompleks seperti verifikasi identitas atau pemindaian kode, yang jika tidak dirancang dengan baik, dapat menimbulkan frustrasi.

Generasi Z, yang terbiasa dengan teknologi digital, cenderung lebih cepat mengadopsi *cashless payment* jika sistem tersebut mudah digunakan, seperti melalui aplikasi *e-wallet* yang tidak memerlukan langkah-langkah rumit (Kusnandar & Rahayu, 2025). Dalam judul penelitian "Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Penggunaan, dan Nilai Harga terhadap Adopsi *Cashless Payment* pada Generasi Z di Kota Padang", kemudahan penggunaan berperan sebagai variabel moderasi atau langsung dalam mempengaruhi adopsi.

Menurut Davis, (1989), berikut ini merupakan indikator yang digunakan dalam penelitiannya:

- a. Mudah untuk Dipelajari (*Easy to Learn*)
- b. Mudah Digunakan (*Easy to Use*)

- c. Jelas dan Mudah Dipahami (*Clear and Understandable*)
- d. Menjadi Terampil dengan Mudah (*Easy to Become Skillful*)
- e. Fleksibel (*Flexible*)

2.1.5 Nilai Harga (*Price Value*)

Nilai harga (*price value*) adalah persepsi individu terhadap manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan, termasuk biaya langsung seperti *fee* transaksi dan biaya tidak langsung seperti waktu atau risiko (Saputra & Wijaya, 2025). Konsep ini berasal dari teori nilai konsumen, di mana individu menimbang antara pengeluaran dan keuntungan yang diterima, sehingga mempengaruhi keputusan adopsi teknologi atau produk.

Dalam konteks *cashless payment*, nilai harga mencakup evaluasi terhadap biaya penggunaan aplikasi (misalnya, biaya transfer atau diskon), dibandingkan dengan pembayaran tunai yang mungkin lebih murah namun kurang efisien (Santoso, 2024). Generasi Z, yang seringkali sensitif terhadap harga dan nilai, akan lebih cenderung mengadopsi *cashless payment* jika mereka merasakan nilai tambah seperti *cashback*, promo, atau penghematan waktu

Nilai harga menjadi variabel penting yang mempengaruhi adopsi *cashless payment* oleh Generasi Z, di mana faktor ekonomi lokal seperti inflasi atau daya beli dapat memainkan peran (Wicaksono & Rahmawati, 2025). Di kota Padang, di mana ekonomi lokal mungkin dipengaruhi oleh fluktuasi harga, persepsi nilai harga yang positif dapat mendorong penggunaan pembayaran digital sebagai alternatif yang lebih hemat

Menurut Sivathanu, (2019) berikut ini merupakan indikator yang digunakan dalam penelitiannya:

- a. Keterjangkauan Biaya (*Affordability*)
- b. Kesesuaian Manfaat dengan Biaya (*Value For Money*)
- c. Efisiensi Finansial (*Financial Efficiency*)
- d. Transparansi Biaya (*Cost Transparency*)

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis studi-studi sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini, yaitu pengaruh literasi keuangan digital, kemudahan penggunaan, dan nilai harga terhadap adopsi *cashless payment* oleh generasi Z di Kota Padang. Bagian ini membahas temuan utama dari penelitian terkait, baik secara individu maupun kombinasi variabel, dengan fokus pada konteks pembayaran digital, generasi Z, dan wilayah Indonesia atau Asia Tenggara. Tinjauan ini didasarkan pada model teori seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989). Beberapa studi, seperti Sari et al., (2020) dan Davis et al., (2021), menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berkorelasi positif dengan adopsi *cashless payment*, terutama di kalangan generasi Z, dengan koefisien regresi yang signifikan. Kemudahan penggunaan, sebagai konstruk utama TAM, juga terbukti mempengaruhi adopsi, seperti dalam penelitian Putri & Sari, (2021), yang menemukan kontribusi 38% terhadap variasi adopsi di Indonesia. Sementara itu, nilai harga, sebagaimana dikemukakan oleh (Hidayat & Putri, 2025) dan survei Bank Indonesia, (2023), berkorelasi positif dengan penerimaan pembayaran digital, dengan generasi Z lebih sensitif terhadap biaya rendah. Penelitian gabungan, seperti Rahayu & Sari, (2023), mengintegrasikan ketiga variabel ini

dan menjelaskan hingga 65% variasi adopsi, menegaskan relevansinya dalam model TAM dan UTAUT.

Penelitian ini mengidentifikasi kesenjangan, seperti kurangnya studi spesifik di kota Padang, di mana sebagian besar studi sebelumnya dilakukan di kota-kota besar seperti Jakarta atau Surabaya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji model dalam konteks lokal, menggunakan data primer dari Generasi Z di Padang. Temuan dari studi regional seperti (Nguyen et al., 2022) dan Li et al., (2022) menunjukkan konsistensi model ini di seluruh Asia Tenggara, tetapi faktor geografis seperti akses internet di Padang dapat memengaruhi hasilnya. Secara keseluruhan, tinjauan ini memberikan dasar teoritis dan empiris untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel ini terhadap adopsi pembayaran tanpa uang tunai, dengan kontribusi praktis bagi penyedia layanan digital dan pemerintah daerah. Oleh karena itu, penelitian terdahulu dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti Dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Objek/ Sampel	Hasil Penelitian
1.	Eka Muttasari & Lukiastuti (2020)	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Cashless Transaction Behavior	<i>Partial Least Square (PLS)</i> Dan Menggunakan <i>Smartpls 3</i> .	X1=Literasi Keuangan, X2=Gaya Hidup, Y=Cashless Transaction Behavior	112 Pegawai Negeri Sipil (PNS) Sekretariat Daerah Kabupaten Blora. Generasi	Literasi Keuangan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Variabel.
2.	Yuliawati	Adopsi	Survei	X=		Literasi

No	Peneliti Dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Objek/ Sampel	Hasil Penelitian
	Et Al., (2023)	Literasi Fintech Untuk E- Money Di Kalangan Generasi Z	Dengan Pendekatan Verifikasi. Pengujian Hipotesis Dilakukan Menggunakan Analisis SEM Dengan Bantuan Perangkat Lunak Smartpls 3.0.	Literasi Fintech Y= Adopsi E- Money	si Z	Fintech Memiliki Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Yang Sebenarnya.
3.	Vimala & Chin, (2023)	Going Cashless? Elucidating Predictors For Mobile Payment Users' Readiness And Intention To Adopt	Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 Dan Technology Readiness Index 2.0	X=Predikt or, Y1=Kesia pan, Y2=Niat Untuk Mengadop si.	Kalang an Masyar akat Malaysi a.	Prediktor Signifikan Yang Memengaru hi Niat Adopsi Pembayaran Seluler Dan Kesiapan Pengguna, Memberika n Wawasan Yang Berguna Bagi Lembaga Pemerintah, Pembuat Kebijakan, Dan Lembaga Keuangan
4.	Triatha Et Al., (2025	The Influence Of Perceived Usefulness , Perceived Ease Of	Partial Less Squares- Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Dengan Menggunakan	X1=Perse psi Kegunaan, X2=Kemu dahan Penggunaa n, X3=Litera	Mahasi swa Univers itas Indo Global Mandiri ,	Menunjukk an Bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Literasi Keuangan Digital

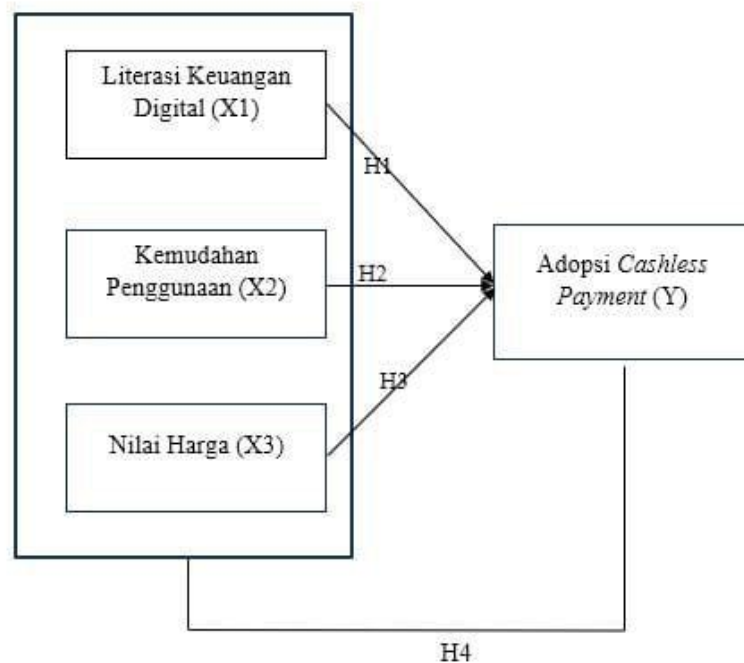
No	Peneliti Dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Objek/ Sampel	Hasil Penelitian
		Use And Digital Financial Literacy On Use Behavior In Digital Payment	n Perangkat Lunak Smartpls 4	si Keuangan Digital, Y=Perilaku Penggunaa n Dalam Pembayar n Digital.	Palemb ang.	Memiliki Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Perilaku Penggunaan Layanan Pembayaran Digital, Sedangkan Persepsi Kegunaan Tidak Menunjukk an Pengaruh Yang Signifikan.
5.	Rahma, (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko Penggunaa n, Kemudaha n Penggunaa n, Dan Manfaat Terhadap Minat Pengguna Dompot Digital Pada Generasi Z	Metode Analisis Data Ini Dibantu Dengan Menggunaka n SPSS Versi 26.	X1=Penga ruh Literasi Keuangan X2=Risiko Penggunaa n X3=Kemu dahan Penggunaa n X4=Manfa at Penggunaa n Y=Minat Pengguna Dompot Digital Pada Generasi Z	400 Respon den Seluruh Genera si Z Di Indones ia Yang Aktif Mengg unakan Dompot Digital.	Hasil Pada Penelitian Ini Menunjukk an Bahwa Literasi Keuangan, Kemudahan Dan Manfaat Minat Pengguna Dompot Digital Pada Generasi Z Terbukti Memiliki Pengaruh Positif Signifikan Sedangkan Pengaruh Literasi Keuangan Tidak Membuktik

No	Peneliti Dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Objek/ Sampel	Hasil Penelitian
						an Memiliki Pengaruh Negatif Signifikan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital

Berdasarkan tinjauan studi-studi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital, kemudahan penggunaan, dan nilai uang merupakan faktor penting dalam menjelaskan penerimaan *cashless payment*. Namun, variasi subjek penelitian, platform yang digunakan, dan konteks geografis menunjukkan adanya kesenjangan dalam penelitian yang memerlukan eksplorasi lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi dampak ketiga variabel tersebut terhadap penerimaan *cashless payment* oleh Generasi Z di Kota Padang.

2.3 Kerangka Berpikir

Dari kajian teori dan riset sebelumnya yang telah dipaparkan, terlihat bahwa penerimaan pembayaran tanpa tunai dipengaruhi oleh berbagai aspek, termasuk kemampuan pribadi dalam menangani keuangan digital, pandangan tentang seberapa mudah sistem digunakan, serta persepsi nilai biaya. Karena itu, dibutuhkan sebuah model pemikiran terstruktur untuk menguraikan keterkaitan di antara literasi keuangan digital, kemudahan penggunaan, dan nilai harga terhadap adopsi *cashless payment* oleh Generasi Z di kota Padang.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran yang telah disusun, berikut adalah pengembangan hipotesis yang diajukan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini:

2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Adopsi *Cashless Payment*

Literasi keuangan digital adalah kemampuan dan pengetahuan seseorang untuk memahami dan memanfaatkan berbagai produk, layanan, dan alat keuangan digital, seperti pembayaran tanpa uang tunai. Bagi Generasi Z, pemahaman mendalam tentang risiko dan manfaat teknologi keuangan dapat meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi mereka untuk mengadopsi metode pembayaran inovatif (OECD, 2020; Setiawan et al., 2022). Pengetahuan ini tidak hanya

mencakup cara penggunaan alat, tetapi juga pemahaman akan nilai ekonomi yang dihasilkan dari efisiensi digital tersebut.

Orang-orang dengan literasi keuangan digital yang kuat umumnya lebih mampu menilai keamanan, privasi, dan berbagai fitur yang ditawarkan oleh sistem pembayaran tanpa uang tunai. Ketika mereka merasa yakin dengan pemahaman mereka, hambatan mental untuk mengadopsi teknologi baru akan berkurang (Anwar, 2025). Di sisi lain, literasi yang rendah sering kali menjadi faktor utama yang menghambat adopsi karena kekhawatiran tentang risiko penipuan atau masalah teknis yang tidak dapat mereka prediksi sebelumnya (Prasad et al., (2021)

H1: Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi *Cashless Payment* pada Generasi Z di Kota Padang.

2.4.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Adopsi *Cashless Payment*

Konsep kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) berasal dari *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa jika sebuah sistem atau teknologi dirasa mudah untuk digunakan dan bebas dari usaha, maka kemungkinan pengguna akan mengadopsinya akan semakin tinggi (Davis, 1989; Lestari & Santoso, 2025). Dalam model ini, kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan membebaskan mereka dari upaya fisik maupun mental yang berat (Saputra & Wijaya, 2025).

Generasi Z dikenal sebagai *digital native* yang sangat menghargai efisiensi dan pengalaman pengguna yang intuitif dibandingkan generasi sebelumnya (Dimock, 2024). Bagi kelompok ini, teknologi bukan sekadar alat bantu,

melainkan bagian integral dari identitas sosial dan gaya hidup, sehingga mereka memiliki standar ekspektasi yang tinggi terhadap kelancaran antarmuka digital (Anwar, 2025).

Ketika proses transaksi *cashless* seperti memindai kode QR, memasukkan PIN, atau melihat saldo dapat dilakukan dengan cepat dan tanpa kesulitan berarti, maka nilai kegunaannya di mata pengguna akan meningkat secara signifikan (Saputra & Wijaya, 2025) Sebaliknya, kemudahan penggunaan yang rendah yang ditandai dengan proses yang berbelit atau seringnya terjadi kegagalan sistem (*system crash*), justru akan menjadi faktor penghambat utama dalam adopsi teknologi finansial tersebut (Wahyuni, 2022)

H2: Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi *Cashless Payment* pada Generasi Z di Kota Padang.

2.4.3 Pengaruh Nilai Harga terhadap Adopsi *Cashless Payment*

Nilai Harga (*Price Value*) mencerminkan persepsi konsumen mengenai manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks *cashless payment*, Nilai Harga tidak hanya terkait dengan biaya transaksi, tetapi juga insentif finansial dan non-finansial (Hidayat & Putri, 2025)

(Pernanda et al., 2021) Generasi Z sangat sensitif terhadap nilai yang ditawarkan. Promosi, *cashback*, diskon, atau poin loyalitas yang ditawarkan oleh penyedia layanan *cashless payment* akan meningkatkan nilai harga di mata mereka. Jika manfaat (kecepatan, kenyamanan, insentif) lebih besar daripada biaya (biaya administrasi, kuota internet, risiko transaksi), maka intensi untuk

mengadopsi dan menggunakan *cashless payment* akan meningkat secara signifikan.

H3: Nilai Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi *Cashless Payment* pada Generasi Z di Kota Padang.

2.4.4 Pengaruh Simultan Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Penggunaan, dan Nilai Harga terhadap Adopsi *Cashless Payment*

Selain diuji sebagian, tiga variabel independen Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Penggunaan, dan Nilai Harga dihipotesiskan secara kolektif memengaruhi keputusan untuk mengadopsi *cashless payment*. Pengujian parsial sebelumnya telah menunjukkan bahwa setiap variabel berkontribusi secara signifikan terhadap perilaku adopsi, tetapi analisis kolektif diperlukan untuk memahami interaksi sinergis di antara mereka (Davis et al., 2021) Hipotesis ini didasarkan pada asumsi bahwa kombinasi ketiga faktor ini dapat memperkuat motivasi Generasi Z untuk beralih dari uang tunai ke pembayaran tanpa uang tunai, dengan mempertimbangkan konteks sosial dan ekonomi yang terus berkembang (Aini & Paksi, 2024)

Ketiga faktor ini saling melengkapi: pengetahuan melalui Literasi Keuangan Digital memberikan pemahaman mendasar tentang risiko dan manfaat transaksi digital (Hasan, 2014). Kemudahan penggunaan memastikan pengalaman transaksi yang lancar dan tanpa hambatan, yang secara signifikan meningkatkan intensi adopsi pembayaran non-tunai (Candy et al., 2021), sedangkan nilai harga (price value) menekankan manfaat ekonomi yang dirasakan pengguna, seperti diskon dan cashback, yang mendorong minat penggunaan sistem pembayaran digital (Susilowati et al., (2024). Bersama-sama, elemen-elemen ini menciptakan

lingkungan optimal bagi Generasi Z untuk sepenuhnya mengadopsi sistem pembayaran tanpa uang tunai, mendorong transisi yang lebih cepat dan berkelanjutan dalam ekosistem keuangan digital. Integrasi berbagai faktor dalam sistem pembayaran digital tidak hanya meningkatkan kepercayaan pengguna, tetapi juga mampu mengurangi hambatan psikologis dan praktis yang sering menghambat adopsi teknologi baru, terutama melalui peningkatan rasa aman, kemudahan, dan kesiapan pengguna dalam lingkungan digital yang terus berkembang (Chawla et al., 2023).

H4: Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Penggunaan, dan Nilai Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi Cashless Payment oleh Generasi Z di Kota Padang.