

ABSTRAK

Industri 4.0 dan Covid-19 telah mengubah model bisnis keuangan tradisional menjadi digital, mempercepat transaksi dan inklusi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak sebenarnya dari perkembangan penerapan *fintech*, termasuk didalamnya pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan tingkat keyakinan konsumen terhadap perkembangan atau pertumbuhan ritel yang ada di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data primer dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert (1–5) yang mengukur variabel penelitian. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda untuk menguji hubungan langsung antar variabel dan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk mengidentifikasi peran mediasi literasi *fintech*.

Penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ritel tanpa mediasi literasi *fintech*, namun pengaruhnya menjadi tidak signifikan ketika dimediasi oleh literasi *fintech*. Sebaliknya, literasi digital hanya berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ritel jika dimediasi oleh literasi *fintech*, tetapi tidak berpengaruh tanpa mediasi. Tingkat keyakinan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ritel, baik secara langsung maupun dengan mediasi literasi *fintech*. Namun, keterbatasan penelitian ini terletak pada data cross-sectional yang tidak memungkinkan analisis dinamika hubungan antar variabel dari waktu ke waktu. Penelitian ini memperluas literatur mengenai pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan tingkat keyakinan konsumen terhadap pertumbuhan ritel, baik secara langsung maupun melalui mediasi *fintech*. Hasilnya menegaskan peran *fintech* dalam memperkuat dampak literasi digital dan tingkat keyakinan konsumen terhadap pertumbuhan ritel, sehingga dapat menjadi acuan bagi kebijakan digitalisasi sektor ritel.

Kata Kunci: *financial technology*, literasi keuangan, literasi digital, ritel, tingkat keyakinan konsumen.