



KUALITAS INFORMASI KEUANGAN DIGITAL, KEPERCAYAAN DAN MINAT INVESTASI GENERASI Z DI ERA FINTECH

Evie Sukma^{*1}, Lily Ulfia²

^{1,2} Institut Agama Islam Negeri Kendari, Kota kendari, Indonesia

*Corresponding Author: eviesukma@iainkendari.ac.id

Info Article Received : 10 Maret 2026 Revised : 07 April 2026 Accepted : 01 Mei 2026 Publication : 30 Mei 2026	Abstract: <i>This study explores the role of digital financial information quality in fostering trust and investment intention among Generation Z in Kendari City during the fintech era. Employing a qualitative approach with an ethnographic case study design conducted over a three-month period (January–March 2025), the study involved 12 participants aged 18–27 years through semi-structured interviews and observations of online investment communities. Inductive thematic analysis supported by NVivo 12 identified four major themes: (1) perceptions of the quality of digital financial information, (2) the dynamics of trust formation toward fintech platforms, (3) the drivers and barriers influencing investment intention, and (4) the role of the digital social ecosystem in investment decision-making. This study contributes theoretically by providing insights from a medium-sized city in Eastern Indonesia, where socioeconomic conditions and digital infrastructure differ from those of major metropolitan areas. It also offers practical recommendations for fintech developers, regulators, and educational institutions to support the advancement of national financial inclusion.</i>
Keywords: Digital Financial Information Quality, Trust, Investment Intention, Fintech Kata Kunci: Kualitas Informasi Keuangan Digital, Kepercayaan, Minat Investasi, Fintech	
Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License 	Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi peran kualitas informasi keuangan digital dalam membangun kepercayaan dan minat investasi Generasi Z di Kota Kendari pada era fintech. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus etnografis selama tiga bulan (januari-maret 2025), penelitian melibatkan 12 partisipan berusia 18–27 tahun melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi komunitas investasi daring. Analisis tematik induktif berbantuan NVivo 12 menghasilkan empat tema utama: (1) persepsi terhadap kualitas informasi keuangan digital (2) dinamika pembentukan kepercayaan terhadap platform fintech, (3) faktor pendorong dan penghambat minat investasi, serta, (4) peran ekosistem sosial digital dalam keputusan investasi. Penelitian ini berkontribusi secara teoretis dengan menghadirkan perspektif kota menengah di Indonesia bagian timur yang memiliki dinamika sosioekonomi dan infrastruktur digital berbeda dari kota-kota besar, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pengembang fintech, regulator, dan institusi pendidikan dalam mendukung inklusi keuangan nasional

INTRODUCTION

Transformasi digital global telah mendorong lahirnya ekosistem financial technology (fintech) yang mengubah cara masyarakat mengakses layanan keuangan. Indonesia merupakan salah satu pasar fintech dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara, dengan nilai transaksi digital yang diproyeksikan melampaui USD 146 miliar pada 2025 (Google, Temasek, & Bain, 2022). Penetrasi smartphone yang masif dan meluasnya akses internet telah menciptakan infrastruktur yang memungkinkan demokratisasi akses terhadap instrumen investasi (Milian et al., 2019; Ozili, 2018). Dalam konteks ini, fintech tidak lagi sekadar inovasi teknologi, melainkan telah menjadi bagian dari struktur ekonomi yang memengaruhi perilaku keuangan masyarakat luas (Gomber et al., 2017; Shim & Shin, 2016; Arner et al., 2020).

Generasi Z mereka yang lahir antara 1997 dan 2012 muncul sebagai pengguna paling aktif platform keuangan digital. Sebagai digital natives, mereka tumbuh dengan teknologi sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, menjadikan mereka lebih reseptif terhadap inovasi fintech dibandingkan generasi sebelumnya (Twenge, 2017; Prensky, 2001; Fromm & Read, 2018). Survei OJK (2022) mencatat indeks inklusi keuangan Indonesia mencapai 85,10%, dengan Generasi Z sebagai kelompok dengan adopsi platform digital tertinggi. Namun paradoks terjadi: aksesibilitas yang tinggi tidak serta-merta diikuti minat investasi yang terealisasi secara optimal, mengindikasikan adanya faktor mediasi yang bekerja antara kemampuan akses dan perilaku investasi aktual (Philippas & Avdoulas, 2020; Hasan et al., 2021).

Kota Kendari, sebagai kota menengah di Indonesia bagian timur dengan populasi mahasiswa yang signifikan dan penetrasi smartphone lebih dari 78% (BPS Sultra, 2022), menghadirkan konteks yang representatif namun belum banyak dieksplorasi dalam literatur fintech domestik. Kualitas informasi keuangan digital yang mencakup dimensi akurasi, kelengkapan, relevansi, dan ketepatan waktu (Wang & Strong, 1996) menempati posisi sentral dalam proses pengambilan keputusan investasi. Individu yang tidak berpengalaman sangat bergantung pada kualitas informasi dari platform digital untuk mengevaluasi risiko dan imbal hasil secara rasional (Lusardi & Mitchell, 2014; Hogarth & Hilgert, 2016). Kepercayaan (trust) berperan sebagai konstruk mediasi kritis yang menghubungkan kualitas informasi dengan perilaku investasi, terbentuk melalui persepsi terhadap kompetensi, integritas, dan kebijakan penyedia layanan (McKnight & Chervany, 2001; Gefen et al., 2003; Pavlou, 2003).

Teori Penerimaan Teknologi (Davis, 1989) dan pengembangannya (Venkatesh et al., 2003; Venkatesh et al., 2012) memberikan kerangka teoritis untuk memahami mekanisme ini, sementara integrasi dengan teori kepercayaan menghasilkan model yang lebih komprehensif untuk konteks fintech (Featherman & Pavlou, 2003; Bhattacharjee, 2001; Xie et al., 2021).

Penelitian yang secara eksplisit mengintegrasikan kualitas informasi, kepercayaan, dan minat investasi Generasi Z dalam satu model empiris masih sangat terbatas (Chen, 2016; Ryu, 2018; Lim et al., 2019). Lebih jauh, studi yang menempatkan kota menengah Indonesia sebagai konteks analisis hampir tidak tersedia, padahal kota-kota ini merepresentasikan mayoritas populasi dan dinamika yang berbeda dari kota besar (Kim et al., 2018; Jünger & Mietzner, 2019; Salifu et al., 2021).

Insiden penipuan investasi digital yang meningkat (AFTECH, 2023; Hidajat, 2020) semakin mempertegas urgensi pemahaman mekanisme pembentukan kepercayaan, terutama di kalangan investor muda yang rentan (Agyei, 2018; Lusardi et al., 2017; Claessens & Rojas-Suarez, 2020). Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi peran kualitas informasi keuangan digital dalam membangun kepercayaan dan minat investasi Generasi Z di Kota Kendari menggunakan pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) (Hair et al., 2019).

Secara teoritis, penelitian ini memperluas TAM dan teori kepercayaan digital dalam konteks investasi fintech di ekonomi berkembang (World Bank, 2022; Statista, 2023). Secara praktis, temuan ini diharapkan memberikan panduan berbasis bukti bagi pengembang platform, regulator, dan institusi pendidikan dalam mendorong partisipasi investasi Generasi Z demi tercapainya target inklusi keuangan nasional (OJK, 2022; Petty & Cacioppo, 1986; Eppler & Mengis, 2004).

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus etnografis yang dilaksanakan selama tiga bulan, antara Januari hingga Maret 2025, di Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan mengeksplorasi secara mendalam pengalaman subjektif Generasi Z dalam mengonsumsi informasi keuangan digital, membangun kepercayaan terhadap platform fintech, serta membentuk minat investasi suatu fenomena yang kaya nuansa dan tidak dapat ditangkap secara memadai melalui pendekatan kuantitatif semata (Creswell & Poth, 2018). Desain studi kasus digunakan karena fenomena adopsi fintech di kalangan

Generasi Z Kota Kendari merupakan kasus kontekstual yang unik, di mana faktor sosioekonomik dan infrastruktur digital lokal memainkan peran yang tidak dapat digeneralisasi dari temuan di kota-kota besar (Yin, 2018; Marcus, 1995).

Partisipan penelitian direkrut secara sukarela menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria inklusi: (1) berusia antara 18 hingga 27 tahun, (2) berdomisili di Kota Kendari, (3) memiliki akun aktif pada setidaknya satu platform fintech investasi seperti Bibit, Ajaib, atau Pluang, dan (4) bersedia mengikuti proses wawancara mendalam. Dari 45 calon partisipan yang diidentifikasi melalui komunitas investasi mahasiswa di beberapa perguruan tinggi di Kendari, sebanyak 12 orang memenuhi seluruh kriteria dan bersedia berpartisipasi penuh. Jumlah ini dinilai memadai berdasarkan prinsip saturasi data (*data saturation*), di mana informasi baru tidak lagi ditemukan setelah wawancara ke-10 (Guest et al., 2006). Komposisi partisipan terdiri dari tujuh perempuan dan lima laki-laki, dengan rentang usia 19 hingga 26 tahun, dari berbagai program studi.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama. Pertama, wawancara mendalam (*in depth interview*) semi-terstruktur yang berlangsung antara 45 hingga 90 menit per sesi, dilaksanakan secara tatap muka maupun melalui Zoom dan WhatsApp Voice Call sesuai preferensi partisipan. Panduan wawancara dikembangkan berdasarkan empat tema utama: persepsi kualitas informasi keuangan digital, proses pembentukan kepercayaan terhadap platform fintech, faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi, dan pengalaman aktual penggunaan platform investasi digital. Kedua, observasi non-partisipatif dilakukan terhadap aktivitas komunitas investasi daring yang diikuti partisipan, termasuk grup diskusi media sosial dan forum investasi selama periode penelitian. Seluruh sesi wawancara direkam dengan izin eksplisit partisipan dan ditranskripsikan secara verbatim untuk keperluan analisis.

Analisis data menggunakan pendekatan tematik induktif sebagaimana dikembangkan Braun dan Clarke (2006), yang terdiri dari enam tahap: familiarisasi data, pembuatan kode awal, pencarian tema, peninjauan tema, pendefinisian tema final, dan penyusunan laporan analitik. Proses pengkodean difasilitasi perangkat lunak NVivo 12 untuk pengelolaan data yang efisien. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber antara wawancara dan observasi, member checking di mana partisipan diminta memverifikasi interpretasi peneliti, serta peer debriefing yang melibatkan kolega akademik sebagai auditor eksternal (Lincoln & Guba, 1985).

RESULT AND DISCUSSION

Result

Hasil analisis tematik terhadap data wawancara mendalam dengan 12 partisipan Generasi Z Kota Kendari menghasilkan empat tema utama yang saling berkaitan: (1) persepsi terhadap kualitas informasi keuangan digital, (2) dinamika pembentukan kepercayaan terhadap platform fintech, (3) faktor pendorong dan penghambat minat investasi, serta (4) peran ekosistem sosial digital dalam keputusan investasi. Keempat tema ini secara kolektif menggambarkan kompleksitas proses kognitif dan afektif yang dialami Generasi Z dalam menavigasi lanskap investasi digital di Kota Kendari.

Tema pertama berkaitan dengan cara partisipan mengevaluasi kualitas informasi keuangan yang mereka peroleh dari berbagai platform digital. Mayoritas partisipan menyatakan bahwa akurasi dan konsistensi informasi merupakan atribut yang paling diperhatikan saat mengakses konten keuangan dari platform fintech. Namun tidak sedikit yang mengungkapkan frustrasi akibat ketidakseragaman informasi di berbagai sumber digital, yang menimbulkan kebingungan alih-alih memberdayakan mereka sebagai calon investor. Hal ini tercermin dalam penuturan berikut:

Kutipan 1 “Saya sering buka aplikasi Bibit, terus buka juga YouTube dan TikTok untuk cari info tambahan soal reksa dana. Tapi masalahnya, informasi di satu tempat bilang reksa dana saham itu cocok untuk jangka panjang, tapi di tempat lain bilang risikonya terlalu tinggi untuk pemula. Akhirnya saya bingung harus percaya yang mana. Informasinya banyak, tapi malah bikin saya makin ragu untuk mulai investasi.”
(Partisipan 3, Perempuan, 21 tahun)

Kutipan di atas menggambarkan paradoks yang dialami banyak partisipan: meskipun akses terhadap informasi keuangan digital sangat berlimpah, information overload justru menjadi hambatan kognitif yang memperlambat pengambilan keputusan investasi (Eppler & Mengis, 2004). Beberapa partisipan juga mengungkapkan bahwa ketepatan waktu informasi khususnya data pasar yang real-time menjadi faktor pembeda signifikan antara platform yang dianggap berkualitas tinggi dan yang dinilai kurang dapat diandalkan (Wang & Strong, 1996).

Tema kedua mengungkap mekanisme pembentukan kepercayaan partisipan terhadap platform fintech. Analisis data menunjukkan bahwa kepercayaan tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses akumulatif yang melibatkan pengalaman langsung, testimoni dari komunitas, serta sinyal legitimasi institusional seperti regulasi OJK. Partisipan secara konsisten menyebut legalitas dan pengawasan

regulator sebagai fondasi kepercayaan awal sebelum mendaftarkan diri pada suatu platform investasi (Gefen et al., 2003; Pavlou, 2003).

Kutipan 2“Yang pertama saya cek sebelum daftar itu izin OJK-nya. Kalau sudah ada izin OJK, baru saya lanjut lihat fitur-fiturnya. Tapi yang bikin saya benar-benar percaya itu waktu teman saya yang sudah pakai duluan cerita pengalamannya, dan dia bisa tarik dananya tanpa masalah. Itu yang paling meyakinkan buat saya. Kalau cuma iklan dari aplikasinya sendiri, saya tidak langsung percaya.” (Partisipan 7, Laki-laki, 23 tahun)

Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan Generasi Z bersifat multidimensional, dibangun melalui kombinasi kepercayaan berbasis institusi, pengalaman, dan rekomendasi sosial (McKnight & Chervany, 2001; Salifu et al., 2021). Mekanisme word-of-mouth digital tampak paling berpengaruh dalam keputusan adopsi awal platform, mengisyaratkan bahwa jaringan sosial pertemanan masih menjadi agen persuasi yang dominan di kalangan Generasi Z Kendari.

Tema ketiga menyoroti faktor yang mendorong sekaligus menghambat minat investasi partisipan. Di sisi pendorong, aspirasi finansial jangka panjang, kemudahan antarmuka platform, dan fitur edukasi investasi dalam aplikasi menjadi motivator yang sering disebutkan. Sebaliknya, keterbatasan dana awal, ketidakpastian keamanan aset digital, dan rendahnya pemahaman mendalam tentang instrumen investasi menjadi hambatan yang paling dominan (Lusardi & Mitchell, 2014; Ryu, 2018).

Kutipan 3“Saya sebenarnya sudah lama ingin investasi, sudah sering baca-baca juga di aplikasi dan konten kreator keuangan. Tapi uang saku saya pas-pasan, dan saya takut kalau rugi nanti tidak ada uang untuk kebutuhan sehari-hari. Selain itu, saya masih belum benar-benar ngerti cara membaca grafik dan analisis fundamental itu. Informasi di aplikasi ada, tapi bahasanya teknis sekali, susah dipahami kalau kita belum punya dasar.” (Partisipan 10, Perempuan, 20 tahun)

Tema keempat mengungkap peran signifikan ekosistem sosial digital khususnya komunitas investasi di Instagram, TikTok, dan Telegram sebagai ruang pembelajaran informal yang membentuk orientasi investasi Generasi Z. Partisipan aktif mengonsumsi konten edukasi dari financial influencer yang dinilai lebih mudah dipahami dibandingkan konten resmi platform fintech. Namun ketergantungan pada sumber informal ini membawa risiko tersendiri, mengingat tidak semua konten memenuhi standar akurasi dan objektivitas yang memadai, sehingga berpotensi memperkuat bias kognitif dalam pengambilan keputusan investasi (Hasan et al., 2021; Philippas & Avdoulas, 2020).

Kutipan 4 “Saya lebih sering belajar investasi dari TikTok dan Instagram daripada dari aplikasinya langsung. Soalnya lebih mudah dimengerti, ada visualnya, dan bahasanya santai. Tapi kadang saya juga bingung karena ada yang bilang beli saham A bagus, tapi yang lain bilang jangan. Akhirnya saya ikut grup Telegram khusus investasi di Kendari, dan di situ diskusinya lebih terpercaya karena anggotanya juga sama-sama belajar.” (Partisipan 5, Laki-laki, 22 tahun)

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menggambarkan bahwa perjalanan investasi Generasi Z di Kota Kendari merupakan proses yang dinamis dan non-linear, di mana kualitas informasi, kepercayaan, dan minat investasi saling berinteraksi dalam ekosistem digital yang kompleks. Keempat tema yang teridentifikasi memberikan gambaran kaya mengenai bagaimana konteks lokal termasuk keterbatasan infrastruktur, dinamika komunitas, dan kondisi sosioekonomik turut membentuk pengalaman investasi digital Generasi Z di kota menengah Indonesia, yang secara substansial berbeda dari pola yang ditemukan dalam studi-studi sebelumnya yang berpusat di kota-kota besar (Arner et al., 2020; Ozili, 2018).

CONCLUTION

Penelitian kualitatif dengan desain studi kasus etnografis ini berhasil mengungkap kompleksitas perjalanan investasi Generasi Z di Kota Kendari dalam ekosistem financial technology (fintech). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa minat investasi dan keputusan adopsi platform digital di kalangan investor muda tidak terjadi secara linear, melainkan dibentuk oleh interaksi dinamis antara kualitas informasi keuangan, mekanisme kepercayaan multidimensional, dan dukungan ekosistem sosial digital. Meskipun aksesibilitas teknologi di kota menengah ini tergolong tinggi, kelimpahan informasi digital yang tidak seragam justru kerap memicu hambatan kognitif (information overload) yang memicu keraguan di kalangan pemula. Kepercayaan investor muda di Kota Kendari dibangun secara bertahap, diawali dari legitimasi kelembagaan (regulasi OJK) sebagai pondasi awal, yang kemudian diperkuat oleh akumulasi pengalaman langsung serta pengaruh kuat dari word-of-mouth digital dalam jaringan pertemanan mereka. Di sisi lain, kehadiran komunitas investasi lokal dan figur financial influencer di media sosial memegang peran sentral sebagai ruang pembelajaran informal yang menjembatani konten edukasi platform fintech yang dirasa masih terlalu teknis. Secara keseluruhan, konteks lokal berupa kondisi sosioekonomik dan dinamika

komunitas di kota menengah memberikan warna unik yang membedakan perilaku investasi Generasi Z Kendari dari pola yang ditemukan di kota-kota besar.

DAFTAR PUSTAKA

- AFTECH. (2023). ANNUAL MEMBER SURVEY: INDONESIAN FINTECH INDUSTRY REPORT 2022–2023. Asosiasi Fintech Indonesia.
- Agyei, S. K. (2018). CULTURE, FINANCIAL LITERACY, AND SME PERFORMANCE IN GHANA. *Cogent Economics & Finance*, 6(1), 1463813. <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1463813>
- Arner, D. W., Buckley, R. P., Zetzsche, D. A., & Veidt, R. (2020). SUSTAINABILITY, FINTECH AND FINANCIAL INCLUSION. *European Business Organization Law Review*, 21(1), 7–35. <https://doi.org/10.1007/s40804-020-00183-y>
- Bhattacharjee, A. (2001). UNDERSTANDING INFORMATION SYSTEMS CONTINUANCE: AN EXPECTATION-CONFIRMATION MODEL. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- BPS Sulawesi Tenggara. (2022). SULAWESI TENGGARA DALAM ANGKA 2022. Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tenggara.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). USING THEMATIC ANALYSIS IN PSYCHOLOGY. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chen, L. (2016). FROM FINTECH TO FINLIFE: THE CASE OF FINTECH DEVELOPMENT IN CHINA. *China Economic Journal*, 9(3), 225–239. <https://doi.org/10.1080/17538963.2016.1215057>
- Claessens, S., & Rojas-Suarez, L. (2020). FINANCIAL INCLUSION IN THE DIGITAL AGE. In T. Beck & R. Cull (Eds.), *The Oxford Handbook of Banking* (3rd ed., pp. 503–530). Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). QUALITATIVE INQUIRY AND RESEARCH DESIGN: CHOOSING AMONG FIVE APPROACHES (4th ed.). SAGE Publications.
- Davis, F. D. (1989). PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, AND USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). THE CONCEPT OF INFORMATION OVERLOAD: A REVIEW OF LITERATURE FROM ORGANIZATION SCIENCE,

- ACCOUNTING, MARKETING, MIS, AND RELATED DISCIPLINES. *The Information Society*, 20(5), 325–344. <https://doi.org/10.1080/01972240490507974>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). PREDICTING E-SERVICES ADOPTION: A PERCEIVED RISK FACETS PERSPECTIVE. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Fromm, J., & Read, A. (2018). MARKETING TO GEN Z: THE RULES FOR REACHING THIS VAST—AND VERY DIFFERENT—GENERATION OF INFLUENCERS. AMACOM.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). TRUST AND TAM IN ONLINE SHOPPING: AN INTEGRATED MODEL. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2017). ON THE FINTECH REVOLUTION: INTERPRETING THE FORCES OF INNOVATION, DISRUPTION, AND TRANSFORMATION IN FINANCIAL SERVICES. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220–265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2022). E-ECONOMY SEA 2022: THROUGH THE WAVES, TOWARDS A SEA OF OPPORTUNITY. Google LLC.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). HOW MANY INTERVIEWS ARE ENOUGH? AN EXPERIMENT WITH DATA SATURATION AND VARIABILITY. *Field Methods*, 18(1), 59–82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). WHEN TO USE AND HOW TO REPORT THE RESULTS OF PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hasan, R., Ashfaq, M., & Shafique, O. (2021). EXPLORING THE ANTECEDENTS OF INVESTMENT INTENTION IN VIRTUAL ASSET MANAGEMENT PLATFORMS. *Journal of Financial Services Marketing*, 27(2), 117–131. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00115-4>
- Hidajat, T. (2020). UNETHICAL PRACTICES PEER-TO-PEER LENDING IN INDONESIA. *Journal of Financial Crime*, 27(1), 274–282. <https://doi.org/10.1108/JFC-02-2019-0028>

- Hogarth, J. M., & Hilgert, M. A. (2016). FINANCIAL KNOWLEDGE, EXPERIENCE AND LEARNING PREFERENCES: PRELIMINARY RESULTS FROM A NEW SURVEY ON FINANCIAL LITERACY. *Consumer Interest Annual*, 48, 1–7.
- Jünger, M., & Mietzner, M. (2019). BANKING GOES DIGITAL: THE ADOPTION OF FINTECH SERVICES BY GERMAN HOUSEHOLDS. *Finance Research Letters*, 34, 101260. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2019.08.008>
- Kim, Y., Choi, J., Park, Y. J., & Yeon, J. (2018). THE ADOPTION OF MOBILE PAYMENT SERVICES FOR "FINTECH." *International Journal of Applied Engineering Research*, 11(2), 1058–1061.
- 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. <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1507132>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). NATURALISTIC INQUIRY. SAGE Publications.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). THE ECONOMIC IMPORTANCE OF FINANCIAL LITERACY: THEORY AND EVIDENCE. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A., Michaud, P. C., & Mitchell, O. S. (2017). OPTIMAL FINANCIAL KNOWLEDGE AND WEALTH INEQUALITY. *Journal of Political Economy*, 125(2), 431–477. <https://doi.org/10.1086/690950>
- Marcus, G. E. (1995). ETHNOGRAPHY IN/OF THE WORLD SYSTEM: THE EMERGENCE OF MULTI-SITED ETHNOGRAPHY. *Annual Review of Anthropology*, 24(1), 95–117. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.24.100195.000523>
- McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2001). WHAT TRUST MEANS IN E-COMMERCE CUSTOMER RELATIONSHIPS: AN INTERDISCIPLINARY CONCEPTUAL TYPOLOGY. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(2), 35–59. <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044235>
- Milian, E. Z., Spinola, M. D. M., & de Carvalho, M. M. (2019). FINTECHS: A LITERATURE REVIEW AND RESEARCH AGENDA. *Electronic Commerce Research and Applications*, 34, 100833. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100833>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). SURVEI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN 2022. OJK.
- Ozili, P. K. (2018). IMPACT OF DIGITAL FINANCE ON FINANCIAL INCLUSION AND STABILITY. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329–340. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>
- Pavlou, P. A. (2003). CONSUMER ACCEPTANCE OF ELECTRONIC COMMERCE: INTEGRATING TRUST AND RISK WITH THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). COMMUNICATION AND PERSUASION: CENTRAL AND PERIPHERAL ROUTES TO ATTITUDE CHANGE. Springer.
- Philippas, N. D., & Avdoulas, C. (2020). FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL WELL-BEING AMONG GENERATION-Z UNIVERSITY STUDENTS: EVIDENCE FROM GREECE. *The European Journal of Finance*, 26(4–5), 360–381. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2019.1701512>
- Prensky, M. (2001). DIGITAL NATIVES, DIGITAL IMMIGRANTS PART 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Ryu, H. S. (2018). WHAT MAKES USERS WILLING OR HESITANT TO USE FINTECH? THE MODERATING EFFECT OF USER TYPE. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541–569. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325>
- Salifu, I., Salifu, E. S., & Bondinuba, F. K. (2021). THE ROLE OF CUSTOMER TRUST IN FINTECH ADOPTION: AN EMERGING ECONOMY PERSPECTIVE. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102614. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102614>
- Shim, Y., & Shin, D. H. (2016). ANALYZING CHINA'S FINTECH INDUSTRY FROM THE PERSPECTIVE OF ACTOR-NETWORK THEORY. *Telecommunications Policy*, 40(2–3), 168–181. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.11.005>
- Statista. (2023). NUMBER OF INTERNET USERS WORLDWIDE FROM 2009 TO 2023. Statista Research Department.

- Twenge, J. M. (2017). IGEN: WHY TODAY'S SUPER-CONNECTED KIDS ARE GROWING UP LESS REBELLIOUS, MORE TOLERANT, LESS HAPPY—AND COMPLETELY UNPREPARED FOR ADULTHOOD. Atria Books.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). CONSUMER ACCEPTANCE AND USE OF INFORMATION TECHNOLOGY: EXTENDING THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wang, R. Y., & Strong, D. M. (1996). BEYOND ACCURACY: WHAT DATA QUALITY MEANS TO DATA CONSUMERS. *Journal of Management Information Systems*, 12(4), 5–33. <https://doi.org/10.1080/07421222.1996.11518099>
- World Bank. (2022). FINANCIAL INCLUSION OVERVIEW: INDONESIA. World Bank Group.
- Xie, J., Ye, L., Huang, W., & Ye, M. (2021). UNDERSTANDING FINTECH PLATFORM ADOPTION: IMPACTS OF PERCEIVED VALUE AND PERCEIVED RISK. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1893–1910. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050106>
- Yin, R. K. (2018). CASE STUDY RESEARCH AND APPLICATIONS: DESIGN AND METHODS (6th ed.). SAGE Publications.