

**INTENSI MENABUNG EMAS DIGITAL DENGAN LITERASI
KEUANGAN SYARIAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA
GENERASI Z DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh:

Fadhillah Nur Afifah

22108020081

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1003

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
2026**

**INTENSI MENABUNG EMAS DIGITAL DENGAN LITERASI
KEUANGAN SYARIAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA
GENERASI Z DI YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh:

Fadhillah Nur Afifah

22108020081

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.

NIP. 19730702 200212 1003

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
2026**

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1029/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : INTENSI MENABUNG EMAS DIGITAL DENGAN LITERASI KEUANGAN
SYARIAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA GENERASI Z DI
YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FADHILLAH NUR AFIFAH
Nomor Induk Mahasiswa : 22108020081
Telah diujikan pada : Rabu, 15 Juli 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6a7ebb25410e4



Penguji I

Defi Insani Saibil, S.E.I., M.E.K
SIGNED

Valid ID: 6a758c1342684



Penguji II

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 6a76e5a227350



Yogyakarta, 15 Juli 2026

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 6a7cbb9a1a6dc

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Skripsi oleh Fadhillah Nur Afifah

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di-Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan pengoreksian, pemeriksaan, memberikan arahan, serta melakukan perbaikan yang diperlukan, dengan demikian, saya sebagai Pembimbing menyatakan bahwa skripsi yang diajukan oleh mahasiswa berikut ini:

Nama : Fadhillah Nur Afifah
NIM : 22108020081
Judul Skripsi : Intensi Menabung Emas Digital dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi pada Generasi Z Di Yogyakarta.

Skripsi ini telah layak untuk diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam.

Dengan ini, kami berharap skripsi ini dapat segera diujikan. Terima kasih atas perhatian dan pertimbangannya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 23 Juni 2026
Pembimbing,



Dr. Joko Setyono, SE., M.Si
NIP.19730702200212 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadhillah Nur Afifah
NIM : 22108020081
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Intensi Menabung Emas Digital dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi Pada Generasi Z Di Yogyakarta”** adalah benar-benar hasil karya asli saya sendiri dan bukan merupakan plagiarisme pencurian hasil karya milik orang lain hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis skripsi saya secara orisinal dan otentik.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakan integritas akademik di institusi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 10 Juli 2026

Penulis,



Fadhillah Nur Afifah
22108020081

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadhillah Nur Afifah
NIM : 22108020081
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul

“Intensi Menabung Emas Digital dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi Pada Generasi Z Di Yogyakarta”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhal menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakan integritas akademik di institusi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 10 Juli 2026
Penulis,



Fadhillah Nur Afifah
22108020081

HALAMAN MOTTO

“ Bukankah Dia mendapatimu sebagai seorang yang bingung, lalu Dia memberikan petunjuk? Dan Dia mendapatimu sebagai seorang yang kekurangan, lalu Dia memberikan kecukupan”

(Q.s Ad-Dhuha: 7-8)

“Menjadi kuat bukanlah pilihan yang kuinginkan, melainkan keadaan yang membentukku. Dan hari ini, setiap perjuangan yang pernah kulalui menjadi bukti bahwa aku mampu bertahan dan menyelesaikan apa yang pernah kuimpikan”

(Penulis)

“Jangan takut jatuh, karna yang tidak pernah memanjatlah yang tak pernah jatuh. Dan jangan takut gagal, karna yang tidak pernah gagal hanyalah orang-orang yang tidak pernah melangkah. Dan jangan takut salah, karna dengan kesalahan yang pertama kita dapat menambah pengetahuan untuk mencari jalan yang benar pada langkah yang kedua”

(Buya Hamka)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Berkat rahmat, nikmat, serta karunia-Nya, penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya menuju jalan yang ilmu dan kebaikan.

Halaman persembahan ini menjadi bentuk ungkapan rasa syukur dan penghargaan penulis kepada seluruh pihak yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi, serta bantuan selama proses dalam penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, karya sederhana penulis dipersembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, serta pengorbanan tanpa henti. Terima kasih atas segala doa yang mengiringi setiap langkah penulis, kesediaan untuk memberikan kesempatan untuk menempuh perguruan tinggi, mengutamakan pendidikan dan masa depan penulis. Semoga Allah SWT Selalu memberikan kesehatan, kebahagiaan, kelimpahan rezekidan keberkahan kepada beliau berdua. Seluruh pencapaian yang diraih penulis hingga saat ini merupakan persembahan yang tulus untuk kedua orang tua tercinta.

Seluruh Bapak dan Ibu dosen, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta bimbingan selama penulis menempuh pendidikan dibangku perkuliahan. Secara khusus, penulis menyampaikan rasa hormat dan berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Joko Setyono selaku dosen pembimbing yang dengan penuh dedikasi, kesabaran, dan perhatian telah memberikan arahan, masukan, serta motivasi sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah menjadi tempat penulis menimba ilmu, mengembangkan potensi diri, dan memperoleh berbagai pengalaman berharga selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kesempatan dan lingkungan akademik yang telah membentuk penulis menjadi pribadi yang lebih baik.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā'	b	be
ت	tā'	t	te
ث	ṣā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jīm	j	je
ح	ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	khā'	kh	ka and ha
د	dāl	d	de
ذ	ẓāl	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	rā'	r	er
ز	zāi	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es and ye
ص	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas

غ	gain	g	ge
ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāwu	w	w
ه	hā'	h	ha
-	hamza h	,	apostrof
ي	yā'	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

ممتددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدّة	ditulis	<i>'iddah</i>

C. Tā' Marbutāh pada Akhir Kalimat

a. Ditulis dengan *h* jika dibaca *Sukun*

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak berlaku untuk kata-kata Arab yang telah diserap ke dalam bahasa Indonesia, misalnya zakat, kecuali bila dikehendaki kata aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>
---------------	---------	---------------------------

- c. Bila *Tā'marbutāh* hidup dengan *fathāh*, *kasrah*, or *dāmah* dengan demikian dituliskan *ny t* or *h*.

زكاة الفطرة	ditulis	<i>zakatā al-fitrāh</i>
-------------	---------	-------------------------

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua *tā'marbutāh* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

_____	fathah	ditulis	a
_____	kasrah	ditulis	i
_____	dammah	ditulis	u

فَعَلَ	fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكَرَ	kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	dammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1	fathah + alif	ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2	fathah + yā'mati	ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	ditulis	<i>tans ā</i>

3	kasrah + yā'mati	ditulis	<i>i</i>
	كريم	ditulis	<i>karim</i>
4	ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
	فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	fathah + yā'mati	ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2	fathah + wāwu mati	ditulis	<i>au</i>
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أُعِدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	ditulis	<i>al-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>al-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنّة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dengan rahmat serta karunia-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan rasa syukur atas segala nikmat yang diberikan, baik dalam Kesehatan, kemudahan, maupun kesempatan untuk menyelesaikan studi ini. Tugas Akhir Skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Dengan skripsi berjudul “ **Intensi Menabung Emas Digital dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi Pada Generasi Z Di Yogyakarta**” dan dapat disusun serta diselesaikan dengan baik. Penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, doa, dukungan, serta kerja sama berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, izinkan saya menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., K.CA., ACPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si., M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Farid Hidayat, S.H., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Dr. Joko Setyono, SE., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memotivasi, mengarahkan, serta memberikan masukan yang membangun dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga, khususnya pada program Studi Perbankan Syariah, dengan penuh dedikasi dan profesional memberikan bimbingan, pengajaran, serta memberikan ilmu pengetahuan, sehingga penulis

memperoleh pemahaman, wawasan, pengalaman, serta bekal akademik selama menempuh Pendidikan.

7. Seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan selama menempuh pendidikan perkuliahan.
8. Turuntut cinta pertama dalam hidup penulis, Bapak Mulyono. Sosok laki-laki yang memberikan segala kasih sayang, pengorbanan, kerja keras, serta setiap jerih payah yang telah dicurahkan demi kehidupan dan masa depan penulis. Menjadi sosok yang telah mengajarkan arti tanggung jawab, ketulusan, kerja keras, dan keteguhan dalam menjalani kehidupan. Banyak pelajaran berharga yang penulis peroleh, baik melalui nasihat maupun teladan yang Bapak berikan. Meskipun waktu kebersamaan tidak selalu banyak karena tuntutan pekerjaan, kasih sayang dan perjuangan Bapak selalu penulis rasakan dalam setiap langkah kehidupan. Tanpa doa, dukungan, dan pengorbanan beliau, penulis tidak akan mampu berada di titik ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan dalam setiap langkah baiknya.
9. Turuntut pahlawan dalam hidup penulis, Ibu Waryanah. Sosok perempuan luar biasa yang tidak pernah lelah mencurahkan kasih sayang, memberikan kekuatan, serta berjuang tanpa mengenal batas demi kebahagiaan dan masa depan penulis. Setiap tetes keringat, pengorbanan, dan setiap doa yang Ibu panjatkan menjadi cahaya yang menerangi langkah penulis hingga mampu di titik ini. Meski tidak selalu dapat bertemu setiap hari, berada didekat Ibu menjadi tempat paling nyaman. Kerinduan kepada Ibu selalu hadir, terlebih pada masakan yang selalu menghadirkan kehangatan dan rasa rumah. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Ibu.
10. Turuntut keluarga dan saudara yang telah memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
11. Turuntut laki-laki yang bernama Ahmad Yahya Luthfi. Sosok yang hadir sejak awal perjalanan perkuliahan dan menjadi bagian dari setiap proses yang penulis lalui. Kehadirannya telah memberikan motivasi, kekuatan,

serta keyakinan bahwa setiap tantangan dapat dihadapi. Menjadi tempat berkeluh kesah saat lelah, sekaligus pengingat bagi penulis untuk terus melangkah dan tidak menyerah. Semoga setiap kebaikan yang telah diberikan menjadi jalan menuju kebahagiaan dan kesuksesan di masa yang akan datang.

12. Teruntuk Diah, Fahra, Ana, mbak Tiara, mbak Sarah, dan Kamila, keluarga kecil di Kos Pak Bargumono. Kehadiran kalian menjadi salah satu bagian terindah dalam perjalanan selama masa perkuliahan. Dukungan, semangat, tawa, serta kesediaan untuk menjadi tempat berbagi cerita dalam suka maupun duka, khususnya selama proses penyusunan skripsi, telah memberikan kekuatan bagi penulis untuk terus melangkah. Semoga persahabatan ini selalu terjaga dan dipenuhi kebahagiaan di setiap langkah kehidupan kalian.
13. Teruntuk Cahya, Oci, dan Rahma, teman seperjuangan selama masa perkuliahan. Kebersamaan, dukungan, dan cerita yang telah dilalui dalam suka maupun duka menjadi bagian yang berharga dalam perjalanan ini. Semoga persahabatan yang telah terjalin tetap terjaga, dan semoga setiap langkah yang di tempuh ke depan dipenuhi dengan keberhasilan dan kebahagiaan,
14. Teruntuk Dianita Utari, teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi. Kebersamaan selama proses bimbingan, setiap cerita yang dibagikan, pertukaran pikiran, serta saling menguatkan dalam setiap tantangan menjadi bagian tidak terlupakan dalam perjalanan ini. Semoga setiap usaha yang telah diperjuangkan menghantarkan pada masa depan yang penuh keberkahan dan kesuksesan.
15. Teruntuk Yun dan Eza, teman seperjuangan selama KKN. Kebersamaan yang terjalin selama masa KKN hingga setelahnya menjadi kenangan yang berharga. Kehadiran kalian sebagai teman berbagi cerita, canda, dan berbagai pengalaman telah memberikan warna tersendiri dalam perjalanan ini. Semoga segala progres yang sedang dijalani, khususnya dalam

penyusunan skripsi, senantiasa diberikan kelancaran, kemudahan, dan hasil yang terbaik.

16. Untuk kartun Doraemon serta Upin dan Ipin. Cerita-cerita sederhana yang selalu menghadirkan tawa, menemani setiap rasa lelah dan menjadi hiburan di tengah padatnya penyusunan proses skripsi. Kehadiran cerita-cerita yang diberikan dalam kartun ini menjadi pengingat bahwa sesibuk apa pun menjalani kehidupan, selalu ada waktu untuk tersenyum dan mengembalikan semangat.
17. Terakhir teruntuk diri sendiri, Fadhillah Nur Afifah. Perempuan yang perlahan menemukan kekuatannya melalui setiap proses kehidupan yang Allah takdirkan. Tidak semua perjalanan berjalan sesuai dengan harapan, namun setiap langkah, air mata, dan pengalaman telah membentuk pribadi yang lebih sabar, lebih tangguh, dan lebih percaya pada kemampuan diri sendiri. Semoga Allah SWT senantiasa menguatkan setiap langkah, melapangkan setiap jalan yang akan ditempuh, serta menjadikan setiap perjuangan yang telah dilalui sebagai awal dari kehidupan yang penuh keberkahan, kebahagiaan, dan kesuksesan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
ABSTRAK	xxv
<i>ABSTRACT</i>	xxvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	17
1. Manfaat Teoretis.....	17
2. Manfaat Praktis.....	17
E. Sistematika Penulisan	18
BAB V: PENUTUP	19
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA.....	20
A. Landasan Teori.....	20
1. Perilaku Konsumen.....	20
2. Investasi Digital.....	22
3. Investasi Emas Digital.....	23

4. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	27
5. Kepercayaan.....	32
6. Keamanan.....	33
Keamanan.....	33
7. Literasi Keuangan Syariah.....	34
8. Niat Penggunaan.....	36
B. Kajian Pustaka.....	37
C. Kerangka Teoritik.....	48
D. Pengembangan Hipotesis.....	48
1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menabung emas digital pada generasi Z di Yogyakarta.....	48
2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menabung emas digital pada Generasi Z di Yogyakarta.....	49
3. Pengaruh Kepercayaan terhadap niat menabung emas digital pada Generasi Z di Yogyakarta.....	50
4. Pengaruh Keamanan terhadap niat menabung emas digital pada Generasi Z di Yogyakarta.....	51
5. Literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat menabung emas digital.....	52
6. Literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menabung emas digital.....	54
7. Literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap niat menabung emas digital.....	56
8. Literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh keamanan platform terhadap niat menabung emas digital.....	57
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
A. Desain Penelitian.....	60
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	60
C. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	66
D. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	67
E. Instrumen dan Teknik Analisis Data.....	69

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	77
A. Gambar Umum Objek Penelitian.....	77
1. Responden yang memiliki aplikasi Dana.....	77
2. Responden Berdasarkan Kepemilikan Fitur Dana Emas.....	78
3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	79
5. Responden Berdasarkan Usia.....	80
6. Responden Berdasarkan Domisili (Kabupaten/ Kota di D.I. Yogyakarta).....	80
7. Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	81
8. Responden Berdasarkan Aplikasi yang Dimiliki.....	82
9. Responden Berdasarkan Aplikasi Investasi Emas Digital.....	84
10. Responden Berdasarkan Kepemilikan Investasi.....	85
B. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	86
1. Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity).....	86
2. Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity).....	89
3. Uji Reliabilitas.....	91
C. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	95
1. Uji Multikolineritas.....	95
2. <i>Coeffient Determination (R-Square)</i>	96
3. <i>F Square (Effect Size)</i>	97
4. <i>Predictive Relevance (Q-Square)</i>	99
5. <i>Path Coefficient</i> (Pengujian Hipotesis).....	100
D. Pembahasan.....	104
1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Menabung Emas Digital Generasi Z Di Yogyakarta.....	105
2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Niat Menabung Emas Digital Generasi Z Di Yogyakarta.....	107
3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Menabung Emas Digital Generasi Z Di Yogyakarta.....	110

4. Pengaruh Keamanan Terhadap Niat Menabung Emas Digital Generasi Z Di Yogyakarta.....	114
5. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Memoderasi Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Menabung Emas Digital Generasi Z Di Yogyakarta.....	115
6. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Memoderasi Persepsi Manfaat Terhadap Niat Menabung Emas Digital Generasi Z Di Yogyakarta.....	118
7. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Memoderasi Kepercayaan Terhadap Niat Menabung Emas Digital Generasi Z Di Yogyakarta.....	121
8. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Memoderasi Keamanan Terhadap Niat Menabung Emas Digital Generasi Z Di Yogyakarta.....	125
BAB V PENUTUP.....	128
A. Kesimpulan.....	128
B. Implikasi Penelitian.....	129
C. Saran.....	131
D. Keterbatasan Penelitian.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....	xxvi
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xlii

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel.....	60
Tabel 3. 2	Pengukuran Skala Likert.....	70
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	79
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	80
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili (Kabupaten di D.I.Yogyakarta).....	80
Tabel 4. 4	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	81
Tabel 4. 5	Karakteristik Berdasarkan Aplikasi yang Dimiliki.....	82
Tabel 4. 6	Karakteristik Berdasarkan Aplikasi Investasi Emas Digital.....	84
Tabel 4.7	Karakteristik Berdasarkan Kepemilikan Investasi.....	85
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Konvergen.....	87
Tabel 4. 9	Uji Validitas Diskrimanan.....	90
Tabel 4. 10	Uji Reabilitas.....	92
Tabel 4. 11	Uji Multikoleniaritas.....	95
Tabel 4. 12	Hasil Uji <i>Coffient Determination</i>	97
Tabel 4. 13	Uji F Square (Effect Size).....	98
Tabel 4.14	Uji Q-Square.....	99
Tabel 4.15	Uji Path Coefficient.....	101
Tabel 4. 16	Ringkasan Jawaban Responden Variabel Pesepsi Manfaat.....	108
Tabel 4. 17	Ringkasan Jawaban Responden Variabel Kepercayaan.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 harga emas selama lima tahun terakhir dari tahun 2021-2026.....	1
Gambar 1.2 Tampilan fitur Dana eMAS.....	6
Gambar 2. 1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	28
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir.....	48
Gambar 4. 1 Responden yang Memiliki Aplikasi Dana.....	77
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Kepemilikan Fitur Dana Emas.....	78
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Jnis Kelamin.....	79
Gambar 4.4 Model Penelitian Outer Model.....	94
Gambar 4. 5 Model Penelitian Inner Model.....	104



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	xlii
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner.....	xlvi
Lampiran 3 Profil Responden.....	lii
Lampiran 4 Output Sem-Pls.....	lvi
Lampiran 5 Contoh Fitur Dana Emas.....	lxii
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	lxiv



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

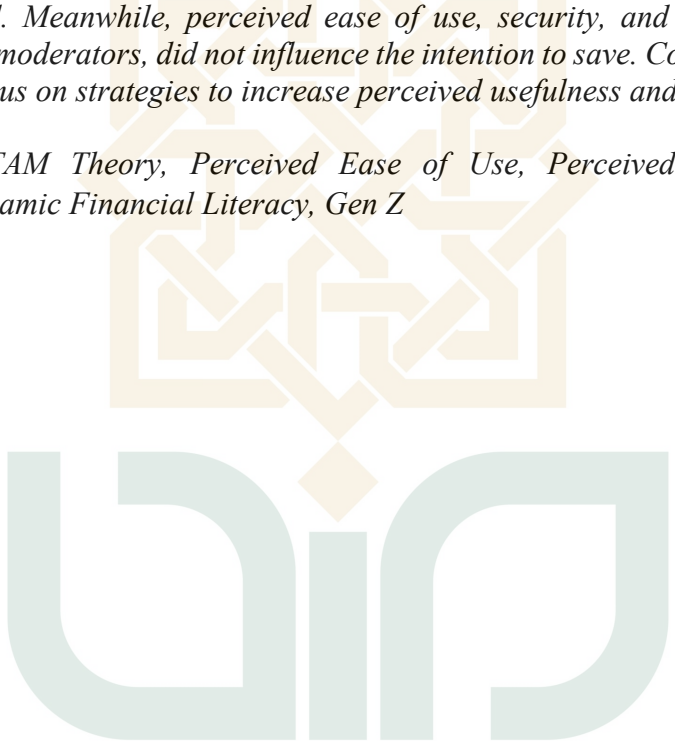
Peningkatan harga emas selama lima tahun terakhir menunjukkan bahwa emas layak dijadikan investasi, tetapi partisipasi Generasi Z dalam menabung emas digital diaplikasi Dana masih rendah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan keamanan dengan moderasi literasi keuangan syariah terhadap niat menabung emas digital pada Generasi Z di Yogyakarta. Penelitian kuantitatif melibatkan 127 responden dengan analisis SEM-PLS. Hasil menunjukkan persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh terhadap niat menabung emas digital. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan literasi keuangan syariah sebagai moderasi tidak berpengaruh terhadap niat menabung. Implikasinya, Dana perlu memfokuskan strategi peningkatan persepsi manfaat dan kepercayaan.

Kata Kunci : Teori TAM, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Keamanan, Literasi Keuangan Syariah, Gen Z

ABSTRACT

The increase in gold prices over the past five years indicates that gold is a viable investment, but Generation Z's participation in digital gold savings through the Dana app remains low. This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, trust, and security, moderated by Islamic financial literacy, on the intention to save digital gold among Generation Z in Yogyakarta. The quantitative study involved 127 respondents using SEM-PLS analysis. The results showed that perceived usefulness and trust influenced the intention to save digital gold. Meanwhile, perceived ease of use, security, and Islamic financial literacy, as moderators, did not influence the intention to save. Consequently, Dana needs to focus on strategies to increase perceived usefulness and trust.

Keywords: TAM Theory, Perceived Ease of Use, Perceived Benefits, Trust, Security, Islamic Financial Literacy, Gen Z



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Emas secara historis telah dianggap sebagai simbol kekayaan dan salah satu instrumen investasi yang tahan terhadap gejolak ekonomi global. Berdasarkan data dari *World Gold Council* (2023), permintaan emas global mencapai 4.741 ton pada tahun 2022, dengan rata-rata kenaikan harga emas sebesar 6,2% per tahun dalam satu dekade terakhir (Siagian, 2025). Di Indonesia, terjadi peningkatan harga emas yang cukup signifikan. Pada tahun 2023, Bank Indonesia melaporkan bahwa harga emas telah mencapai Rp1.065.000 per gram, atau lebih dari dua kali lipat dibandingkan dengan tahun 2010 yang berada di kisaran Rp400.000 per gram (Anggelia et al., 2024).



Gambar 1. 1 harga emas selama lima tahun terakhir dari tahun 2021-2026

Sumber: Bullion-Rates.com (2026)

Berdasarkan tren lima tahun terakhir, emas terus menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan dari 2021-2023 harga emas cenderung stabil. Mulai dari tahun 2024 hingga sekarang harga emas mengalami kenaikan yang signifikan. Di

Indonesia, investasi emas awalnya dilakukan dalam bentuk konvensional atau emas fisik, seperti emas batangan dan perhiasan. Akan tetapi, emas fisik ini tidak dirasa cukup lagi untuk instrumen investasi dikarenakan memiliki beberapa kelemahan yaitu, banyaknya biaya tambahan yang dibebankan seperti biaya toko, biaya penyimpanan, dan biaya perawatan (T. P. Winata & Gustin, 2022). Oleh karena itu, dalam investasi emas cenderung memiliki harga yang tidak konsisten dan lambat dengan adanya biaya tambahan ini keuntungan yang diperoleh akan berkurang atau lebih sedikit. Dengan kemajuan teknologi, telah hadir adanya emas digital. Dimana dalam investasi dapat dilakukan dengan tidak menyimpan emas secara langsung melainkan menyimpan bisa dengan melalui platform yang ada. Hadirnya emas digital ini adalah salah satu sarana investasi yang merupakan solusi dari kelemahan emas fisik (Winata & Gustin, 2022). Emas menjadi pilihan utama untuk berinvestasi dalam kondisi pasar modal yang bergejolak. Mulai tahun 2025 harga emas mengalami kenaikan yang cukup signifikan yang membuat pergeseran perilaku investasi masyarakat dari pembelian emas fisik ke investasi digital karena dinilai lebih aman, mudah, dan tidak memerlukan modal besar (A'yun, 2025). Hal ini yang memudahkan bagi masyarakat untuk melakukan investasi emas dimana saja dan kapan saja. Selain itu, investasi emas digital ini mengalami peningkatan transaksi digital hingga 200% dibandingkan transaksi emas fisik (A'yun, 2025). Peningkatan yang cukup signifikan ini membuktikan bahwa masyarakat memiliki ketertarikan dengan investasi digital ini.

Dengan perkembangan investasi emas di Indonesia, muncul adanya berbagai platform digital yang menyediakan menabung emas digital seperti Shopee, Dana,

dan GoPay yang dapat memudahkan masyarakat untuk membeli atau menabung emas secara online. Emas ini semakin diminati oleh masyarakat dikarenakan dianggap sebagai aset aman yang tahan terhadap inflasi dan juga memiliki tingkat risiko rendah dibandingkan instrumen investasi lainnya. Tidak hanya itu, investasi emas ini merupakan pilihan investasi yang aman untuk orang yang baru pertama mencoba investasi (Febriandika & Mahanani, 2023).

Tabel 1.1 Merek E-Wallet yang Digunakan oleh Generasi Z di Indonesia pada Akhir Tahun 2025

No	Nama E-Wallet	Pesentase Pengguna (%)
1.	DANA	75
2.	GoPay	48
3.	ShopeePay	45

Sumber: Katadata (2026)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa Dana menempati peringkat pertama sebagai E-Wallet yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z di Indonesia pada akhir tahun 2025 dengan persentase pengguna sebesar 75%, diikuti oleh GoPay sebesar 48%, dan ShopeePay sebesar 45%. Tingginya pengguna Dana ini menunjukkan bahwa platform ini diterima sebagai salah satu layanan digital yang banyak digunakan. Penerimaan ini berkaitan dengan faktor kepercayaan pada pengguna khususnya Generasi Z sebagai kelompok yang dekat dengan teknologi digital (Gusmiarti et al., 2025). Dalam perkembangan layanan keuangan digital saat

ini semakin meningkat seiring dengan tingginya penggunaan e-wallet di Indonesia. Platform e-wallet seperti Dana, Gopay, dan ShopeePay ini tidak hanya digunakan sebagai alat pembayaran digital, tetapi kini mulai mengembangkan berbagai layanan keuangan tambahan, termasuk layanan investasi digital yaitu investasi emas digital. Dana, platform ini menyediakan tabungan emas digital. ShopeePay, dimana platform ini juga menyediakan tabungan emas digital sama seperti Dana (A'yun, 2025). Gopay yang menyediakan investasi emas digital (Treasury. 2026). Perkembangan ini menunjukkan bahwa e-wallet mempunyai peluang yang besar untuk menjadi sarana yang mendukung inklusi keuangan khususnya bagi Generasi Z yang mempunyai kedekatan teknologi digital.

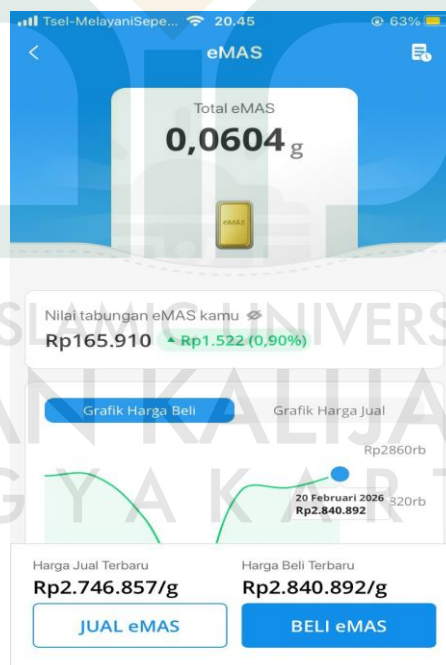
Diantara berbagai platform tersebut, Dana menjadi salah satu platform yang menarik untuk dikaji sebab mempunyai jumlah pengguna yang besar serta menyediakan layanan investasi tabungan emas digital. Dana adalah sebuah e-wallet yang berdiri pada tahun 2017 dan diperkenalkan secara resmi pada tanggal 21 Maret 2018 sebagai layanan pembayaran digital di Indonesia (Munda et al., 2023). Dana ini adalah sebuah perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang teknologi finansial yang menyediakan layanan yang memungkinkan masyarakat Indonesia guna melakukan pembayaran dan transaksi secara non tunai dan tanpa kartu secara digital yang sudah dijamin keamanannya (Munda et al., 2023). Selain ada fitur Dana eMAS, dalam aplikasi dana ini memiliki beberapa fitur yaitu meliputi transfer uang sesama pengguna maupun antar rekening bank, top up saldo, pembayaran tagihan (seperti listrik, air, dan BPJS), pembayaran melalui QRIS di merchant online dan offline, pembelian produk digital seperti pulsa serta paket data, sistem keamanan

akun (PIN dan verifikasi), penawaran promo cashback untuk meningkatkan kenyamanan dan minat pengguna (Kartika & Pamikatsih, 2023).

Dalam penelitian A'yun, (2025) menyebutkan bahwa Dana eMAS ini merupakan salah satu fitur yang memiliki model akad wakalah bil ujah. Dimana dari ketiga platform yang disebutkan hanya Dana eMAS yang memiliki model akad wakalah bil ujah. Selain itu Corporate Communications Dana, Fransisca Kurnia Widyasari, menjelaskan bahwa transaksi investasi menabung emas pada fitur Dana eMAS menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Ia mengungkapkan bahwa nilai transaksi emas digital di Dana eMAS pada tahun 2022 mengalami kenaikan hingga 263 persen dibandingkan tahun 2021. Pernyataan tersebut menegaskan bahwa minat pengguna terhadap investasi emas digital melalui aplikasi Dana terus tumbuh secara pesat (Kontan, 2023). Selain itu, pada tahun 2023, Dana Indonesia mencatat bahwa jumlah dompet digital mencapai sekitar 170 juta pengguna (ANTARA News, 2023a). Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan yang signifikan dalam layanan keuangan digital di Indonesia dan peningkatan jumlah pengguna menunjukkan makin besarnya pengguna masyarakat terhadap pembayaran dan transaksi digital yang ditawarkan oleh aplikasi ini. Tidak hanya itu, Dana juga melaporkan bahwa produk investasi dan juga asuransi mikro termasuk fitur investasi emas digital yaitu Dana eMas mengalami lonjakan pertumbuhan naik lebih dari tujuh kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya atau diangka 769 persen *year-on-year* (ANTARA News, 2023b). Hal tersebut, menunjukkan bahwa mengalami kenaikan yang cukup signifikan memberikan bukti bahwa masyarakat berminat dan menggunakan layanan menabung emas digital di

aplikasi Dana bertambah secara drastis dalam kurun waktu satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa fitur Dana eMAS ini memiliki peluang diminati oleh kalangan masyarakat yang menggunakan aplikasi Dana.

Dalam penelitian ini, platform Dana dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki jumlah pengguna paling besar diantara semua e-wallet yang ada, serta menyediakan investasi emas digital melalui Dana eMAS. Selain itu dalam penelitian A'yun, (2025) menyebutkan bahwa Dana eMAS ini merupakan salah satu fitur yang memiliki model akad wakalah bil ujah. Dimana dari ketiga platform yang disebutkan hanya Dana eMAS yang memiliki model akad wakalah bil ujah. Dengan demikian, Dana eMAS ini sesuai dengan penelitian ini sebab, memasukkan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi.



Gambar 1. 2 Tampilan fitur Dana eMAS

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 20 Februari 2026.

Tingginya penggunaan platform digital tersebut diikuti juga oleh meningkatnya minat masyarakat. Berdasarkan laporan Jakpat *Investment Trends in Indonesia* (2024), ada sekitar 3 dari 4 responden dalam surveinya diketahui bahwa telah memiliki investasi. Hal inilah yang menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap berbagai instrumen keuangan semakin meningkat. Dalam laporan ini investasi yang paling populer adalah perhiasan atau emas sebesar 30%, disusul oleh tabungan emas atau logam mulia sebesar 21%, kemudian diikuti properti sebesar 17 %, reksa dana sebesar 16%, dan ada saham sebesar 13%. Dalam survei ini juga mencatat bahwa sekitar 43% responden mulai berinvestasi pada usia 20-an (Jakpat, 2024). Usia 20- an ini merupakan Generasi Z yang dalam survei ini menegaskan bahwa memiliki kecenderungan kuat untuk memulai investasi lebih awal, terutama pada instrumen yang mudah diakses seperti emas digital, yang merupakan perkembangan teknologi dan platform keuangan digital.

Salah satu kelompok masyarakat yang mempunyai potensi besar dalam memanfaatkan investasi emas digital adalah Generasi Z. Direktur Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) Teguh Setyabudi menyatakan bahwa saat ini total penduduk Indonesia mencapai 286.6993.693 jiwa per akhir bulan Juni 2025 (Kemendagri, 2025). Angka 21% ini termasuk relatif kecil karena populasi Generasi Z di Indonesia sangat besar. Berdasarkan Sensus Penduduk 2020, Gen Z mencakup 27,94% dari total penduduk, dan dengan total penduduk Indonesia yang diperkirakan mencapai 286.693.693 jiwa pada tahun 2025, maka jumlah Gen Z dapat mencapai kurang lebih sekitar

74,93 juta jiwa (BPS, 2025). Dengan besarnya jumlah penduduk dalam kelompok usia ini, persentase 21% investasi populer ke dua tabungan emas atau logam mulia menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari Generasi Z yang benar-benar terlibat dalam aktivitas investasi, khususnya pada instrumen emas atau tabungan emas. Padahal Generasi Z ini dikenal sebagai kelompok yang sangat dekat dengan teknologi digital. Sekitar 99% Gen Z memiliki *smartphone* dan 98% mempergunakannya untuk mengakses internet. Bahkan, lebih dari setengahnya menggunakan *smartphone* selama sembilan jam atau lebih setiap harinya (Ahmed, 2019). Tingginya penggunaan perangkat digital ini menunjukkan bahwa Gen Z sudah sangat terbiasa menggunakan aplikasi dan layanan digital dalam berbagai aktivitas.

Menurut survei APJII (2025) pengguna internet di Indonesia mencapai 215 juta, didominasi oleh Generasi Z yang angkanya mencapai 25,54 persen. Sedangkan Generasi Milenial dan Generasi Alpha berada dibawah Generasi Z yaitu dengan angka 25,17% dan 23,19%. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z memiliki jumlah yang cukup besar dalam penggunaan internet, sehingga memiliki peluang besar dalam memanfaatkan berbagai platform digital, hal ini termasuk untuk aktivitas ekonomi seperti menabung emas. Salah satu provinsi di Indonesia dengan penetrasi internet tertinggi adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut APJII (2025) tingkat penetrasi internet di Indonesia meningkat hingga mencapai 80,66% tahun 2025 dan provinsi dengan penetrasi tertinggi kedua setelah DKI Jakarta adalah Daerah Istimewa Yogyakarta mencapai sekitar 91,18%. Hal ini menunjukkan bahwa wilayah ini memiliki akses internet yang sangat tinggi serta pengguna

teknologi digital yang kuat, sehingga mendukung adopsi layanan fintech dan investasi digital kalangan masyarakat khususnya Generasi Z. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi DI Yogyakarta (2025) data demografi tahun 2024 menunjukkan bahwa kelompok usia produktif termasuk rentang 15-29 tahun merupakan struktur penduduk Yogyakarta yang mendominasi Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa wilayah ini memiliki akses internet yang sangat tinggi serta pengguna teknologi digital yang kuat, sehingga mendukung adopsi layanan fintech dan investasi digital kalangan masyarakat khususnya Generasi Z. Berdasarkan uraian diatas, Generasi Z ini relevan dengan penelitian karena jumlahnya dominan serta didukung dengan DIY Yogyakarta merupakan salah satu penetrasi internet yang tinggi di Indonesia, sehingga berpotensi besar dalam mengadopsi investasi menabung emas digital.

Walaupun Generasi Z mempunyai kedekatan dengan teknologi digital, pemahaman mengenai keuangan syariah masih relatif rendah. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025 diselenggarakan oleh OJK Bersama BPS, indeks literasi keuangan nasional mencapai 66,46%, sedangkan pada indeks literasi keuangan syariah hanya 43,42%. Dalam indeks inklusi keuangan syariah ini tercatat 13,14%, hal ini jauh lebih rendah dibandingkan inklusi keuangan yang tercatat mencapai 80,51%. Kondisi inilah yang menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat termasuk Generasi Z terhadap produk serta layanan keuangan syariah sudah mulai meningkat, tetapi pemanfaatannya masih rendah (Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik, 2025). Oleh sebab itu, peningkatan literasi keuangan syariah menjadi penting agar masyarakat tidak

hanya memahami prinsip syariah, akan tetapi juga mampu menerapkan dalam pengambilan keputusan keuangan, termasuk dalam memilih investasi, termasuk menabung emas digital.

Dari fenomena kenaikan harga emas, perkembangan era digital yang pesat, perubahan pola investasi masyarakat mulai beralih dari emas konvensional ke digital yang menawarkan kemudahan mendorong minat dari masyarakat, dan perkembangan naiknya pengguna Dana memakai fitur Dana eMAS untuk berinvestasi menabung emas digital (Mawaddah et al., 2025). Menjadikan Gen Z memiliki potensi untuk berinvestasi, terutama dalam menabung emas digital dalam aplikasi Dana sebagai investasi jangka panjang. Hal ini dapat dilihat dari kedekatan Gen Z pada internet, ponsel, dan kedekatan Gen Z pada teknologi terutama di daerah Yogyakarta yang menjadi provinsi dengan salah satu penetrasi internet tinggi di Indonesia. Oleh karena itu, dengan perubahan pola perilaku investasi dan potensi meningkatnya investasi emas digital Gen Z, maka penelitian ini mengkaji intensi menabung emas menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) ini merupakan model yang dikembangkan dari teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Fishbein dan Ajzen model Davis pada tahun 1989 (Ilmi et al., 2020). Model ini digunakan dalam penelitian ini disebabkan karena teori ini dianggap paling relevan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi, terutama penggunaan layanan *fintech* investasi seperti menabung emas melalui platform digital. Dalam model TAM ini menjelaskan bahwa niat seseorang dalam menggunakan teknologi dipengaruhi dua variabel yaitu persepsi kemudahan dan persepsi manfaat (Ilmi et

al., 2020). Persepsi kemudahan menurut Davis (1989) didefinisikan sebagai tingkat ekspektasi atau keyakinan dari pengguna bahwa suatu sistem atau teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Sedangkan persepsi manfaat menurut Davis (1989) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan membantu meningkatkan kemampuan pengguna dalam menyelesaikan tugasnya.

Selain itu, dalam penelitian ini memperluas teori TAM dengan menambahkan dua variabel lainnya yaitu kepercayaan dan keamanan. Ditambahkannya dua variabel ini, karena model TAM dasar oleh peneliti dianggap belum cukup atau memiliki kelemahan untuk menjelaskan alasan seseorang menggunakan teknologi keuangan secara menyeluruh. Terutama pada layanan investasi digital seperti Dana eMAS, dimana pengguna tidak hanya mempertimbangkan persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat saja, akan tetapi tingkat keamanan data dan kepercayaan terhadap platform. Oleh sebab itu, variabel keamanan dan kepercayaan dinilai sangat penting, khususnya di negara berkembang serta masyarakat muslim (Mahmoud et al., 2025). Kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk bergantung pada pihak lain dikarenakan yakin bahwa pihak tersebut akan bertindak dengan baik dan tidak merugikan, walaupun ada risiko dan tidak dapat diawasi sepenuhnya (Mayer et al., 1995). Sedangkan keamanan menurut Kurnia et al (2023) keamanan didefinisikan sebagai penilaian konsumen bahwa informasi yang mereka berikan saat melakukan transaksi tidak akan diakses, disimpan, diubah, atau digunakan oleh pihak yang tidak berwenang untuk tujuan merugikan.

Selain menambahkan dua variabel peneliti juga menambahkan variabel moderasi yaitu literasi keuangan syariah, untuk mengetahui apakah variabel ini memperkuat atau memperlemah setiap variabel X yang ada pada penelitian ini. Ditambahkannya literasi keuangan syariah sebagai moderasi dalam penelitian ini karena penduduk Indonesia mayoritas memeluk agama Islam dengan persentase 87,06% (The Global Statistics, 2025). Oleh karena itu dengan perkembangan digital yang begitu pesat kemampuan masyarakat muslim dalam memahami prinsip-prinsip keuangan syariah menjadi faktor penting dalam proses pengambilan keputusan konsumsi khususnya pada generasi muda. Literasi keuangan syariah adalah kemampuan memahami pengetahuan menggunakan prinsip-prinsip dan juga kontrak dari agama Islam dalam pengambilan keputusan keuangan yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan finansialnya (Widyastuti, 2021). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel moderasi ini memengaruhi perilaku serta keputusan investasi, hal ini termasuk dalam konteks investasi menabung emas, karena konsumen yang memiliki pemahaman lebih terhadap konsep syariah akan cenderung membuat keputusan yang lebih tepat dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Mahmoud et al., 2025).

Secara teoritis seseorang dengan tingkat literasi keuangan syariah tinggi lebih berhati-hati dalam memilih produk keuangan digital. Oleh sebab itu, tingkat literasi keuangan syariah bisa memengaruhi cara seseorang menanggapi kemudahan penggunaan pada suatu aplikasi (Nugroho & Apriliana, 2022). Begitu juga seseorang dengan literasi keuangan syariah yang tinggi memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip Islam, seperti kehalalan dalam transaksi,

kejelasan mengenai akad, serta larangan riba dan gharar (Nugroho & Apriliana, 2022). Dalam konteks fitur menabung emas digital di aplikasi Dana ini belum sepenuhnya berbasis syariah, pengguna dengan literasi keuangan syariah yang tinggi akan lebih kritis dalam mengevaluasi manfaat apa yang dirasakan. Jika persepsi manfaat dari fitur ini yang dinilai tidak bertentangan dengan prinsip syariah, maka persepsi manfaat akan semakin kuat mendorong niat menabung emas digital.

Pengaruh kepercayaan terhadap niat menabung emas digital berbeda pada setiap individu dan dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah. Individu dengan pemahaman tinggi terhadap prinsip-prinsip syariah cenderung lebih kritis dalam menilai platform keuangan digital, sehingga kepercayaan yang terbentuk akan lebih kuat dalam mendorong niat menabung emas digital. Selain itu, fitur pencetakan emas fisik minimal 1 gram pada aplikasi Dana eMAS turut meningkatkan kepercayaan pengguna karena memberikan bukti kepemilikan aset secara nyata bahwa ini sah dalam Islam karena ada bentuk fisiknya (Himam, 2024). Keamanan platform dapat meningkatkan niat individu untuk menabung emas digital, namun pengaruh tersebut berbeda pada setiap individu. Literasi keuangan syariah diduga berperan sebagai variabel moderasi, karena individu yang memiliki pemahaman tinggi terhadap prinsip keuangan Islam seperti perlindungan harta (hifz al-māl), keadilan transaksi, dan keamanan pengelolaan aset akan lebih peka terhadap aspek keamanan platform (Hidayat, 2021).

Dalam penelitian yang dilakukan Mahmoud et al., (2025) dan Efendi & Rahmawan, (2022) sama-sama menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan

kepercayaan berperan dalam mendorong adopsi fintech dan pembelian emas digital. Namun, kedua penelitian tersebut menghasilkan temuan yang berbeda terkait variabel risiko. Efendi & Rahmawan, (2022) menemukan bahwa risiko yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap minat pembelian emas, sementara keamanan justru memiliki pengaruh positif. Sebaliknya, Mahmoud et al., (2025) menunjukkan bahwa risiko yang dirasakan berpengaruh positif terhadap adopsi *fintech*, serta menambahkan variabel manfaat dan literasi keuangan syariah sebagai moderasi. Meskipun demikian, penelitian terdahulu masing-masing mengkaji variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan keamanan secara parsial, dan belum konsisten mengintegrasikan seluruh variabel tersebut dalam satu model penelitian konteks niat menabung emas digital, khususnya dengan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi. Selain itu, kedua penelitian tersebut tidak berfokus pada kelompok Generasi Z di Yogyakarta. Dengan demikian, diperlukan penelitian baru yang mengintegrasikan variabel-variabel tersebut secara lebih komprehensif dalam konteks emas digital dan menambahkan literasi keuangan syariah sebagai moderasi, serta dilakukan pada Generasi Z.

Berdasarkan tidak konsistennya temuan dari penelitian sebelumnya serta belum adanya studi yang secara khusus menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan keamanan dengan literasi keuangan syariah sebagai moderasi pada konteks Gen Z di Yogyakarta, yang dianalisis melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), maka penelitian ini penting dan perlu dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu mengisi kesenjangan penelitian, memberikan pemahaman yang lebih akurat tentang

perilaku menabung emas, serta menawarkan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan layanan investasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul **“Intensi Menabung Emas Digital dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi pada Generasi Z di Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis menyusun rumusan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta?
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta?
5. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta?
6. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta?

7. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi pengaruh kepercayaan terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta?
8. Apakah literasi keuangan syariah memoderasi keamanan pengaruh terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh kemudahan penggunaan terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan pengaruh persepsi manfaat terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta.
3. Untuk menjelaskan pengaruh kepercayaan terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta.
4. Untuk menjelaskan pengaruh keamanan terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta.
5. Untuk menjelaskan peran literasi keuangan syariah dalam memoderasi kemudahan penggunaan terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta.
6. Untuk menjelaskan peran literasi keuangan syariah dalam memoderasi persepsi manfaat terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta.
7. Untuk menjelaskan peran literasi keuangan syariah dalam memoderasi kepercayaan terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta.

8. Untuk menjelaskan peran literasi keuangan syariah dalam memoderasi keamanan terhadap niat menabung emas digital Generasi Z di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku keuangan dan ekonomi digital. Selain itu, hasil penelitian ini bisa memperkaya penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam konteks investasi menabung emas digital, dengan memasukkan variabel moderasi literasi keuangan syariah. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi empiris bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku investasi generasi muda di era digital ini.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penyedia platform investasi menabung emas digital, seperti Dana, dalam meningkatkan kualitas layanan. Temuan mengenai pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan keamanan dapat membantu perusahaan memahami faktor-faktor yang mendorong minat pengguna dalam menabung emas digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan gambaran bagi masyarakat,

khususnya Generasi Z, tentang pentingnya literasi keuangan syariah dalam mengambil keputusan investasi yang aman dan sesuai prinsip syariah.

E. Sistematika Penulisan

Dalam struktur penulisan pada penelitian ini mencakup lima bab yang saling berhubungan, dan disusun berdasarkan sistematis seperti berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah yang menjelaskan alasan dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang memberikan gambaran menyeluruh tentang isi dan struktur dari skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, meliputi *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, keamanan, niat penggunaan, dan literasi keuangan syariah. Disajikan juga hasil penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar dan pembeda penelitian, serta kerangka berpikir dan hipotesis yang digunakan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, yaitu pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif kausal. Di dalamnya dijelaskan jenis data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner daring (*online questionnaire*) dengan skala Likert lima poin, serta teknik analisis

data menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui program SmartPLS. Analisis mencakup uji validitas, reliabilitas, pengujian model pengukuran (*outer model*), dan model struktural (*inner model*). Tujuan utama bab ini adalah menjelaskan bagaimana data diperoleh, diolah, dan diuji secara sistematis untuk membuktikan hipotesis yang diajukan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat dalam skripsi ini membahas hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Di dalamnya, peneliti menjelaskan data yang ditemukan, menganalisisnya, serta memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian berdasarkan data yang terkumpul.

BAB V: PENUTUP

Bab terakhir memuat kesimpulan dari hasil penelitian terkait pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap niat menabung emas digital. Diikuti dengan saran praktis untuk menjadi acuan mengembangkan aplikasi investasi menabung emas digital di aplikasi Dana, saran akademis bagi penelitian selanjutnya, serta penjelasan keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan dan keamanan terhadap niat menabung emas digital serta peran moderasi dari literasi keuangan syariah pada Generasi Z di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagai berikut.

Pertama persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menabung emas digital pada Generasi Z di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Dana eMAS telah dianggap sebagai fitur dasar sehingga bukan lagi menjadi faktor utama yang mendorong niat menabung emas digital.

Kedua persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung emas digital. Semakin besar manfaat yang dirasakan sebelum menggunakan Dana eMAS, seperti membantu mencapai keuangan dan mempermudah investasi maka semakin tinggi niat Generasi Z untuk menabung emas digital.

Ketiga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung emas digital. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan terhadap kredibilitas, kejujuran, dan tanggung jawab penyedia layanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan niat Generasi Z menggunakan Dana eMAS.

Keempat keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menabung emas digital. Bagi Generasi Z, keamanan telah dianggap sebagai standar yang harus dimiliki platform keuangan digital sehingga bukan menjadi faktor utama dalam membentuk niat menabung emas digital.

Kelima literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, maupun keamanan terhadap niat menabung emas digital. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah responden belum mampu memperkuat ataupun memperlemah pengaruh dari keempat variabel tersebut terhadap niat menabung emas digital.

B. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting, yaitu sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat menabung emas digital pada Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan berperan dalam meningkatkan niat menabung emas digital, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selain itu, literasi keuangan syariah tidak terbukti memoderasi hubungan antara variabel independen dengan niat menabung emas digital. Temuan ini

menunjukkan bahwa pengaruh setiap faktor terhadap niat penggunaan layanan investasi digital dapat berbeda sesuai dengan karakteristik pengguna dan konteks layanan yang diteliti.

2. Implikasi Praktis bagi Dana eMAS

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi Dana eMAS perlu memfokuskan strategi pengembangan layanan dengan meningkatkan manfaat dan kepercayaan pengguna sebab, kedua faktor ini terbukti dalam mempengaruhi niat menabung emas digital. Upaya yang bisa dilakukan antara lain memberikan edukasi mengenai manfaat dari tabungan emas digital, meningkatkan transparansi informasi, menjaga kualitas layanan, dan mempertahankan keamanan dan perlindungan data pengguna untuk menjaga kepercayaan pengguna terhadap platform.

3. Implikasi Praktis bagi Generasi Z

Bagi Generasi Z, dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebelum memutuskan menabung emas digital, penting untuk mempertimbangkan manfaat yang didapat dan memilih platform yang mempunyai tingkat kepercayaan tinggi. Dengan demikian, Generasi Z bisa mengambil keputusan dalam investasi lebih tepat serta sesuai kebutuhan dan tujuan keuangannya.

4. Implikasi Empiris

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa persepsi manfaat dan kepercayaan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap niat

menabung emas digital pada Generasi Z di Yogyakarta, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan model penelitian mengenai perilaku penggunaan layanan investasi digital pada Generasi Z.

C. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Dana eMAS

Pihak Dana eMAS disarankan untuk terus meningkatkan manfaat dari layanan yang dirasakan pengguna, seperti menyediakan edukasi investasi emas digital khususnya dalam fitur Dana eMAS, informasi perkembangan harga emas secara real-time, serta fitur perencanaan keuangan agar pengguna semakin merasakan manfaat penggunaan layanan ini. Selain itu, Dana eMAS perlu mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan pengguna melalui transparansi informasi, peningkatan kualitas layanan, serta perlindungan data dan keamanan transaksi secara berkelanjutan. Walaupun dalam penelitian ini keamanan tidak berpengaruh signifikan, aspek tersebut tetap perlu dijaga sebagai standar layanan keuangan untuk tetap mempertahankan kepercayaan pengguna.

2. Bagi Generasi Z

Generasi Z disarankan untuk lebih mempertimbangkan manfaat jangka panjang dan menilai investasi yang ditawarkan oleh sebuah layanan khususnya investasi emas digital. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, persepsi manfaat dan kepercayaan menjadi faktor yang berpengaruh signifikan terhadap niat menabung emas digital, sehingga Generasi ini perlu memahami potensi manfaat investasi emas digital sebagai salah satu instrumen untuk menjaga niat dari aset dan mendukung perencanaan keuangan di masa depan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dari penelitian, misalnya pada platform investasi emas digital lain seperti yang ada di ShopeePay dan Gopay yang mempunyai fitur yang hampir sama. Sehingga hasil dari penelitian bisa dibandingkan dengan platform lain. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain yang berpotensi mempengaruhi niat menabung emas digital. Penelitian selanjutnya juga bisa menggunakan cakupan wilayah yang lebih luas serta menambahkan lebih banyak jumlah responden agar hasil dari penelitian dapat digeneralisasikan dengan baik.

D. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini telah diupayakan semaksimal mungkin guna menghasilkan temuan yang akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Namun

demikian, masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, yaitu sebagai berikut:

1. Keterbatasan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini hanya berfokus pada layanan tabungan emas digital Dana eMAS sebagai objek dari penelitian. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasikan pada platform investasi emas digital lainnya, seperti pegadaian Digital, Pluang, Treasury, ataupun platform digital lainnya yang memiliki fitur, sistem, serta karakteristik pengguna yang berbeda.

2. Keterbatasan Distribusi Responden

Penelitian ini hanya melibatkan responden Generasi Z yang berdomisili di Yogyakarta dan diperoleh melalui penyebaran secara daring, kondisi inilah yang menyebabkan hasil penelitian ini belum tentu menggambarkan perilaku Generasi Z seluruh Indonesia. Perbedaan karakteristik demografis, tingkat pendapatan, akses terhadap teknologi, dan tingkat pemahaman mengenai investasi dan keuangan digital pada wilayah lain juga bisa menghasilkan persepsi dan niat yang berbeda terhadap penggunaan layanan tabungan emas digital.

3. Keterbatasan Instrumen dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen kuesioner tertutup, jadi responden hanya dapat memilih jawaban yang telah disediakan. Akibatnya, peneliti tidak dapat menggali secara mendalam alasan, pengalaman, maupun dengan pertimbangan pribadi dari responden dalam

membentuk niat menabung emas digital. Keterbatasan ini membuat peneliti belum dapat mengetahui secara pasti mengapa literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan, dan keamanan terhadap niat menabung emas digital. Oleh sebab itu, untuk peneliti selanjutnya bisa menggunakan pendekatan kualitatif atau mixed methods guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- ANTARA News. (2023a, October 31). DANA catat produk investasi dan asuransi mikro melonjak 769 persen. <https://www.antaraneews.com/berita/3800703/dana-catat-produk-investasi-dan-asuransi-mikro-melonjak-769-persen>
- ANTARA News. (2021, July 23). DANA eMAS kini memungkinkan pengguna tarik emas fisik. <https://www.antaraneews.com/view/2283290/dana-emas-kini-mungkinkan-pengguna-tarik-emas-fisik>
- ANTARA News. (2023b, December 12). DANA Indonesia catatkan 170 juta pengguna pada tahun 2023. <https://www.antaraneews.com/berita/3940263/dana-indonesia-catatkan-170-juta-pengguna-pada-tahun-2023>
- A'yun, I. (2025). Investasi Emas Digital di Indonesia ; Tinjauan Sistemik Maqashid Syariah. *Journal of Indonesia Sharia Economics*, 4(September), 203–220.
- Adji, Y. B., Muhammad, W. A., Akrobi, A. N. L., & Noerlina. (2023). Perkembangan Inovasi Fintech di Indonesia. *Jurnah Becoss*, 5(1), 47–58.
<https://doi.org/10.21512/becossjournal.v5i1.8675>
- Afifah, M., & Lestari, W. D. (2026). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan Pengguna , Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Harian : Perspektif Konsumen Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 7(1), 638–656.
- Agustina, I. D., & Riyanto, F. D. (2023). Determinan Minat Penggunaan E-payment Syariah Dimoderasi Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2059–2070.
- Ahmed, N. (2019). Generation Z's Smartphone and Social Media Usage: A Survey. *Jornal and Mass Communication*, 9(3), 101–122. <https://doi.org/10.17265/2160-6579/2019.03.001>
- Ajayi, V. O., & PhD. (2023). A Review on Primary Sources of Data and Secondary

Sources of Data. *European Journal Of Education and Pedagogy*, 2(3), 1–7.

Amanda, N., & Ibadillah, M. N. (2023). Pengaruh Faktor Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Generasi Millenial Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 31–44. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.59>

Amanda, S. Y., Surus, M., & Alimbel, F. (2024). Strategi Digital Marketing Terhadap Minat Investasi Generasi Z Pada Investasi Emas Digital Bank Syariah Indonesia Dengan Brand Image Sebagai Mediasi. *Jurnal Tabarru*, 7(November), 643–655.

Aminuddin, E. F. (2025). Perilaku Konsumen Muslim di Era Digital: Tantangan dan Peluang Ekonomi Syariah. *Jurnal Inovasi Pembelajaran Dan Teknologi Modern*, 9(3), 106–117.

Angelica, M. A., & Satria, D. (2024). Behavioral Intention To Use Mobile Banking In Generation Z. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 3(1), 15–25.

Anggelia, D., Riti, Y. F., & Siswanto, P. W. (2024). Analisis Perbandingan Metode Arima Dan Least Square Untuk Prediksi Harga Emas : Pendekatan Probabilistik Dan Statistik. *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika (Simika)*, 7(1), 95–103. <https://doi.org/10.47080/simika.v7i1.3197>

Anugraha, A. Z., Nasution, M. I. P., & Sundari, S. A. (2025). Peran Sistem Informasi dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengguna pada Platform E-Commerce. *Jurnal Multidisiplin Saintek*, 8(7), 1–5. <https://doi.org/10.8734/Kohesi.v1i2.365>

Ariyadi, K. Y. P., Zakaria, F., Oktoriza, L. A., & Samasta, A. S. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran Digital Aplikasi Dana di Kota Semarang. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(6), 1033–1052.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2025). *Data profil*

pengguna internet Indonesia 2025 [Hasil survei]. Diakses dari
<https://survei.apjii.or.id/>

- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Aswar, N. F. (2025). *Perilaku Konsumen*. Tahta Media Group (Grup Penerbitan CV Tahta Media Group, anggota IKAPI).
- Auliya Dewi Oktari, & Dion Yanuarmawan. (2022). Analisis Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual Produk (Studi Ukm Jamur Crispy Fck). *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi Bisnis*, 11(1), 47–65.
<https://doi.org/10.33795/jaeb.v11i1.152>
- Aybek, E. C., & Toraman, C. (2022). How many response categories are sufficient for Likert type scales ? An empirical study based on the Item Response Theory. *International Journal of Assessment Tools in Education*, 9(2), 534–547.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (2025). *Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam angka 2025*. Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
<https://yogyakarta.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/62dc9b4620317fb350b9ba3e/provinsi-daerah-istimewa-yogyakarta-dalam-angka-2025.html>
- Bagus, A. P. (2024). Pola Pikir, Variabel, dan Hubungan Variabel. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(9), 520–529.
- Bahtiar, Mukhsin, M., & Atiah, I. N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Linkaja Syariah:(Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Serang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(3), 2180–2216.

- Bhayangkara, A., & Ratnawati, V. (2024). The Influence of Competence and Professional Skepticism on Auditor Performance : Self-Efficacy as a Mediator and Spiritual Quotient (SQ) as a Moderator. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis Politeknik Caltex Riau*, 17(November), 179–190.
- Bisnis.com. (2025, 28 Januari). *DANA klaim miliki 200 juta pengguna, begini dasar perhitungannya*. Bisnis.com.
<https://finansial.bisnis.com/read/20250128/563/1835241/dana-klaim-miliki-200-juta-pengguna-begini-dasar-perhitungannya>
- Bullion-Rates.com. (2026). *Grafik harga emas 5 tahun dalam Rupiah Indonesia (IDR)*. Diakses pada 10 Januari 2026 dari <https://id.bullion-rates.com/gold/IDR/Year-5-chart.htm>
- Buono, K. B., Noviarita, H., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Inklusi Keuangan Syariah Digital Pada Sektor Pertanian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03), 3949–3955.
- Choirunnisa, R., & Firmansyah, E. A. (2021). Muslim Consumer Behavior and Purchase Decisions of Halal Cosmetic Products. *Journal of Economic Studies*, 5(1), 11–30.
- Daffani, M. N., & Lubis, T. (2026). Analisis Persepsi Kepercayaan Pengguna terhadap Layanan Financial Technology di Kalangan Generasi Z. *Journal of Economic, Business, Management, Accounting, Finance, and Administration*, 1(2), 203–214.
- Damanik, M. R., Rusli, Manik, R. L., & Khadafi, M. (2025). Dan Kelebihan Quantitative Research Methods : Concepts , Types , Stages , and Advantages. *JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA*, 2(7), 13479–13496.
- DASWATI.ID. (2025, November 14). *APJII 2025: Penetrasi internet Indonesia 80,66% Lampung catat 78,26%*. <https://daswati.id/apjii-2025-penetrasi-internet->

indonesia-8066-lampung-catat-7826/

Databoks Katadata. (2022, Juli). *Platform investasi paling banyak digunakan*.

<https://databoks.katadata.co.id>

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

Deti, S. (2025). Halal awareness and Muslim consumer behavior in Indonesia : A systematic literature review. *Journal of Islamic Economics*, 4(1), 121–147.

Detik Finance. (2025, Juli 11). *Jumlah penduduk RI kini tembus 286,69 juta orang*.

detikFinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-8006359/jumlah-penduduk-ri-kini-tembus-286-69-juta-orang>

Detik Finance. (2026, 9 Januari). *Transaksi digital Pegadaian melonjak empat kali*

lipat sepanjang 2025. detikFinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-8299162/transaksi-digital-pegadaian-melonjak-empat-kali-lipat-sepanjang-2025>

Dinc, Y., Çetin, M., Bulut, M., & Jahangir, R. (2021). Islamic financial literacy scale : an amendment in the sphere of contemporary financial literacy kuesioner.

ISRA International Journal of Islamic Finance, 13(2), 251–263.

<https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2020-0156>

Efendi, A., & Ginanjar Rahmawan. (2022). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Pada Minat Pembelian Emas Digital Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur*, 3(April), 53–63.

Efendi, A., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Keamanan, Kemudahan,

Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Pada Minat Pembelian Emas Digital Di Era

Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital , Ekonomi Kreatif, Enterpeneur*, 3(1), 62–75.

Faizah, U. Z., & Mangole, A. (2025). Pengaruh Pengetahuan Investasi , Manfaat Investasi dan Keamanan Terhadap Minat Investasi Emas Digital pada Generasi Z. *Journal of Management, Economic, and Entrepreneur*, 4(2), 228–244.

Fatmawati, D., Idwal, B., & Cahyono, A. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Kemudahan Aplikasi dan Kepercayaan t erhadap Minat Mahasantri Ma ' had Al - Jami ' ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Alwatzikhoebillah*, 12(1), 403–414.

Febriandika, N. R., & Mahanani, T. V. (2023). A Review of Sharia Economic Laws on Gold Investment in the Gold Savings Feature of the Dana Application. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1129–1138.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Grup Penerbit CV Budi Utama.

Freischlad, N. (2020, July 23). *Gojek, Tokopedia, Bukalapak's regulatory bet to strike digital gold in Indonesia*. The Ken. <https://the-ken.com/story/gojek-tokopedia-bukalapak-digital-gold-indonesia>

Gómez-Hurtado, C., Gálvez-Sánchez, F. J., Prados-Peña, M. B., & Ortiz-Zamora, A. F. (2024). Adoption of e-wallets: trust and perceived risk in Generation Z in Colombia. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 29(4), 425–443.
<https://doi.org/10.1108/SJME-01-2024-0017>

Gusmiarti, I., Farida, N., & Wijayanto, A. (2025). Pengaruh Perceived Usefulness dan E-Trust Terhadap Intention to Use E-Wallet Dana (Studi pada Generasi Z Pengguna DANA di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Binsis*, 14(1),

21–33.

- Habibullah, F., Islam, A. F., Putri, D. C., Annisa, Z., & Indrarini, R. (2024). Investasi Digital dalam Perspektif Syariah. *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak*, 1(4), 88–108.
- 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>
- Hakim, M. A., & Supriyanto, A. (2024). Sharia Fintech and Gen Z: The Mediating Role Of Perceived Usefulness. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 13(1), 322–346. <https://doi.org/10.22373/share.v13i1.22990>
- Haryanti, P., & Azmi, M. F. (2023). Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Fintech Syariah Mahasiswa Gen Z. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 259–272.
- Hasyim, I. S., Anggraeni, & Anggraeni, E. (2023). Analysis of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Trust , and Sharia Financial Literature on the Adoption of Sharia Fintech by MSMEs. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syariah*, 5(3), 1218–1234. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1572>
- Hidayat, N. (2021). *Literasi Keuangan Syariah Teori dan Praktik di Indoensia*.
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital DANA. *Journal of Management and Creative Business*, 1(4), 181–202.
- Himam, M. S. (2024). Implementasi Jual Beli Emas Online Pada Aplikasi DANA Perspektif KUHPerdata dan Fatwa DSN MUI. *Journal Of Islamic Business LLaw*, 8(1), 32–48.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*.

- Ilmi, M., Setyo Liyundira, F., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436–458.
<https://doi.org/10.31967/relasi.v16i2.371>
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pengaruh Privasi dan Keamanan terhadap Niat Menggunakan Payment Tintech. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(1), 52–62.
- Ismiati, A. D., Ainiyah, M., & Robi'aqolbi, R. (2023). Perbedaan cara pengambilan keputusan antara laki-laki dan perempuan menurut al- qur'an. *Al-l'jaz*, 5(2), 76–93.
- Kartika, M. A. C., & Pamikatsih, T. R. (2023). Pengaruh Kemudahan Data , Fitur Layanan Dan Kepercayaan Customer Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Pada Aplikasi Dana. *Journal of Management and Social Sciences*, 1(3), 37–53.
- Katadata Insight Center. (2024, 19 Maret). *TikTok Shop gabung Tokopedia, ini jumlah penggunanya (data pengguna aktif bulanan Tokopedia di Indonesia)*.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/a6be2d006205170/tiktok-shop-gabung-tokopedia-ini-jumlah-penggunanya>
- Khairunnisa, & Indana, R. (2023). Analysis of Factors Affecting Student ' s Interest to Save In Islamic Bank (Case Study Students of UIN Sunan Kalijaga Department of Islamic Banking Class of 2019-2021). *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 02(01), 17–35.
- Kuen, L., Westmattelmann, D., Bruckes, M., & Schewe, G. (2023). Who earns trust in online environments ? A meta - analysis of trust in technology and trust in provider for technology acceptance. *Electronic Markets*, 33(1), 1–24.
<https://doi.org/10.1007/s12525-023-00672-1>

- Kurnia, R. A., Nova, T., & Tandijaya, B. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Securty dan Trust Terhadap intention to Use Aplikasi Jago FFFF. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64–71.
- Kurniawan, I. B., Kurniawati, N. S. E., & Junaedi, I. W. R. (2022). Pengaruh Content Marketing, E-Mail Marketing dan Mobile Marketing Terhadap customer Engagemnt pada Nadia Mart Dawas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 133–149.
- Kompas.com. (2024, 24 Agustus). *Siapa pemilik DANA aplikasi dompet digital?* Kompas.com.
- Kompas. (2025, 8 Agustus). *Jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2025 tembus 229,4 juta.*
<https://tekno.kompas.com/read/2025/08/08/16110007/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2025-tembus-2294-juta?page=all>
- Kontan. (2023, February 13). *Transaksi investasi di DANA eMas meningkat 263 persen pada 2022.*
- Kontan.co.id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/transaksi-investasi-di-dana-emas-meningkat-263-pada-2022>
- Luthfi, A. A., & Hati, S. R. H. (2025). Determinants of Sharia digital gold investment intention among Jabodetabek Muslim youth. *Asian Journal of Islamic Management*, 7(1), 41–57.
- Machbubah, S., & Fahmi, M. F. (2024). Pengaruh Halal Knowledge, Electronic Word of Mouth, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(3), 11–23.
- Mahmoud, M. A., Ma'aji, M. M., Abdullahi, M. S., Karaye, A. B., & Garba, A. S. (2025). Factors influencing the Islamic Fintech acceptance: moderating role of Islamic financial literacy. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, October. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2024-0322>

- Mawaddah, E., Theresia, Debbie, T. G. S., & Putri, R. A. (2025). Risks and Impacts of Gold Investment in the Era of Capital Market Digitalisation in Indonesia. ... *Journal of Economic ...*, 1(September 2024), 65–72.
<https://jurnal.dosenkolaborasi.org/index.php/IJERC/article/view/39%0Ahttps://jurnal.dosenkolaborasi.org/index.php/IJERC/article/download/39/22>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Misissaifi, M., & Sriyana, J. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(1), 109–124.
- Munda, F., Suriani, S., & Said, M. (2023). Nilai Guna dan Manfaat Penggunaan Fintech E-Wallet Dana (Studi Kasus: Mahasiswa di Universitas Bosowa Makassar). *Indonesian Journal of Business and Management*, 5(2), 178–184.
<https://doi.org/10.35965/jbm.v5i2.1917>
- Munir, M., & Mukaromah, A. (2022). Motivasi Berinvestasi dalam Al Quran. *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, 18(2), 224–256.
- Nugroho, A. P., & Apriliana, R. M. (2022). Islamic Financial Literacy and Intention to Use Gopay in Yogyakarta : Extended Theory of Acceptance Models. *KnE Social Sciences*, 2022(2), 329–338. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11370>
- Nurhamidah, U. (2025). Halal E-commerce and Muslim Consumer Behavior : A Literature Review. *Journal Corner of Education, Linguistics, and Literature Vol.*, 5(001), 568–581.
- Nurhikmah., B1, M. M., & Jasri. (2024). Analisis Pengaruh Pengetahuan Tnetang Riba Terhadap Pelaku Utang Piutang Pada Msyarakat Pulau Sapuka. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(6), 2100–2119.

- Olivia Victoria, A. (2022, 13 Januari). *Bappebti terbitkan izin emas digital pertama untuk Treasury*. ANTARA News.
<https://www.antaranews.com/berita/2641961/bappebti-terbitkan-izin-emas-digital-pertama-untuk-treasury>
- Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025, 2 Mei). *Indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat meningkat: OJK dan BPS umumkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- Prasad, N., Vikash Kumar, & Kumar, S. (2024). Survey research-concept and development. *Journal of Indira Gandhi Institute of Medical Sciences*, 10(10), 1–5. <https://doi.org/10.4103/jigims.jigims>
- Pratama, I. K. S., & Candiwan. (2025). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived security, dan Trust Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet Dana: Studi Berbasis Teknologi Acceptance Model (TAM). *E-Proceeding of Management*, 12(5), 5215–5230.
- Pratiwi, S., & Sofwan, A. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , Perceived Risk Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Fintech Shopeepay. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(1), 141–154.
- Ragasiwi, D. A., Sadat, A. M., & Monoarfa, T. A. (2025). Determinasi Niat Menggunakan Mobile Investment pada Generasi Z di Jabodetabek. *Indonesia Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 5(2), 476–489.
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model(pls-sem)*.
- Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital : Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.142682>

- Ramadhan, R. P., & Putra, I. S. (2025). Adopsi Aplikasi Investasi oleh Investor Generasi Z dan Milenial : Analisis Berdasarkan Technology Acceptence Model (TAM). *Journal of Infomation System*, 10(1), 14–31.
<https://doi.org/10.33633/joins.v10i1.12048>
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 323–331.
- Rante, Y., & Toii, I. E. W. (2025). The Influence of Perceived Usefulness , Ease of Use , Security , and Trust on Intention to Use DANA E- Wallet. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(5), 3815–3826. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i5.3877>
- Rethabfahisa, G. T., & Ariyanto, E. (2025). Analisis Perferensi Generasi Milenial dalam Mmilih Hunian ddi kOTA jAMBI. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 9(1), 1596–1621.
- Ridwan, A. (2026, 10 April). *E-wallet brands used by Gen X, millennials, and Gen Z in Indonesia by the end of 2025*. Databoks Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id>
- Rinjani, A. C., Darussalam, Readdy, M., & Shavira. (2024). Investasi Di Era Digital : Peluang Dan Tantangan Di Pasar Modal. *Ajeng Chantika Rinjani, M. Readdy Darussalam, Shavira*, 2(12), 1–14.
- Rohmawati, N. S., & Rosyada, M. (2025). Penggunaan Fintech Syariah dan Investasi Online dalam Tinjauan Teori Kepercayaan dan Risiko. *Jurnal Sahmiyya*, 4(1), 237–243.
- Rusdian, S., Sugiat, J., & Tojiri, Y. (2024). Understanding Consumer Behavior in Marketing Management : A Descriptive Study and Review of Literature. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 4(2), 76–87.
- Sari, hofifah I. M., Rosilawati, W., & Hilal, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan

- Syariah , Digital Marketing dan Brand Image terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Pajak Dan Manajemen Keuangan*, 1(4), 51–66.
- Sarwar, U., Bint-e-naeem, N., Fahmeed, L., & Atif, M. (2024). Role of Perceived Security and Financial Attitude in Shaping Behavioral Intention under the Moderation of Financial Literacy. *Journal of Asian Development*, 13(3), 1380–1395.
- Setiawam. (2023). Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah : Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Citra Bank Syariah. *Journal of Applied Islamic Economics and FINANCE*, 3(2), 240–251.
- Setyono, J. (2022). Intention to Use Islamic Mobile Banking : Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior with Trust. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 13(2), 127–142.
- Siagian, H., Taringan, Z. J. H., Basana, S. R., & Basuki, R. (2022). The effect of perceived security , perceived ease of use , and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform KUESIONER. *International Juornal of Data and Network Science*, 6, 861–874. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Siagian, R. R. A.-A. (2025). Persepsi Masyarakat Indonesia Terhadap Kenaikan Harga Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang: Sebuah Tinjauan Literatur. *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 3(1), 72–79. <https://doi.org/10.61579/future.v3i1.298>
- Siswanti, T. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan Digital Payment Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Bisnis Akuntansi Unsurja*, 8(1), 30–43.
- Sugiharto, N. A., Savitri, D. N., & Triputranto, B. (2023). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk CHATIME di Kota

- Bekasi. *Jurnal Bisnis Pemasaran*, 13(2), 2087–3077.
- Sumarni, Usdeldi, & Zahara, A. E. (2026). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Keamanan dan Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital Dana dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderating pada Masyarakat di Telanaipura Kota Jambi. *Jurnal Akuntansi Ekonomi Dan Manajemen Bsinis*, 6(1), 66–79.
- Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E- Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel. *Jurnal SISFOKOM*, 12(01), 36–44.
- Taherdoost, H. (2022). Designing a Questionnaire for a Research Paper : A Comprehensive Guide to Design and Develop an Effective Questionnaire. *Asian Journal of Managerial Science*, 11(1), 8–16.
- Tajani, Z., & Prayitno, S. B. (2025). Pengaruh Kepercayaan Digital Generasi Z dalam Adopsi Perbankan Mobile. *Journal of Business & Applied Management*, XVIII(2), 111–128. <https://doi.org/10.30813/jbam.v18i2.9036>
- Takidah, E., & Susanti, S. (2024). Analisis Intensi Penggunaan Fintech Syariah di Kalangan Generasi Z : Tantangan dan Peluang. *Journal of Islamic Economic and Business (JIIEB)*, 06(01), 1–15. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252/full/html.1>
- Tamara, D., Maharani, A., Heriyati, P., Bayu, A., Seto, R., & Nathanael, K. (2023). Intention in Investing Digital Gold Through E-Commerce Platforms. *E3S Web of Conferences*, 426(02010), 1–7.
- Tarisa, P., & Puspitaningrum, D. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Persepsi Keamanan , Persepsi Manfaat , dan Financial Literacy terhadap Minat Penggunaan E-wallet pada Generasi Z di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 466–482.

- Treasury. (2026). *Syarat dan ketentuan Treasury - GoPay Emas Digital*. PT Indonesia Logam Pratama. <https://www.treasury.id/syarat-dan-ketentuan-treasury-x-gopay>
- Tony Sitinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Udayana, I., Rinofah, R., & Fahrurrozi, K. (2022). Pengaruh Perceived Characteristic of Online Shopping Terhadap Intention to Purchase Pada Aplikasi Shopee. *Manajerial*, 21(1), 59–70.
- Utami, R. A., & Kussudyarsana. (2024). Analisis Efektivitas Kampanye Pemasaran Storytelling pada Platform Azarine Cosmetic Untuk Meningkatkan Brand Image Dan Brand Trust Sebagai Mediasi Terhadap Niat Pembelian Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24(02), 1–6.
- Vansuri, R., Fauzi, A., Prasetyo, E. T., Negara, R., Ramadhan, R., Restu, A. M., & Firmansyah, R. R. (2023). Peran CIA (Confidentiality , Integrity , Availability) Terhadap Manajemen Keamanan Informasi. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(1), 106–113.
- Wahyuningrum, M. Y. A. (2025a). Peran Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Kepercayaan Dalam Mempengaruhi Keinginan Menggunakan QRIS. *INVESTASI : Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 88–99. <https://doi.org/10.59696/investasi.v3i2.112>
- Wahyuningrum, M. Y. A. (2025b). Peran Persepsi Manfaat , Kemudahan , dan Kepercayaan Dalam Mempengaruhi Keinginan Menggunakan QRIS. *Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 88–99.
- Wahyuningrum, M. Y. A., Khotimah, N., Dwiastutiningsih, R., & Anisah. (2025). Persepsi Kemudahan Penggunaan , Keamanan dan Kepercayaan sebagai

- Determinan Minat Penggunaan E-Wallet OVO Universitas Gunadarma , Indonesia melakukan pembayaran elektronik atau secara digital yang didalamnya terdapat saldo OVO mempermudah proses transaksi. *Dharma Ekonomi*, 32(1), 224–241.
- Widyastuti, U. (2021). The Islamic Financial Literacy: A Theoretical View. *Economics and Education Online Journal*, 19(2), 1–10.
- Wikipedia contributors. (n.d.). *E-gold*. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Retrieved February 22, 2026, from <https://en.wikipedia.org/wiki/E-gold>
- Winata, E. R. (2022). Perilaku Investor Dalam Berinvestasi Cryptocurrency Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budya, Teknologi , Dan Pendidikan*, 1(10), 2161–2168.
- Winata, T. P., & Gustin, V. (2022). Tinjauan Yuridis terhadap Praktik Investasi Emas Digital di Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(8), 10863–10873.
- Yee, C. K., & Zolkipli, M. F. (2021). Review on Confidentiality , Integrity and Availability in Information Security. *Journal of ICT in Education*, 8(2), 34–42.
- Youn, S., Chyung, Y., Hutchinson, D., & Shamsy, J. A. (2020). *Evidence-Based Survey Design: Ceiling Effects Associated With Response Scales*. <https://doi.org/10.1002/pfi.21920>
- Yuhana, Setiawan, D., & Utomo, P. E. P. (2024). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 01, 77–87. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>
- Yunia, N., & Marlianingrum, P. R. (2025). The Effect of Job Training , Motivation and Work Competence on Turnover Intention with Organizational Citizenship Behavior (OCB) as an Intervening at PT Tower Bersama Group Tbk.

International Journal of Business and Applied Economisc, 4(3), 1419–1438.

Zhao, H., Khaliq, N., Li, C., Rehman, F. U., & Popp, J. (2024). Exploring trust determinants influencing the intention to use fintech via SEM approach: Evidence from Pakistan. *Heliyon*, 10(8).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29716>

