

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP NIAT BERPERILAKU DALAM MENGADOPSI *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)*

Oleh

Ghina Qothrunnada Eltin

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*. Penelitian ini menggunakan Teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dimodifikasi dengan kepercayaan (*trust*). Metode penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kriteria para generasi *millennial* yang mengadopsi *financial technology (fintech)*. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1). Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *fintech* (2). Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *fintech* (3). Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *fintech*.

Kata kunci: Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Niat Berperilaku, *Financial Technology (Fintech)*.

ABSTRACT

THE EFFECTS OF TRUST, PERCEIVED USEFULNESS, AND PERCEIVED EASE OF USE ON BEHAVIORAL INTENTION IN ADOPTING FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)

By

Ghina Qothrunnada Eltin

This study aims to examine the effects of trust, perceived usefulness, And perceived ease of use on behavioral intention in adopting financial technology (fintech). This study used the theory of Technology Acceptance Model (TAM) modified by trust. This research method uses non-probability sampling method with purposive sampling technique. The number of samples used in this study were 100 respondents with the criteria of millennial generation that adopt Ffinancial technology (fintech). The data analysis tool used is multiple linear regression analysis. The results of this study showed that: (1). Trust has a significant effect on behavioral intention in adopting fintech (2). Perceived Usefulness has a significant effect on behavioral intention in adopting fintech (3). Perceived Ease of Use has a significant effect on behavioral intention in adopting fintech.

Key words: Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Behavioral Intention, Financial Technology (Fintech).