

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

**SKRIPSI**

**Oleh**

**GHINA QOTHRUNNADA ELTIN**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2019**

## 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).***

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

**Oleh**

**GHINA QOTHRUNNADA ELTIN**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
SARJANA EKONOMI**

**Pada**

**Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2019**

Judul Skripsi : **PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI  
KEGUNAAN, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN TERHADAP NIAT  
BERPERILAKU DALAM MENGADOPSI  
FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)**

Nama Mahasiswa : **Ghina Qothrunnada Eltin**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1511011080

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



**Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si.**  
NIP 19691128 200012 2 001

**R.A. Fiska Huzaimah, S.E., M.Si.**  
NIP 19790228 200501 2 001

2. Ketua Jurusan Manajemen

**Dr. R.R. Erlina, S.E., M.Si.**  
NIP 19620822 198703 2 002

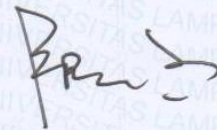


MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

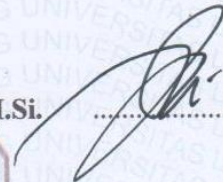
Ketua

: **Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si.** .....



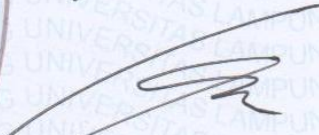
Sekretaris

: **R.A. Fiska Huzaimah, S.E., M.Si.** .....



Penguji Utama

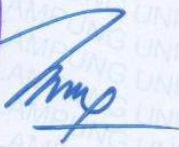
: **Prakarsa Panjinegara, S.E., M.E.** .....



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.**  
NIP 19610904 198703 1 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **26 Juli 2019**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghina Qothrunnada Eltin  
NPM : 1511011080

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku dalam Mengadopsi *Financial Technology (Fintech)*” adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya, selain itu atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 12 Agustus 2019



Ghina Qothrunnada Eltin

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 29 Mei 1997, sebagai anak kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Elfauzi Zubir dan Ibu Fatimah Sri Rahayu. Penulis memulai Pendidikan Taman Kanak-kanak (TK) Tunas Mekar Indonesia yang diselesaikan tahun 2003, Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SD Tunas Mekar Indonesia pada tahun 2009, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 02 Bandar Lampung pada tahun 2012, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Darma Bangsa pada tahun 2015.

Tahun 2015, penulis terdaftar sebagai mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN. Selama kuliah, penulis aktif berorganisasi dan mengikuti kepanitian dalam berbagai acara pada tingkat Fakultas maupun Universitas. Penulis juga telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun 2018 selama 40 hari di Desa Tanjung Wangi, Kecamatan Waway Karya, Kabupaten Lampung Timur.



## **MOTTO**

**Start where you are. Use what you have. Do what you can.**

(Arthur Ashe)

**Saying it is impossible to live without failing at something is impossible.  
Unless you live so cautiously that you might as well not have lived at all,  
in which case you have failed by default.**

(J.K. Rowling)

**Begin at the beginning and go on till you come to the end; then stop.**

(Lewis Carrol)

## **PERSEMBAHAN**

### ***Bismillahirrahmaanirrahiim***

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT beserta Nabi Muhammad SAW dengan segala nikmat cinta dan kasih sayang-Nya, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

Ku Persembahkan skripsiku ini kepada:

Kedua orangtuaku tercinta, Ayahanda Elfauzi Zubir dan Ibunda Fatimah Sri Rahayu yang selalu memberikan cinta, dukungan serta doa disetiap sujudnya untuk keberhasilanku.

Kakak dan Adikku yang telah memberikan dukungan.

Ibu Dosen yang telah membimbing dan membantu menyelesaikan skripsi ini.

Tidak lupa juga, skripsi ini kupersembahkan untuk semua Keluarga Besar, Sahabat dan Orang-orang yang selalu menyayangiku serta menjadi semangat dalam hidupku.

***Serta Almamater tercinta Universitas Lampung,***  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

## SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim, Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Berperilaku dalam Mengadopsi *Financial Technology (Fintech)*”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Dalam skripsi ini, penulis memperoleh bantuan dan bimbingan serta petunjuk dari semua pihak. Maka dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. R.R. Erlina, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Yuningsih, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen dan Sebagai Pembimbing Akademik saya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Ibu Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si. dan Ibu R.A. Fiska Huzaimah, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II saya. Terimakasih banyak atas

kesediaannya memberikan waktu, pengetahuan, bimbingan, saran dan kritik, serta kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Prakarsa Panjinegara, S.E., M.E. selaku Penguji Utama pada ujian komprehensif skripsi saya. Terimakasih atas kesediannya dalam memberikan pengarahan dan pengetahuan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu R.A. Fiska Huzaimah, S.E., M.Si. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi dan masukan kepada peneliti selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya serta membimbing penulis selama masa perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis dalam segala proses administrasi.
9. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Elfauzi Zubir dan Ibunda Fatimah Sri Rahayu yang menjadi inspirasi serta sumber semangat terbesar dalam hidupku. Terimakasih atas semua doa, kasih sayang yang tulus, dukungan, tenaga, dan pembelajaran selama hidup sehingga aku selalu semangat dalam berjuang meraih cita-cita dan selalu terpacu untuk membanggakan kedua orangtuaku di masa-masa yang akan datang.
10. Kakakku, Adrian Farros Elfauzi dan Adikku Hinge Maulby Fatin. Terima kasih atas bantuan, dukungan, kasih sayang, perhatian, dan doa yang telah diberikan demi kesuksesanku.
11. Untuk sahabatku, Nadia Asya, Dita Mauliana, dan Gatya Salmasetri. Terima kasih atas dukungan, doa, motivasi, pelajaran dan pengalaman dalam persahabatan.



12. Sahabat-sahabat seperjuangan sejak menjadi mahasiswa yang sudah layaknya keluarga, Nur Saida Avika Harahap, Wulan Nur Fitria, Elmawalida Fakhrunnisa, Dinisantia Rangga, Marfiana Latifah, M. Reynaldo Azhari, Akiro Farrel dan Ismail Yusuf., S.E. yang telah memberikan kasih sayang, perhatian, motivasi, semangat, doa serta dukungannya. Semoga persahabatan kita tetap terjaga hingga akhir hayat.
13. Teman – teman seperjuangan Manajemen 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya. Terimakasih atas bantuan dan support selama masa perkuliahan berlangsung, semoga kita semua sukses dunia akhirat.
14. Terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya.
15. Terima kasih untuk Almamater Tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung dan semua pihak yang telah membantu, memberikan motivasi serta doa kepada penulis yang tidak dapat disampaikan satu persatu saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas kebaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Bandar lampung, 09 Juli 2019

Penulis

Ghina Qothrunnada Eltin

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
<b>II. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS..</b>	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka .....	14
1. Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	14
2. Kepercayaan .....	15
3. Persepsi Kegunaan .....	18
4. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	20
5. Niat Berperilaku .....	23
6. <i>Financial Technology</i> ( <i>Fintech</i> ).....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	30
C. Rerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis .....	33
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
A. Desain Penelitian .....	37
B. Populasi dan Sampel.....	37
C. Definisi Operasional Variabel .....	40
D. Pengukuran Variabel .....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Metode Analisis.....	44
1. Uji Instrumen Penelitian.....	44
a. Uji Validitas .....	44
b. Uji Reliabilitas.....	45
c. Uji Normalitas .....	45
2. Teknik Analisis Data .....	46
a. Analisis Data Kualitatif .....	46
b. Analisis Data Kuantitatif .....	46
3. Uji Hipotesis.....	47

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	47
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	48
c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Metode Analisis Data .....	49
1. Uji Validitas .....	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
3. Uji Asumsi Klasik .....	52
B. Uji Instrumen Penelitian .....	53
1. Analisis Data Kualitatif.....	53
1.1. Hasil Analisis Karakteristik Responden .....	53
1.2. Hasil Analisis Kuesioner Responden .....	63
2. Analisis Data Kuantitatif.....	78
C. Uji Hipotesis .....	79
1. Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	79
2. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	81
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	82
D. Pembahasan .....	82
1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Berperilaku dalam mengadopsi <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	83
2. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Berperilaku dalam mengadopsi <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	84
3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku dalam mengadopsi <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	85
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
A. Simpulan.....	88
B. Saran .....	90

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Rerangka Pikir.....	33



## DAFTAR GRAFIK

<b>Grafik</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Perkembangan Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2013-2017 .....	4
1.2 Persentase Ekosistem Pengguna <i>Fintech</i> Di Indonesia Tahun 2017 Berdasarkan Jenisnya .....	7
4.1 Karakteristik Responden Yang Mengetahui Layanan <i>Fintech</i> Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Dan Tingkat Pendidikan.....	56
4.2 Karakteristik Responden Yang Berniat Menggunakan Aplikasi <i>Fintech</i> Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Dan Tingkat Pendidikan.....	58
4.3 Jenis Aplikasi <i>Fintech</i> Yang Digunakan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.4 Jenis Aplikasi <i>Fintech</i> Yang Digunakan Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.3 Jenis Aplikasi <i>Fintech</i> Yang Digunakan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	61

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Perusahaan <i>Financial Technology</i> Di Indonesia.....	7
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	30
4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	50
4.2 Koefisien Nilai R <i>Cronbach's Alpha</i> .....	51
4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	51
4.4 Hasil Uji Normalitas .....	53
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	55
4.8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Kepercayaan Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin .....	63
4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Kepercayaan Berdasarkan Karakteristik Usia.....	64
4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Kepercayaan Berdasarkan Karakteristik Tingkat Pendidikan .....	65
4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Persepsi Kegunaan Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin .....	66
4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Persepsi Kegunaan Berdasarkan Karakteristik Usia.....	67
4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Persepsi Kegunaan Berdasarkan Karakteristik Tingkat Pendidikan .....	69
4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin .....	70
4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan Berdasarkan Karakteristik Usia .....	71
4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan Berdasarkan Karakteristik Tingkat Pendidikan.....	73
4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Niat Berperilaku Berdasarkan Karakteristik Jenis Kelamin .....	74
4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Niat Berperilaku Berdasarkan Karakteristik Usia.....	75
4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Niat Berperilaku Berdasarkan Karakteristik Tingkat Pendidikan .....	77
4.20 Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda .....	79
4.21 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (F) Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y .....	81
4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	82

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1. Tabel Daftar Penyelenggara <i>Financial Technology</i> .....	L-1
2. Kuesioner .....	L-6
3. Karakteristik Responden .....	L-10
4. Tanggapan Responden .....	L-12
5. Frekuensi Tanggapan Responden .....	L-15
6. Hasil Uji Validitas.....	L-19
7. Hasil Uji Reliabilitas .....	L-22
8. Hasil Uji Normalitas .....	L-24
9. Analisis Regresi Linear Berganda.....	L-25
10. Tabulasi Silang.....	L-26

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Teknologi dan finansial memiliki hubungan yang berkaitan. Saat ini telah hadir teknologi yang mengarah pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern di bidang jasa yang bernama *financial technology* atau *fintech*, yang dapat menciptakan sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien. *Fintech* memiliki peningkatan yang pesat dan mengubah sektor bisnis di perbankan menjadi lebih berinovasi. *Financial technology* memiliki potensi untuk menguntungkan berbagai pihak yang berada di dalam industri keuangan. Perkembangan tersebut berawal dari inovasi kartu kredit, kartu debit dan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) pada tahun 1970-an. Selanjutnya, muncul *internet banking* dan aktivitas perbankan yang dilakukan jarak jauh. Dengan perubahan ini para nasabah tidak perlu lagi bertemu langsung dengan pihak bank. Lebih lanjut, muncul teknologi perangkat seluler (*mobile*) yang lebih memudahkan dalam transaksi keuangan. Perubahan tersebut didorong oleh pergeseran preferensi konsumen yang memengaruhi permintaan (*demand*) konsumen terhadap inovasi dan evolusi teknologi yang terus berkembang.

Pada era modern saat ini, manusia memiliki kehidupan dengan segala aktivitas yang tidak pernah lepas dari perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan baik di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya yang berlangsung dengan cepat. Perkembangan



teknologi informasi secara konstan melakukan inovasi dan mengeksplorasi kreativitas untuk menciptakan teknologi yang memiliki nilai tambah. Oleh karena itu, setiap transaksi ekonomi dapat diimplementasikan di dunia digital kapan saja, di mana saja, dan dapat diakses secara cepat dan mudah. Ekonomi digital atau yang biasa disebut *e-commerce* dan produknya disajikan sebagai hasil dari pengembangan teknologi informasi. Dengan perkembangan teknologi tersebut maka memungkinkan sektor finansial untuk berkembang ke arah yang lebih efisien dan modern. Saat ini sangat penting untuk memberikan inovasi teknologi di dalam bidang perekonomian. *Fintech* berhubungan dengan perusahaan yang menggunakan teknologi inovatif modern untuk membentuk penyediaan jasa keuangan. *Fintech* dipandang sebagai pasar baru yang mengintegrasikan keuangan dan teknologi serta menggantikan struktur keuangan tradisional dengan proses berbasis teknologi baru (Arner, et.al., 2015). Perusahaan *fintech* merupakan perusahaan yang menawarkan teknologi untuk perbankan, keuangan perusahaan, pasar modal, analisis data keuangan, pembayaran, dan manajemen keuangan pribadi (Skan, et.al., 2014).

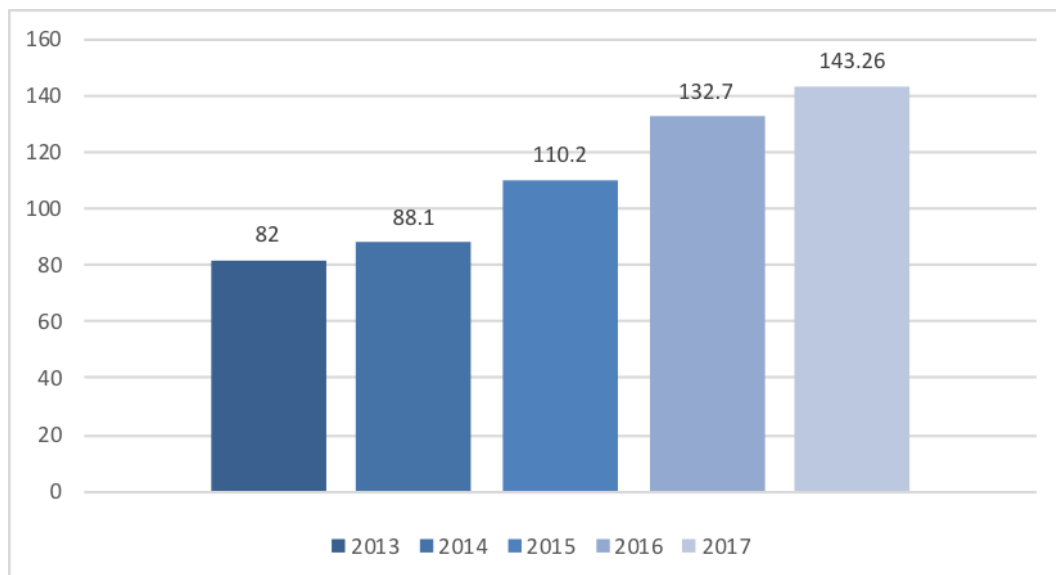
Menurut Bank Indonesia, teknologi finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Perkembangan teknologi finansial di satu sisi terbukti membawa manfaat bagi konsumen, pelaku usaha, maupun perekonomian nasional. Namun di sisi lain memiliki potensi risiko yang apabila tidak dikendalikan secara baik dapat mengganggu sistem keuangan. Melalui PBI No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial, Bank Indonesia mengatur mengenai kewajiban pendaftaran di Bank Indonesia bagi penyelenggara teknologi finansial

yang melakukan kegiatan sistem pembayaran. Kewajiban pendaftaran tersebut dikecualikan bagi penyelenggara jasa sistem pembayaran yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia dan bagi penyelenggara teknologi finansial yang berada di bawah kewenangan otoritas lain. Terdapat 34 penyelenggara teknologi finansial yang telah melakukan pendaftaran di Bank Indonesia (data terlampir pada lampiran 1).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi. Peraturan tersebut menjelaskan tentang perjanjian penyelenggaraan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi antara penyelenggara dengan pemberi pinjaman yang dituangkan dalam dokumen elektronik. Selain ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen terkait keamanan dana dan data, POJK tersebut juga bertujuan untuk melindungi kepentingan nasional terkait dengan pencegahan kegiatan pencucian uang (*money laundering*) dan stabilitas sistem keuangan. Pada tahun 2016, OJK telah mengeluarkan peraturan *fintech* pertama di Indonesia, yang mengatur kegiatan *peer to peer lending* (P2P) untuk melindungi kepentingan nasabah. Terdapat 64 penyelenggara teknologi finansial yang telah melakukan pendaftaran di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (data terlampir pada lampiran 1).

Terjadinya evolusi global dalam inovasi teknologi keuangan juga turut memengaruhi perkembangan *fintech* di Indonesia. Hanya saja indikator yang tersedia dan dapat digunakan untuk melihat konfigurasi *fintech* di Indonesia saat ini masih sangat terbatas. Jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia selalu berkembang. Pada tahun 2007 tercatat sebanyak 16 perusahaan *fintech*, kemudian dalam tahun 2013-2014 jumlah perusahaan *fintech* meningkat menjadi 40 perusahaan. Perkembangan besar terjadi dalam tahun 2015-2016, jumlah

perusahaan *fintech* meningkat menjadi 165 perusahaan. Dengan bertambahnya jumlah perusahaan dan jenis model pembiayaan alternatif yang tersedia, tahun 2016 merupakan tahun yang istimewa bagi aktivitas *fintech* di Indonesia seiring dengan terjadinya ekspansi yang pesat di pasar pembiayaan *online*. Jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna *internet*. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil survei yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyedia Jasa *Internet* Indonesia (APJII). Berikut merupakan data perkembangan jumlah pengguna *internet* di Indonesia tahun 2013-2017.



**GRAFIK 1.1 PERKEMBANGAN JUMLAH PENGGUNA *INTERNET* DI INDONESIA TAHUN 2013-2017 (DALAM JUTAAN JIWA)**

**Sumber:** Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia, 2017.

Data di atas menunjukkan bahwa jumlah pengguna *internet* di Indonesia mengalami peningkatan. Perkembangan besar terjadi pada tahun 2015-2016, jumlah pengguna *internet* di Indonesia bertambah sebanyak 22,5 juta jiwa sehingga menjadi 132,7 juta pengguna *internet*. Berdasarkan hasil survei yang dipublikasikan oleh Asosiasi Penyedia Jasa *Internet* Indonesia (APJII), dapat dilihat bahwa pengguna *internet* di Indonesia pada tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta (54,7 %) dari total populasi penduduk Indonesia yang mencapai 262 juta pengguna. Persentase kepemilikan perangkat yang digunakan didominasi

dengan kepemilikan perangkat seluler (*mobile*) atau ponsel sebesar 50,08% dan persentase kepemilikan perangkat komputer sebesar 25,72%. Fenomena pengguna *internet* dan akses media sosial melalui perangkat elektronik menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat, terlihat pada pola perilaku akses informasi pada generasi manusia di seluruh dunia.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII) tahun 2017, komposisi pengguna *internet* di Indonesia didominasi usia produktif yaitu 29,55 % (usia 35-54 tahun), 49,52 % (usia 19-34 tahun) dan 16,68% (usia 13-18 tahun) sedangkan sisanya usia manula yaitu sebesar 4,24 % (>54 tahun). Perbedaan tahun kelahiran merupakan pembeda antar generasi, setiap generasinya merupakan manusia yang hidup pada perkembangan zaman berbeda, begitu juga dengan perkembangan teknologi informasi. Salah satu generasi yang hidup di zaman perubahan komunikasi dan *internet* sekarang dikenal dengan generasi *millennial*.

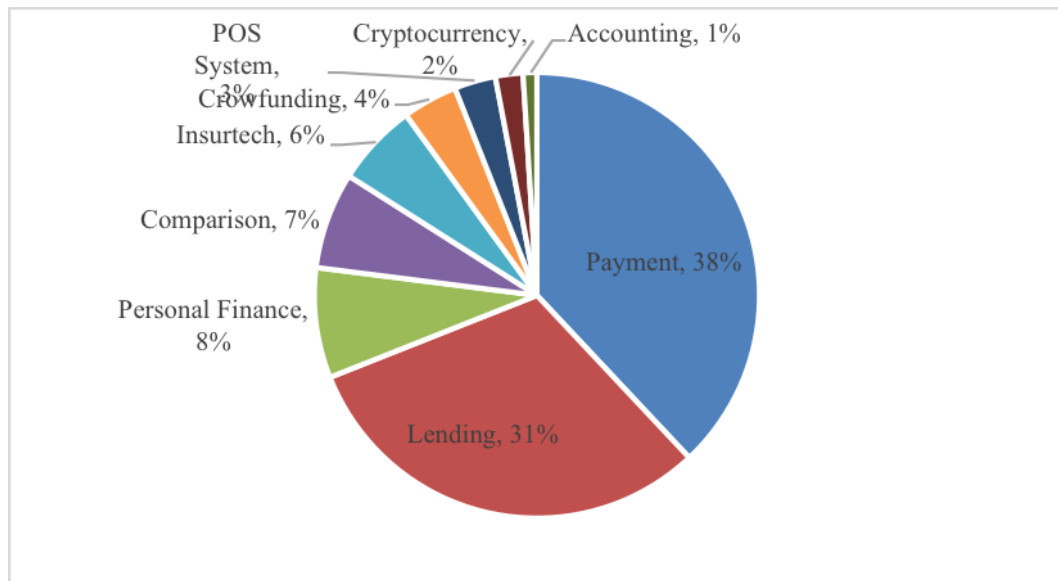
Teori tentang perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991. Howe & Strauss (2000) membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian - kejadian historis yang dapat diklasifikasi menjadi beberapa kategori generasi yaitu *missionary*, *lost*, *GI*, *silent*, *boom*, *thirteenth*, and *millennial*. Generasi *GI* atau *the greatest generation* merupakan generasi yang lahir antara tahun 1901 sampai dengan tahun 1924, *silent generation* merupakan generasi yang lahir antara tahun 1925 sampai dengan tahun 1942, *boom generation* atau *baby boomers* merupakan generasi yang lahir antara tahun 1943 sampai dengan tahun 1960, *thirteenth generation* atau generasi X merupakan generasi yang lahir antara tahun 1961 sampai dengan tahun 1981, dan generasi *millennial* atau generasi Y merupakan generasi yang lahir antara tahun 1982 sampai dengan tahun 2000. Pembagian generasi tersebut juga



banyak dikemukakan oleh peneliti - peneliti lain, tetapi secara umum memiliki makna yang sama. Sebagai contoh menurut Martin & Tulgan (2002) Generasi Y adalah generasi yang lahir pada kisaran tahun 1978, sementara menurut Howe & Strauss (2000) generasi Y adalah generasi yang lahir pada tahun 1982, hal tersebut terjadi karena adanya perbedaan skema yang digunakan untuk mengelompokkan generasi tersebut, karena peneliti - peneliti tersebut berasal dari negara yang berbeda.

Menurut Asosiasi Financial Teknologi Indonesia (AFTECH) pada akhir tahun 2017, target terbesar pasar *fintech* di Indonesia adalah generasi *millennial* kelas menengah yaitu penduduk yang lahir antara tahun 1980an sampai 2000an (Howe & Strauss, 2000). Generasi ini muncul dengan ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan media dan teknologi digital. Generasi *millennial* saat ini dapat ditemukan dengan profesi sebagai siswa, pekerja, karyawan, bahkan sebagai orang tua. Generasi *millennial* mendominasi komposisi pengguna *internet* di Indonesia karena generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan dan media sosial. Dengan kata lain generasi Y atau generasi *millennial* adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming* (Lyons, 2004). Besarnya pengguna ponsel tersebut bisa dimanfaatkan untuk menjangkau sistem keuangan melalui layanan keuangan digital. Oleh karena itu, *internet* menjadi salah satu faktor yang menunjang perkembangan bisnis *fintech* dan pembayaran digital di Indonesia. Jumlah pengguna *fintech* di Indonesia didominasi dengan penggunaan *fintech* jenis pembayaran dan peminjaman. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil survei yang dipublikasikan oleh [www.fintechnews.sg](http://www.fintechnews.sg). Berikut merupakan data persentase ekosistem pengguna

*fintech* di Indonesia tahun 2017 berdasarkan jenisnya.



**GRAFIK 1.2 PERSENTASE EKOSISTEM PENGGUNA FINTECH DI INDONESIA TAHUN 2017 BERDASARKAN JENISNYA**

Sumber: [www.fintechnews.sg](http://www.fintechnews.sg), (2018).

Pertumbuhan yang pesat terlihat dari nilai investasi berupa penanaman modal ke *startup fintech*. Berdasarkan [fintechnews.sg](http://fintechnews.sg), nilai investasi fintech sepanjang tahun 2017 adalah sebesar US\$ 176,75 juta. Inovasi *fintech* yang menawarkan berbagai jenis layanan keuangan, termasuk manajemen investasi dan portofolio, telah berkembang di dunia investasi. Hal ini digunakan oleh para pengusaha *fintech*, yang biasa disebut dengan *start-up*. Nilai investasi pada perusahaan *fintech* di Indonesia meningkat tiap tahunnya. Peningkatan nilai investasi tersebut sejalan dengan peningkatan jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia. Hal tersebut dapat memicu atau menimbulkan niat serta minat para investor untuk menanamkan modal pada perusahaan *fintech* yang diperkirakan akan terus berkembang dan memberikan keuntungan. Selain memperhatikan dari faktor profitabilitasnya, investor juga perlu untuk memperhatikan faktor lain ketika menilai suatu perusahaan. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan adalah aspek sumber daya perusahaan yang rentan disalahgunakan, struktur kepemilikan perusahaan, tingkat kesulitan keuangan dan bagaimana keefektifan *corporate*

*governance* dalam memberikan pengawasan atas pengalokasian sumber daya-sumber daya perusahaan (Hendrawaty, Ernie. 2015). Investor hendaknya menilai beberapa aspek tersebut terlebih dahulu sebelum melakukan investasi pada perusahaan *fintech*. Di Indonesia layanan *fintech* memiliki banyak jenis, antara lain *start up* pembayaran (*payment*), peminjaman (*lending*), perencanaan keuangan (*personal finance*), manajemen investasi (*investment management*), akuntansi (*accounting*), asuransi (*insurance*), *crowdfunding*, dan lain-lain. Berikut data perusahaan penyelenggara teknologi finansial yang ada di Indonesia.

**TABEL 1.1 PERUSAHAAN FINANCIAL TECHNOLOGY DI INDONESIA**

No.	Jenis Perusahaan	Nama Perusahaan
1	<i>Personal Finance</i>	Ngatur Duit (2010), Jurnal (2012), Finansialku (2013), Liveolive (2013), Fundnel (2015), Tavest (2015), Veryfund (2015), Bibitnomic (2016), Brankas (2016)
2	<i>Investment Management</i>	Stockbit (2012), Bareksa (2013), Xdana Investa (2015)
3	<i>Payment</i>	Kartuku (2001), Ponselipay (2001), Faspay (2003), OVO (2003), Finnet (2006), Ipay88 (2006), Aino (2007), Doku (2007), Speedcash (2007), Truemoney (2007), Uangku (2007), Unik (2007), Dompetku (2008), Gopay (2010), Tcash (2011), Ipaymu (2011), M-Saku (2011), OKpay (2011), Mimopay (2012), Tapp (2013), Veritrans (2013), XL Tunai (2013), Padipay (2013), Mandiri E-Cash (2013), Dimo (2014), Xendit (2014), Ipaymu (2014), Bebasbayar (2014), Espay (2014), Etobee (2014), Kudo (2014), Cashlez (2015), Duithape (2015), Kioson (2015), Netzme (2015), Nicepay (2015), Pajak (2015), Sepulsa (2015), Serbapay (2015), Kesles (2015), Veryfund (2015), Bayarind (2016), Ayopop (2016), Flip (2016), Kinerja Pay (2016), Matchmove (2016), Payfazz (2016), Wallez (2016), Paypro (2017)
4	<i>Point Of Sale Systems (POS)</i>	Pawoon (2013), Omega Pos Cloud (2013), Dealpos (2013), Moka (2014), Olsera (2015)
5	<i>Lending</i>	Mekar (2013), Akulaku (2014), Igrow (2014), Tunaiku (2014), Taralite (2015), Pinjam (2015), Uangteman (2015), Kredivo (2015), Investree (2015), Modalku (2016), Cicil (2016), Crowde (2016), Danamerdeka (2016), Danakita (2016), Findaya (2016), Fintegra (2016), Gradana (2016), Investree (2016), Julo (2016), Karapoto (2016), Kimo (2016), Klikacc (2016), Koinworks (2016), Kreditcepat (2016), Pendanaan (2016), Qreditt (2016), Aktivaku (2017), Ammana (2017), Awantunai (2017), Danacita (2017), Danakini (2017), Dompеткиlat (2017), Finmash (2017),

**TABEL 1.1 PERUSAHAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* DI INDONESIA (LANJUTAN)**

		Gocash (2017), Indodana (2017), Relasi (2017), Rupiahpluss (2017), Tangbull (2017), Tunaikita (2017)
6.	<i>Accounting</i>	Akunting Mudah (2013), Jurnal (2014), Jojonomic (2015)
7	<i>Comparison</i>	Halomoney (2013), Cekaja (2013), Rajapremi (2013), Duit Pintar (2013), Pasar polis (2014), Atur Duit (2014), Cekpremi (2014), Cermati (2015), Eragano (2015), Sikatabis (2015), Tanihub (2015), Kredibel (2016), Disitu (2016), Bostunai (2017)
8	<i>Insurance</i>	Bima (2010), Future ready (2011), Duitpintar (2013), Rajapremi (2013), Asuransi88 (2014), Pasarpolis (2014), Asuransiku (2015), Cermati (2015), Premiro (2016)
9	<i>Crowdfunding</i>	Mapan (2009), Wujudkan (2012), Kitabisa (2013), Gandeng Tangan (2015), Kapital Boost (2015), Limakilo (2015)
10	<i>Cryptocurrency</i>	Bitcoin.co.id (2013), Luno (2013), Pundix (2014), Indodax (2014), Quione (2014)

**Sumber:** [www.fintechnews.sg](http://www.fintechnews.sg), 2018.

Salah satu teori perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM ini ditemukan oleh Davis (1989) yang mengembangkan kerangka pemikiran tentang niat pemanfaatan teknologi informasi. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu di antara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi.

Teknologi informasi dalam penelitian ini adalah teknologi dalam bidang keuangan yaitu *financial technology* (*fintech*). TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kegunaan teknologi informasi (*perceived usefulness*) dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi (*Perceived Ease of Use*). TAM lebih lanjut menunjukkan bahwa

persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan sangat penting dalam menjelaskan varian dalam niat pengguna. Menurut Davis (1989), perilaku penggunaan sistem ditentukan oleh niat untuk menggunakan sistem tertentu. Sistem yang dimaksud tersebut adalah sistem yang gilirannya ditentukan oleh manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan sistem. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan tidak sepenuhnya menjelaskan niat berperilaku terhadap penggunaan sistem informasi sehingga mengharuskan mencari faktor tambahan yang dapat lebih memprediksi penerimaan sistem informasi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Gefen, *et al.*, (2003) dan Chuang *et al.*, (2016), mereka menambahkan variabel “*trust*” atau kepercayaan ke teori TAM (*Technology Acceptance Model*) dalam konteks penggunaan teknologi informasi sehingga model yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan TAM yang dimodifikasi dengan kepercayaan (*trust*). Chuang *et al.*, (2016) melakukan penelitian yang berjudul “*The Adoption of Fintech Service: TAM perspective*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dalam mengadopsi *Financial Technology* dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi layanan *fintech*, dan sikap memiliki efek positif yang signifikan terhadap niat berperilaku dalam penggunaan layanan *fintech*.

Terdapat banyak penelitian yang menggunakan kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel independen dalam penelitian yang menguji pengaruhnya terhadap sistem teknologi. Namun, terdapat banyak perbedaan hasil dari masing-masing penelitian yang

menggunakan kedua variabel tersebut. Selain itu, dari sekian banyak penelitian belum banyak penelitian yang menggabungkan variabel-variabel tersebut secara bersamaan untuk diuji penggunaannya terhadap *fintech*.

Pada penelitian sebelumnya, Lai dan Li (2004) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam pengaruhnya terhadap penggunaan layanan *Internet Banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan sikap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan layanan *Internet Banking*. Chong, *et.al.* (2010) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor dalam mengadopsi *online banking* dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *online banking*, sedangkan persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *online banking*.

Terdapat banyak penelitian tentang niat penggunaan sistem teknologi pada konsumen. Namun, belum terdapat penelitian untuk menguji niat penggunaan *financial technology (fintech)* dengan menggunakan generasi *millennial* sebagai objek penelitian. Alasan dipilihnya generasi *millennial* sebagai objek penelitian karena generasi *millennial* berperan sebagai pengamat dan pengguna layanan teknologi informasi, serta mampu mengikuti perubahan teknologi dengan cepat dan lebih bergantung pada teknologi. Dari segi usia, generasi *millennial* adalah generasi yang lahir antara tahun 1982 sampai tahun 2000 (Howe dan Strauss, 2000). Artinya, saat ini generasi *millennial* memiliki rentang usia sekitar 19 sampai 37 tahun. Jika dilihat dari segi usia tersebut, generasi *millennial* merupakan calon pengguna pembauran teknologi yang potensial, terlebih *financial technology*

(*fintech*) merupakan layanan teknologi yang sedang berkembang di lingkungan saat ini.

Penelitian ini mereplikasi penelitian Chuang, *et.al.* pada tahun 2016. Peneliti ingin mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi bagi penggunanya serta niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*. Berdasarkan latar belakang di atas dapat dilihat bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki hubungan dengan niat berperilaku dalam penggunaan sistem informasi sehingga membuat penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Berperilaku dalam Mengadopsi *Financial Technology (Fintech)*”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian ini akan membahas masalah- masalah berikut ini:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*?
2. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kepercayaan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kegunaan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan informasi di bidang manajemen, khususnya mengenai pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)* serta dapat memberikan wawasan kepada pembaca dalam rangka meningkatkan penggunaan teknologi finansial.

2. Aspek Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi peneliti selanjutnya, khususnya bidang keuangan dalam kaitannya dengan penggunaan *financial technology (fintech)*.

3. Aspek Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan arahan kebijakan untuk pengembangan *financial technology (fintech)* sehingga dapat digunakan sebagai referensi dasar perluasan dan penambahan wawasan untuk penelitian selanjutnya.



## II. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

### A. Kajian Pustaka

#### 1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986. Dia menyatakan bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) menganggap niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap pribadi terhadap penggunaan sistem informasi. Untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku pengguna teknologi informasi secara lebih efisien, Davis, *et al.*, (1989) berdasarkan pada *Theory of Reasoned Action* (TRA) memodifikasi model teorinya agar sesuai dengan penerapan konteks sistem informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang secara khusus disesuaikan untuk permodelan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. Tujuan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor penentu penerimaan teknologi yang bersifat umum, yang mampu menjelaskan perilaku pengguna di seluruh teknologi informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) dirumuskan dalam upaya untuk mencapai tujuan dengan mengidentifikasi sejumlah kecil variabel yang disarankan oleh penelitian sebelumnya pada penerimaan teknologi, dan menggunakan *Theory of Reasoned Action* (TRA) sebagai latar belakang teoretis untuk permodelan hubungan teoretis antara variabel-variabel ini (Davis, *et al.*, 1989).

Terdapat beberapa teori yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer.

Teori-teori tersebut di antaranya tercatat dalam berbagai literatur dan referensi hasil riset di bidang teknologi informasi seperti *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Namun yang menjadikan perbedaan antara teori-teori tersebut pada penempatan faktor-faktor pengaruhnya. TRA memperkenalkan dua variabel yaitu sikap dan norma subjektif, TPB memperkenalkan tiga variabel yaitu sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku, sedangkan TAM memperkenalkan dua variabel kunci, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), yang memiliki relevansi untuk memprediksikan sikap penerimaan pengguna terhadap teknologi komputer (Davis, *et al.*, 1989). Meskipun teori-teori tersebut juga dapat digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan tentang penerimaan suatu sistem informasi, namun teori TAM lebih sederhana dan cukup sebagai teori yang kuat (Venkatesh dan Davis, 2000). TAM merupakan teori yang digunakan untuk mengetahui penerimaan sistem informasi dan teknologi secara individual. Teori ini merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi karena metode ini lebih sederhana dan mudah diterapkan (Surendran, 2012). Penelitian sebelumnya mengintegrasikan kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan dalam konteks layanan elektronik karena kepercayaan adalah salah satu penentu persepsi kegunaan, terutama di lingkungan layanan elektronik. Maka dari itu, kepercayaan berada pada tingkat yang sama seperti persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Pavlou, 2003).

## **2. Kepercayaan**

Kepercayaan adalah aspek utama dalam berbagai transaksi ekonomi karena kebutuhan manusia yang mendalam untuk memahami lingkungan sosial dalam

mengidentifikasi perilaku seseorang. Memahami lingkungan sosial menjadi sangat rumit karena seseorang dengan sifat alami mereka tidak selalu rasional atau tidak dapat diprediksi (Gefen, *et.al.*,2003). Kepercayaan adalah ciri utama dari sebagian besar interaksi ekonomi dan sosial yang menyebabkan ketidakpastian. Secara praktis, semua interaksi membutuhkan elemen kepercayaan terutama yang dilakukan di lingkungan teknologi informasi yang tidak pasti. Kepercayaan selalu menjadi elemen penting dalam memengaruhi perilaku konsumen dan telah terbukti sangat penting dalam lingkungan yang tidak pasti, seperti pada konteks *Financial Technology* yang berbasis *Internet*. Oleh karena itu, kepercayaan cenderung memengaruhi niat transaksi yang baik. Secara umum, hubungan yang diusulkan antara kepercayaan dan sikap dibenarkan dengan menempatkan kepercayaan dalam teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) sebagai keyakinan perilaku. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gefen, *et.al.* (2003) dan Chuang *et.al.* (2016), TAM (*Technology Acceptance Model*) dimodifikasi dengan menambahkan variabel “*trust*” atau kepercayaan dalam konteks penggunaan *Financial Technology*. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berhubungan dengan penilaian subjektif pengguna tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan suatu produk atau jasa sehingga kepercayaan berada pada tingkat yang sama seperti persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang mengukur kepercayaan umum tanpa menentukan rincian yang tepat dari sistem (Pavlou, 2003).

### **Indikator Kepercayaan**

Kepercayaan memiliki indikator yang dapat dijadikan sebagai ukuran untuk mengukur niat berperilaku dalam menggunakan suatu sistem informasi. Ada banyak indikator kepercayaan yang telah ditemukan menurut para ahli. Namun,

penelitian ini tidak menggunakan indikator-indikator pengukuran menurut banyak ahli. Chuang, *et.al.* (2016) mengidentifikasi tiga indikator dari kepercayaan (*trust*), yaitu:

a. Keyakinan pada Layanan

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seorang individu terhadap layanan teknologi informasi yang disediakan oleh sebuah perusahaan layanan teknologi informasi. Jika seorang individu percaya pada perusahaan layanan teknologi informasi yang menyediakan layanan tersebut maka keyakinan individu dalam menggunakan layanan teknologi informasi tersebut menjadi semakin besar.

b. Persepsi Kualitas Layanan

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seorang individu terhadap kualitas sebuah layanan teknologi informasi. Sebuah layanan teknologi informasi menyediakan kualitas pengoperasian layanan yang berbeda. Jika seorang individu merasa terpenuhi atas kualitas transaksi sebuah layanan teknologi informasi maka kepercayaan seorang individu dalam menggunakan layanan teknologi informasi tersebut menjadi semakin besar.

c. Persepsi Keamanan Layanan

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seorang individu terhadap keamanan sebuah layanan teknologi informasi. Keamanan sebuah layanan teknologi informasi dapat dilihat pada kerahasiaan data dan kegiatan yang berlangsung selama mengoperasikan layanan tersebut. Jika seorang individu merasa terpenuhi atas keamanan transaksi sebuah layanan teknologi informasi maka kepercayaan seorang individu dalam menggunakan layanan teknologi informasi tersebut menjadi semakin besar.

Alasan digunakannya tiga dimensi menurut Chuang, *et.al.* (2016) sebagai indikator pengukuran dalam penelitian ini adalah karena keyakinan pada layanan,

persepsi kualitas layanan, dan persepsi keamanan layanan dapat dijadikan sebagai ukuran. Keyakinan pada layanan dapat dijadikan sebagai suatu ukuran karena suatu penggunaan layanan teknologi informasi memberikan keyakinan yang berbeda terhadap masing-masing individu. Persepsi kualitas layanan dapat menjadi ukuran, karena tiap individu memiliki penilaian yang berbeda terhadap layanan teknologi informasi yang digunakan. Dimensi yang terakhir, persepsi keamanan layanan dapat menjadi ukuran karena keamanan suatu layanan teknologi memiliki pengaruh terhadap kepercayaan seseorang dalam menggunakan layanan teknologi informasi tersebut.

### **3. Persepsi Kegunaan**

Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) diartikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa menggunakan suatu sistem teknologi informasi dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan aktivitas dan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu sistem teknologi informasi dapat berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem teknologi informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Konsep ini juga menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan *productivity* (produktivitas), *job performance* atau *effectiveness* (kinerja tugas atau efektivitas), *importance to job* (pentingnya bagi tugas), dan *overall usefulness* (kebermanfaatan secara keseluruhan) (Davis, 1989). Oleh karena itu, persepsi kegunaan menjadi keyakinan seseorang dengan menggunakan teknologi dapat memberikan manfaat.

#### **Indikator Persepsi Kegunaan**

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) memiliki indikator yang dapat dijadikan sebagai ukuran untuk mengukur niat berperilaku dalam menggunakan

suatu sistem informasi. Ada banyak indikator persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) yang telah ditemukan menurut para ahli. Namun penelitian ini tidak menggunakan indikator-indikator pengukuran menurut banyak ahli. Chuang, *et.al.* (2016) mengidentifikasikan empat indikator dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), yaitu:

a. Persepsi Efisiensi

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Penggunaan layanan teknologi informasi dipercaya akan membantu segala kegiatan menjadi lebih efisien sehingga akan memudahkan individu dalam menggunakannya. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya

b. Persepsi Efektivitas

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Penggunaan layanan teknologi informasi dipercaya akan membantu individu dalam menggunakan layanan teknologi karena tidak dibatasi oleh waktu dan tempat sehingga memudahkan individu menggunakan layanan teknologi dimana saja dan kapan saja sehingga individu merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya.

c. Persepsi Kegunaan Dalam Meningkatkan Kinerja

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari individu. Penggunaan layanan teknologi informasi dipercaya akan membantu individu melakukan kegiatannya sehingga akan meningkatkan kinerja dari individu. Jika seseorang merasa percaya

bahwa sistem teknologi informasi berguna untuk meningkatkan kinerja maka dia akan menggunakannya.

d. Persepsi Kegunaan Dalam Menjawab Kebutuhan Informasi

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan membantu individu dalam mendapatkan kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Penggunaan layanan teknologi informasi dipercaya akan mempermudah individu dalam mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah, sehingga penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi individu yang menggunakannya.

Alasan digunakannya empat dimensi menurut Chuang, *et.al.* (2016) sebagai indikator pengukuran dalam penelitian ini adalah karena persepsi efisiensi, persepsi efektivitas, persepsi kegunaan dalam meningkatkan kinerja, dan persepsi kegunaan dalam menjawab kebutuhan informasi dapat dijadikan sebagai ukuran. Persepsi efisiensi dan persepsi efektivitas dapat dijadikan sebagai suatu ukuran karena suatu penggunaan layanan teknologi informasi memberikan manfaat yang berbeda terhadap masing-masing individu. Persepsi kegunaan dalam meningkatkan kinerja dan persepsi kegunaan dalam menjawab kebutuhan informasi dapat menjadi ukuran layanan teknologi informasi karena tiap individu memiliki penilaian yang berbeda terhadap layanan teknologi informasi yang digunakan.

#### **4. Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease Of Use*) adalah tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem teknologi informasi tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) dan mudah untuk dipahami (Davis, 1989). Ketika suatu sistem teknologi informasi itu mudah untuk digunakan maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan berkeinginan untuk menggunakan

sistem teknologi informasi itu. Berbeda ketika suatu sistem teknologi informasi itu susah untuk digunakan maka pengguna akan merasa enggan untuk menggunakan sistem teknologi informasi tersebut. Sesuai dengan teori TAM, persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) juga dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) karena semakin mudah suatu sistem teknologi informasi digunakan maka sistem teknologi informasi tersebut dirasakan semakin bermanfaat. Rasa mudah dalam menggunakan sistem teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem tersebut memiliki kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa nyaman bila menggunakan sistem teknologi informasi (Venkatesh dan Davis, 2000).

### **Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) memiliki indikator yang dapat dijadikan sebagai ukuran untuk mengukur niat berperilaku dalam menggunakan suatu sistem informasi. Ada banyak indikator persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang telah ditemukan menurut para ahli. Namun penelitian ini tidak menggunakan indikator-indikator pengukuran menurut banyak ahli. Chuang, *et.al.* (2016) mengidentifikasi empat indikator dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yaitu:

#### **a. Persepsi Fleksibilitas**

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seseorang yang menyatakan dalam penggunaan suatu sistem teknologi informasi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Penggunaan layanan teknologi informasi dipercaya akan mempermudah individu beradaptasi dalam menggunakan suatu layanan teknologi informasi. Ketika individu merasa dimudahkan dengan penggunaan aplikasi teknologi informasi maka semakin tinggi pemanfaatan dan penggunaan sistem teknologi informasi tersebut.



b. Persepsi Kemudahan Untuk Berinteraksi

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu sistem teknologi informasi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Penggunaan suatu sistem teknologi informasi dipercaya akan mempermudah individu berinteraksi dalam menggunakan sistem teknologi informasi tersebut serta kemudahan untuk berinteraksi seperti kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi yang disediakan oleh suatu sistem teknologi informasi tersebut.

c. Persepsi Kemudahan Untuk Digunakan

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seseorang yang menyatakan dalam penggunaan suatu sistem teknologi informasi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Penggunaan suatu sistem teknologi informasi dipercaya akan mempermudah individu dalam menggunakan sistem teknologi informasi tersebut. Suatu sistem teknologi informasi yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.

d. Persepsi Kemudahan Untuk Dipelajari

Dimensi ini berkaitan dengan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu sistem teknologi informasi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Penggunaan suatu sistem teknologi informasi dipercaya akan mempermudah individu dalam mengoperasikan sistem teknologi informasi tersebut. Persepsi kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan suatu sistem teknologi informasi, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Alasan digunakannya empat dimensi menurut Chuang, *et.al.* (2016) sebagai indikator pengukuran dalam penelitian ini adalah karena persepsi fleksibilitas,

persepsi kemudahan untuk berinteraksi, persepsi kemudahan untuk digunakan, dan persepsi kemudahan untuk dipelajari dapat dijadikan sebagai ukuran. Persepsi fleksibilitas dapat dijadikan sebagai suatu ukuran karena suatu penggunaan sistem teknologi informasi memberikan manfaat yang berbeda terhadap masing-masing individu. Persepsi kemudahan untuk berinteraksi, persepsi kemudahan untuk digunakan, dan persepsi kemudahan untuk dipelajari dapat menjadi ukuran suatu sistem teknologi informasi karena tiap individu memiliki penilaian yang berbeda terhadap kemudahan layanan teknologi informasi yang digunakan.

## **5. Niat Berperilaku**

Niat berperilaku (*behavioral intention*) merupakan perencanaan individu dalam menentukan perilaku yang akan dilakukan (Warshaw dan Davis, 1985). Menurut Ajzen dan Madden (1986) dalam TPB (*Theory of Planned Behaviour*), faktor utama dari perilaku individu dipengaruhi oleh niat berperilaku individu (*behavioral intention*) tersebut. Sedangkan, niat berperilaku dipengaruhi oleh variabel sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*). Sikap menjelaskan tentang evaluasi positif atau negatif seseorang terhadap efek kinerja dari perilaku tertentu. Norma subyektif menjelaskan tentang persepsi individu terhadap pendapat orang lain untuk melakukan suatu perilaku tertentu, sedangkan kontrol perilaku yang dirasakan menjelaskan persepsi individu tentang ada atau tidak adanya sumber daya yang diperlukan atau peluang yang diperlukan untuk melakukan perilaku. Niat berperilaku adalah metode yang paling baik untuk memprediksi perilaku individu. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa TAM tampak lebih unggul daripada TPB dalam menjelaskan niat berperilaku untuk menggunakan suatu sistem teknologi informasi (Chau & Hu, 2001).

TAM digunakan untuk memprediksi penggunaan dan penerimaan pengguna berdasar pada persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). TAM memahami bahwa niat berperilaku (*behavioral intention*) merupakan penentu yang signifikan dalam penggunaan sistem secara aktual, TAM juga menunjukkan bahwa niat perilaku ditentukan oleh dua hal penting yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) serta kepercayaan yang menjadi elemen penting dalam memengaruhi perilaku. Persepsi kegunaan mengacu pada “tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya”, persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada “tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu akan mengurangi atau membebaskan dari usaha fisik dan mental” dan kepercayaan berada pada tingkat yang sama seperti persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan untuk memahami lingkungan sosial dalam mengidentifikasi perilaku seseorang. Dalam TAM, keyakinan individu merupakan faktor penentu perilaku individu untuk menggunakan sistem dan pada perkembangannya akan berlanjut pada perilaku pengembangan niat untuk menggunakan sistem tersebut, niat ini mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi.

Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*) memiliki indikator yang dapat dijadikan sebagai ukuran dalam penelitian. Chuang, *et.al.*, (2016) mengidentifikasikan indikator dari niat berperilaku (*behavioral intention*) yaitu niat penggunaan layanan. Dimensi ini berkaitan dengan kecenderungan perilaku individu untuk tetap menggunakan suatu layanan teknologi informasi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi informasi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan untuk memotivasi untuk tetap menggunakannya dan keinginan untuk memotivasi

pengguna lain. Ketika sebuah layanan yang diberikan oleh sebuah layanan teknologi informasi dirasa menguntungkan, maka individu akan tetap menggunakan layanan teknologi informasi tersebut.

Menurut Chuang, *et.al.*, 2016 dimensi tersebut digunakan sebagai indikator pengukuran dalam penelitian ini karena niat penggunaan layanan dapat dijadikan sebagai ukuran. Niat penggunaan layanan dapat dijadikan sebagai suatu ukuran karena suatu penggunaan layanan teknologi informasi memberikan kecenderungan perilaku individu yang berbeda terhadap masing-masing individu.

## **6. *Financial Technology (Fintech)***

Teknologi finansial atau yang disebut dengan *financial technology (fintech)* merupakan sebuah inovasi dari sektor finansial yang melibatkan model bisnis yang telah terintegrasi dengan teknologi yang dapat memfasilitasi peniadaan perantara. *Financial technology* dapat mengubah cara perusahaan dalam membuat dan menyediakan produk atau layanan, dapat menangani masalah privasi, regulasi, dan tantangan hukum, serta memberikan peluang untuk pertumbuhan yang inklusif (Dhar dan Stein, 2017). *Fintech* mengarahkan pada penggunaan teknologi untuk memberikan solusi keuangan karena *fintech* adalah gabungan dari layanan keuangan dan teknologi informasi. Namun, keterkaitan antara keuangan dan teknologi memiliki sejarah panjang (Arner, *et.al.*, 2015). Terdapat tiga era utama dari evolusi *fintech*. Dimulai dari tahun 1866 sampai 1967, industri layanan finansial masih cenderung tradisional tanpa banyak terkait dengan teknologi yang disebut dengan era *fintech 1.0*. Kemudian, tahun 1967 sampai 2008 sektor keuangan terdigitalisasi yang disebabkan oleh perkembangan teknologi komunikasi dan transaksi yang cukup pesat dan periode ini dikenal dengan *fintech 2.0*. Sejak tahun 2008, dimulai era *fintech 3.0* yang ditandai dengan

berkembangnya banyak *start-up* dan banyak perusahaan teknologi yang mulai menawarkan produk dan layanan finansial langsung kepada bisnis dan publik, termasuk juga kepada bank (Arner, *et, al*, 2015).

*Financial technology (fintech)* telah diperkuat dengan regulasi dari Bank Indonesia (PBI No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial, Bank Indonesia mengatur mengenai kewajiban pendaftaran di Bank Indonesia bagi penyelenggara teknologi finansial yang melakukan kegiatan sistem pembayaran) dan Otoritas Jasa Keuangan (POJK No.77/POJK.01/2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, perjanjian penyelenggaraan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi antara penyelenggara dengan pemberi pinjaman dituangkan dalam dokumen elektronik) yang mengatur *fintech* di Indonesia.

Bank Indonesia mewajibkan para penyelenggara teknologi finansial untuk mendaftarkan secara resmi agar memperoleh izin dari Bank Indonesia. Bank Indonesia memberikan ruang bagi penyelenggara teknologi finansial untuk melakukan uji coba produk, layanan, teknologi, dan model bisnisnya di Bank Indonesia melalui *regulatory sandbox*. Salah satu poin penting yang tertuang dalam peraturan tersebut adalah ditetapkannya kewajiban para penyelenggara *fintech* di bidang jasa sistem pembayaran keuangan untuk melakukan pendaftaran kepada Bank Indonesia. Pendekatan *regulatory sandbox* ini akan membantu regulator memahami risiko yang mungkin muncul jika suatu produk *fintech* digunakan secara luas, namun berada dalam lingkungan yang terkendali. Ini akan membantu para penyelenggara *fintech*, terutama perusahaan pemula (*start-up*), untuk menguji produk tanpa harus menanggung biaya penuh regulasi atau menghadapi tindakan penegakan hukum.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan bertujuan untuk melindungi kepentingan

konsumen terkait keamanan dana dan melindungi kepentingan nasional terkait dengan pencegahan kegiatan pencucian uang (*money laundering*) dan stabilitas sistem keuangan. OJK memastikan akan mengawasi bisnis yang dijalani oleh *fintech* dengan sejumlah aturan yang ketat dimana dikeluarkan pada akhir tahun 2016. Satu hal yang nantinya akan dibuat menjadi aturan yang jelas adalah terkait penentuan batas modal minimal industri *fintech*. Salah satu alasan dibuatnya aturan tersebut adalah untuk perlindungan konsumen Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI)/ *fintech peer-to-peer* (P2P) *lending* yang secara resmi diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)).

Menurut Badan Kebijakan Fiskal, *fintech* juga didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat menghasilkan model- model bisnis, aplikasi, proses atau produk-produk dengan efek material yang terkait dengan penyediaan layanan keuangan (Nizar, 2017). Setiap penyelenggara *fintech* memiliki perbedaan jenis jasa layanan teknologi finansial. Menurut Bank Indonesia *Financial Technology* yang ada di Indonesia dapat diklasifikasikan ke dalam 5 (lima) kategori, yaitu *payment*, *lending*, *insurance*, *crowdfunding*, dan *investment management*.

a. Pembayaran (*Payment*)

Pembayaran (*Payment*) dalam layanan *Financial Technology* relatif lebih mudah dibandingkan dengan produk dan layanan teknologi finansial lainnya. Dua pasar pembayaran *fintech* adalah pembayaran konsumen dan ritel dan pembayaran grosir dan perusahaan. Pembayaran adalah salah satu layanan keuangan ritel yang paling sering digunakan sehari-hari, serta salah satu layanan keuangan yang paling tidak diatur (Lee dan Shin, 2017). Menurut BNY Mellon (2015), *fintech* pembayaran konsumen dan ritel termasuk *mobile wallets*, *peer-to-peer* (P2P) *mobile payments*, pertukaran mata uang asing dan pengiriman uang, *real-time*

*payments*, dan solusi mata uang digital. Layanan ini meningkatkan pengalaman bagi pelanggan yang mencari pengalaman pembayaran yang efisien dalam hal kecepatan dan kenyamanan.

b. Pinjaman (*Lending*)

Pinjaman konsumen (*Peer-to-Peer Consumer Lending*) dan pinjaman bisnis (*Peer-to-Peer Business Lending*) adalah tren besar lainnya dalam *fintech*. *Fintech* dalam pinjaman (*Peer-to-Peer lending*) memungkinkan individu dan bisnis untuk meminjam antara satu sama lain. Dengan strukturnya yang efisien, layanan *fintech* pinjaman (*peer-to-peer lending*) mampu menawarkan suku bunga rendah dan proses peminjaman yang lebih baik bagi pemberi pinjaman dan peminjam. Perbedaan yang samar tetapi signifikan dari bank adalah bahwa *fintech* secara teknis tidak terlibat dalam peminjaman, karena mereka hanya menghubungkan antara pemberi pinjaman dengan peminjam, dan mengumpulkan biaya dari pengguna (Lee dan Shin, 2017).

c. Asuransi (*Insurance*)

Dalam model bisnis asuransi *fintech*, *fintech* bekerja untuk memungkinkan hubungan yang lebih mudah antara perusahaan asuransi dan pelanggan. Mereka menggunakan analitis data untuk menghitung dan menyesuaikan risiko, dan ketika kelompok pelanggan potensial bertambah, pelanggan ditawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan mereka (misalnya, asuransi mobil, asuransi jiwa, asuransi kesehatan). Mereka juga mempermudah proses penagihan kesehatan. Model bisnis *fintech* asuransi tampaknya menjadi yang paling digunakan oleh penyedia asuransi tradisional. Teknologi ini memungkinkan perusahaan asuransi untuk memperluas pengumpulan data mereka ke sumber-sumber penyedia asuransi *non-tradisional* untuk melengkapi model tradisional mereka, dan meningkatkan analisis risiko mereka (Lee dan Shin, 2017).

d. *Crowdfunding*

*Crowdfunding* dalam layanan *fintech* berperan sebagai pemberdayaan jaringan individu untuk mengawasi pembuatan produk baru, media, dan ide dan mengumpulkan dana untuk amal atau modal usaha. *Crowdfunding* melibatkan tiga pihak yaitu pemrakarsa proyek atau pengusaha yang membutuhkan pendanaan, kontributor yang mungkin tertarik untuk mendukung penyebab atau proyek, dan organisasi moderator yang memfasilitasi keterlibatan antara para kontributor dan inisiator. Organisasi moderator memungkinkan para kontributor untuk mengakses informasi tentang berbagai inisiatif dan peluang pendanaan untuk pengembangan produk/ jasa (Lee dan Shin, 2017).

e. *Investment Management* (Manajemen Investasi)

Manajemen investasi dalam layanan *fintech* berperan sebagai penyedia jaringan individu untuk mengelola beragam sekuritas atau surat berharga seperti saham, obligasi dan aset lainnya dengan tujuan untuk mencapai target investasi yang menguntungkan bagi investor. Layanan dalam bidang ini dapat mempermudah investor dalam mengamati dan mendiskusikan strategi investasi atau portofolio dengan anggota lain dari jejaring sosial. Perdagangan saham dalam layanan *fintech* memungkinkan investor dan pedagang untuk terhubung satu sama lain untuk mendiskusikan dan berbagi pengetahuan, membeli dan menjual komoditas dan saham, dan memantau risiko secara *real-time*. Pengguna dapat melihat harga saham secara langsung dan mengirim atau menerima dana dalam berbagai mata uang secara aman melalui perangkat seluler yang digunakan. Dengan layanan *fintech*, pengguna dapat bertransaksi dengan biaya yang jauh lebih rendah, melalui metode pembayaran yang jauh lebih mudah bagi individu atau bisnis.



## B. Penelitian Terdahulu

Terdapat banyak penelitian yang menggunakan kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel independen dalam penelitian yang menguji pengaruhnya terhadap penggunaan teknologi. Sedangkan penelitian mengenai *financial technology (fintech)* masih sangat terbatas. Namun, belum banyak penelitian yang menggabungkan variabel-variabel tersebut secara bersamaan untuk diuji pengaruhnya. Berikut ini adalah matriks penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang peneliti untuk melakukan penelitian.

**TABEL 2.1 RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Metodologi Penelitian	Hasil
1.	Lai dan Li (2004)	<i>Technology acceptance model for internet banking: an invariance analysis</i>	Variabel Dependen: Niat Berperilaku Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi Kegunaan</li> <li>• Persepsi Kemudahan</li> <li>• Sikap</li> </ul>	Analisis menggunakan <i>Measurement equivalence/ invariance analysis</i>	Terdapat pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi <i>Internet Banking</i> .
2.	Chong, et.al., (2010)	<i>Online Banking Adoption: An Empirical Analysis</i>	Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niat Berperilaku</li> </ul> Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepercayaan</li> <li>• Persepsi Kegunaan</li> <li>• Persepsi Kemudahan</li> <li>• Dukungan Pemerintah</li> </ul>	Analisis Korelasi dan Regresi Berganda	Terdapat pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, dan dukungan pemerintah terhadap niat berperilaku dalam menggunakan <i>Internet Banking</i> .
3.	Tjini dan Baridwan (2011)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan	Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat</li> </ul> Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepercayaan</li> </ul>	Analisis Korelasi dan Regresi menggunakan Software Smart PLS	Terdapat pengaruh kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat

**TABEL 2.1 RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU (LANJUTAN)**

		dan Persepsi Kenyaman Terhadap Minat Penggunaan Sistem <i>Internet Banking</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi Kegunaan</li> <li>• Persepsi Kemudahan</li> <li>• Persepsi Kenyamanan</li> </ul>		dalam menggunakan <i>Internet Banking</i> .
4.	Habibi dan Zaky (2014)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking Syariah</i>	Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat</li> </ul> Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepercayaan</li> <li>• Persepsi Kegunaan</li> <li>• Persepsi Kemudahan</li> <li>• Persepsi Kenyamanan</li> </ul>	Analisis Korelasi dan Regresi	Terdapat pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking Syariah</i>
5.	Chuang, <i>et.al.</i> , (2016)	<i>The Adoption of Fintech Service: TAM perspective</i>	Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niat Berperilaku</li> </ul> Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepercayaan</li> <li>• Persepsi Kegunaan</li> <li>• Persepsi Kemudahan</li> </ul>	Analisis menggunakan LISREL <i>analysis</i>	Terdapat pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan sikap terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi <i>Financial Technology</i> .

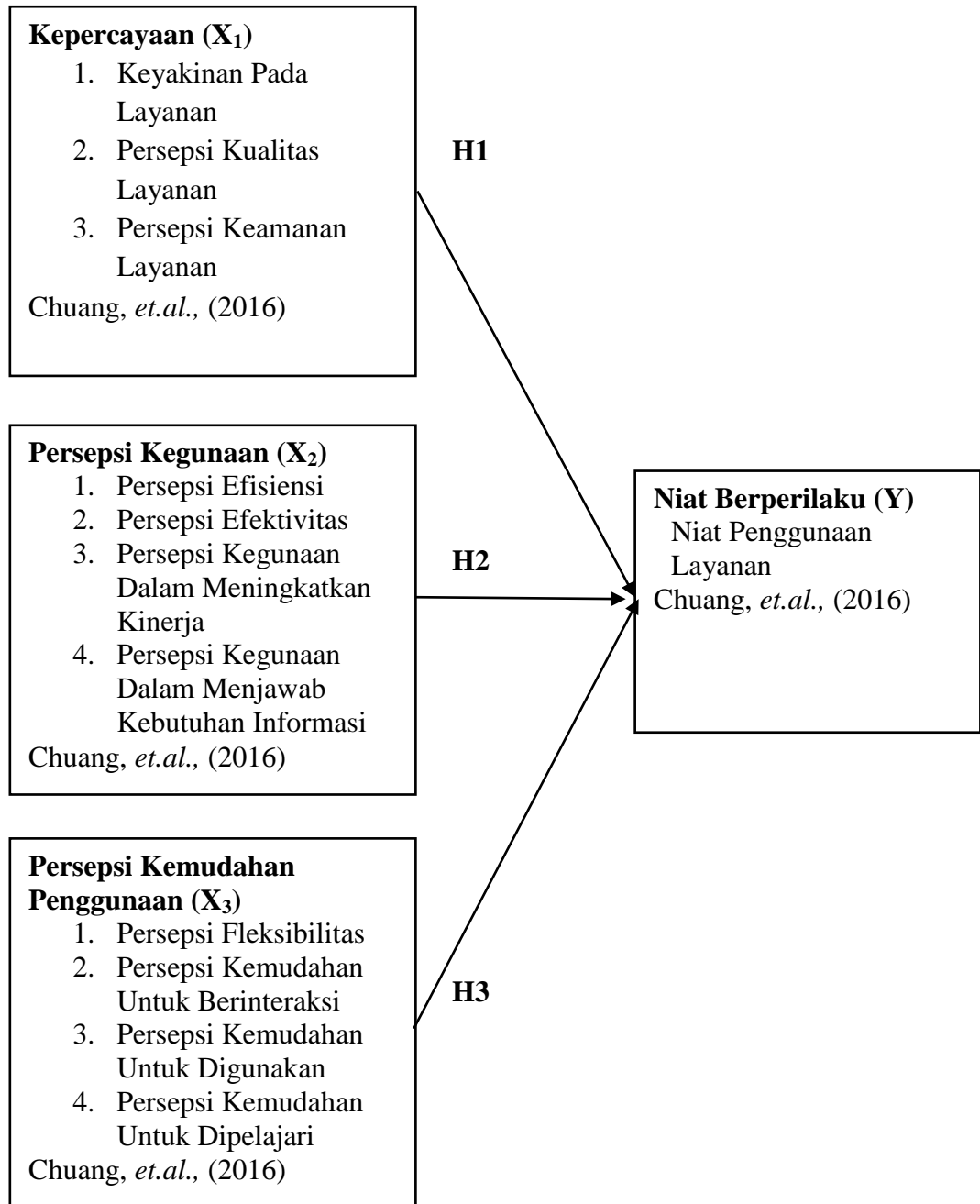
Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan penelitian terdahulu, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap penggunaan teknologi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lai dan Li (2004), menunjukan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, dan minat memiliki pengaruh positif terhadap niat

berperilaku dalam mengadopsi layanan *internet banking*. Chong, *et.al.*, (2010) melakukan penelitian yang memperoleh hasil bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh positif terhadap perilaku dalam menggunakan *internet banking*. Tjini dan Baridwan (2011) melakukan penelitian yang memperoleh hasil bahwa kepercayaan, dan kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan *internet banking*. Habibi dan Zaky (2014) melakukan penelitian yang memperoleh hasil bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Chuang, *et.al.*, (2016) memperoleh hasil bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan sikap memiliki pengaruh positif terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology*. Dalam penelitian ini, peneliti mereplika penelitian yang dilakukan oleh Chuang, *et.al.*, pada tahun 2016. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah peneliti hanya menggunakan variabel kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel independen dan niat berperilaku sebagai variabel dependen, sedangkan teknologi informasi yang digunakan oleh peneliti adalah *financial technology* dengan menggunakan generasi *millenial* sebagai responden dalam penelitian.

### **C. Rerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap penggunaan teknologi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dimodifikasi dengan kepercayaan (*trust*) (Chuang, *et.al.*, 2016). Kerangka Pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



**GAMBAR 2.1 RERANGKA PIKIR**

### 1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Berperilaku dalam Mengadopsi *Financial Technology (Fintech)*

Kepercayaan adalah suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Secara praktis semua interaksi membutuhkan elemen kepercayaan, terutama yang dilakukan di lingkungan teknologi informasi yang tidak pasti (Pavlou, 2003). Pavlou (2003) memodifikasi variabel kepercayaan

dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang memperoleh hasil bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap konsumen dalam menggunakan teknologi informasi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Gefen, *et.al.*, (2003) diperoleh hasil bahwa kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh positif terhadap perilaku dalam menggunakan teknologi informasi. Penelitian yang dilakukan oleh Chong, *et.al.*, (2010) diperoleh hasil bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku dalam menggunakan teknologi informasi. Tjini dan Baridwan (2011) melakukan penelitian yang memperoleh hasil bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan teknologi informasi. Pada penelitian sebelumnya oleh Chuang, *et.al.*, (2016), diperoleh hasil bahwa kepercayaan layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan pada sikap terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi layanan *financial technology* (*fintech*). Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis pertama penelitian sebagai berikut:

**H1** : Kepercayaan memengaruhi niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology* (*fintech*)

## **2. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Berperilaku dalam Mengadopsi *Financial Technology* (*Fintech*)**

Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) diartikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Penelitian yang

dilakukan oleh Lai dan Li (2004), memperoleh hasil bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap niat berperilaku dalam menggunakan teknologi informasi. Chong, *et.al*, (2010) melakukan penelitian yang memperoleh hasil bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan teknologi informasi. Habibi dan Zaky (2014) melakukan penelitian yang memperoleh hasil bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan teknologi informasi. Pada penelitian sebelumnya oleh Chuang, *et.al*. (2016) diperoleh hasil bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan pada sikap terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi layanan *financial technology (fintech)*. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis kedua penelitian sebagai berikut:

**H2 :** Persepsi Kegunaan memengaruhi niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*

### **3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berperilaku dalam Mengadopsi *Financial Technology (Fintech)***

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan teknologi sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi tersebut tak perlu bersusah payah. Ketika teknologi itu mudah untuk digunakan maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan berkeinginan untuk menggunakan sistem itu. Penelitian yang dilakukan oleh Lai dan Li (2004), diperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap niat berperilaku dalam menggunakan teknologi informasi. Shomad dan Purnomosidhi (2012) melakukan penelitian yang memperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat dalam

menggunakan teknologi informasi. Santoso (2012) melakukan penelitian yang memperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku dalam menggunakan teknologi informasi. Gunawan (2014) melakukan penelitian yang memperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat dalam menggunakan teknologi informasi. Pada penelitian sebelumnya oleh Chuang, *et.al.*, (2016), diperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan pada sikap terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi layanan *financial technology (fintech)*. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis ketiga penelitian sebagai berikut:

**H3 :** Persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*

### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2016) adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) yang memerankan peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan) terhadap variabel terikat (niat berperilaku) pada generasi *millenial*. Jenis data dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti (Sanusi, 2016).

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti



untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016).

Menurut Sugiyono (2016) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu. Penentuan subjek untuk dijadikan sampel atau responden dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria:

1. Generasi *millenial*, yang merupakan generasi yang lahir antara tahun 1982 sampai tahun 2000 (Howe dan Strauss, 2000), yaitu generasi dengan rentang usia antara 19 sampai 37 tahun.
2. Responden yang memiliki niat dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*.
3. Bersedia menjadi responden.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel, peneliti memilih responden yang mengadopsi *financial technology (fintech)*. Dalam penelitian ini, “mengadopsi” dapat diartikan sebagai niat penerimaan inovasi atau perubahan suatu teknologi. Penerimaan inovasi teknologi tidak hanya mencakup tentang pengetahuan dan keberadaan layanan *fintech* saja. Penerimaan terhadap inovasi teknologi yang

dimaksud yaitu harus dalam tahap mengetahui dan memiliki niat untuk menggunakan layanan *fintech* dalam kehidupan sehari-hari. Penerimaan layanan *fintech* tersebut dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung dilihat dari adanya perubahan dan perbedaan perilaku penggunanya, sehingga dalam penelitian ini dapat mengetahui niat berperilaku responden dalam mengadopsi layanan *fintech*.

Menurut Silaen dan Widiyono (2013), ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti. Oleh karena itu, besar sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$Z$  = *Score* pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)  
maka  $Z = 1,96$

$Moe$  = *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus di atas maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$n = 96,04 \approx 97$  atau dibulatkan menjadi 100.

Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang merupakan generasi *millenial* yang memiliki niat dalam mengadopsi *Financial Technology (Fintech)*.

## **C. Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2016) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun yang ditetapkan untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

### **1. Variabel Dependen (Y)**

#### **Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*)**

Variabel dependen dari penelitian ini yaitu niat berperilaku dalam mengadopsi layanan teknologi finansial atau *Financial Technology*. Niat berperilaku menggambarkan kecenderungan perilaku untuk menggunakan layanan teknologi informasi. Teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa TAM (*Technology Acceptance Model*) menjelaskan niat perilaku untuk menggunakan sistem informasi (Chau & Hu, 2001).

Variabel niat berperilaku diukur dengan satu instrumen yang dikembangkan oleh Chuang, *et al.* (2016), menggunakan skala likert lima poin. Indikator dalam variabel ini adalah Niat Penggunaan Layanan.

### **2. Variabel Independen (X)**

#### **a. Kepercayaan ( $X_1$ )**

Kepercayaan adalah aspek utama dalam berbagai transaksi ekonomi karena kebutuhan manusia yang mendalam untuk memahami lingkungan sosial yaitu untuk mengidentifikasi seseorang dalam berperilaku. Memahami lingkungan sosial menjadi sangat rumit karena seseorang dengan sifat alami mereka tidak

selalu rasional atau dapat diprediksi (Gefen, *et al.*, 2003). Pada penelitiannya, Chuang *et al.* (2016) memodifikasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan variabel “*trust*” atau kepercayaan dalam konteks penggunaan pada *Financial Technology*. Kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individu setelah mengumpulkan dan memproses informasi tentang teknologi informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individual dari berbagai hasil yang berkaitan dengan penggunaan teknologinya.

Variabel kepercayaan diukur dengan tiga instrumen yang dikembangkan oleh Chuang, *et al.*, (2016) menggunakan skala likert lima poin.

Indikator variabel ini adalah :

1. Keyakinan Pada Layanan
2. Persepsi Kualitas Layanan
3. Persepsi Keamanan Layanan

#### **b. Persepsi Kegunaan (X<sub>2</sub>)**

Menurut Davis (1989), persepsi kegunaan merupakan tingkat kepercayaan seorang individu terhadap produktivitas dan kinerja mereka. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Terdapat beberapa hasil penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan teknologi sistem informasi.

Variabel Persepsi Kegunaan diukur dengan empat instrumen yang dikembangkan oleh Chuang, *et al.*, (2016) menggunakan skala likert lima poin. Indikator variabel ini adalah:

1. Persepsi Efisiensi
2. Persepsi Efektivitas
3. Persepsi Kegunaan Dalam Meningkatkan Kinerja
4. Persepsi Kegunaan Dalam Menjawab Kebutuhan Informasi

**c. Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ )**

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan teknologi sebagai suatu tingkat keyakinan individu terhadap penggunaan suatu sistem teknologi dan menganggap bahwa penggunaan teknologi tidak memerlukan usaha apapun (*free of effort*) dan mudah untuk dipahami. Konsep persepsi kemudahan penggunaan ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk mempermudah keinginan pengguna. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan bahwa sistem yang baru dapat diterima oleh pengguna.

Variabel persepsi kemudahan penggunaan diukur dengan empat instrumen yang dikembangkan oleh Chuang, *et al.*, (2016), menggunakan skala likert lima poin.

Indikator variabel ini adalah:

1. Persepsi Fleksibilitas
2. Persepsi Kemudahan Untuk Berinteraksi
3. Persepsi Kemudahan Untuk Digunakan
4. Persepsi Kemudahan Untuk Dipelajari

**D. Pengukuran Variabel**

Menurut Hermawan (2005) pengukuran adalah proses menentukan jumlah atau intensitas informasi mengenai orang, peristiwa, gagasan, dan/atau objek

tertentu, serta hubungannya dengan masalah yang diteliti. Pengukuran tersebut dilakukan dengan angka-angka atau atribut tertentu. Perlu dipahami dengan baik tentang alat ukur yang digunakan dalam pengukuran serta cara merancanginya agar dapat menghasilkan kesimpulan yang baik. Salah satu alat pengukuran yang umum digunakan dalam penelitian adalah skala. Pada dasarnya terdapat empat jenis skala pengukuran: skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert termasuk dalam skala ordinal.

Skala likert adalah skala yang mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan yang berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu (Hermawan, 2005). Skala likert umumnya menggunakan lima tingkatan penilaian dengan susunan sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS): diberi bobot atau skor 1
2. Tidak Setuju (TS) : diberi bobot atau skor 2
3. Netral (N) : diberi bobot atau skor 3
4. Setuju (S) : diberi bobot atau skor 4
5. Sangat Setuju (SS) : diberi bobot atau skor 5

Semakin besar jumlah nilai yang diberikan oleh responden untuk tiap variabel, menunjukkan bahwa variabel tersebut semakin berpengaruh positif terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti

tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diinginkan oleh responden (Sugiyono, 2016).

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoretis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap penelitian ini baik dari buku, majalah, artikel atau bacaan lainnya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data sekunder yang digunakan sebagai landasan perbandingan dalam menyusun penelitian. Data sekunder ini diperoleh dengan mempelajari sumber-sumber lainnya yang relevan dengan masalah yang diteliti sehingga dapat menjadi landasan teori yang kuat serta mendukung penelitian.

## F. Metode Analisis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrument melalui uji validitas, uji realibitas, uji normalitas, analisis statistik deskriptif, dan analisis regresi berganda.

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### **a. Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur tingkat validitas (sah) sebuah kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Teknik uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis faktor dengan bantuan *software* SPSS yaitu dengan menggunakan *Kaise-Mayer-Olin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Apabila nilai KMO MSA lebih besar dari 0,5 maka proses analisis dapat dilanjutkan. Validitas suatu butir kuesioner dapat diketahui jika nilai *factor loading*  $> 0,5$ .

Apabila terdapat nilai *factor loading* kecil maka harus dikeluarkan. Begitu seterusnya sampai tidak ada lagi nilai *factor loading* yang kurang dari 0,5.

### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2016) pengujian reliabilitas ditunjukkan oleh koefisien *Alpha Croanbach* dan dapat diolah dengan bantuan SPSS. Reliabilitas adalah suatu alat ukur untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat diandalkan secara konsisten. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila alat ukur memberikan hasil yang sama atau tidak berubah-ubah sekalipun pengukuran dilakukan berulang-ulang. Apabila ada pernyataan yang memiliki nilai *Croanbach's Alpa if item deleted* lebih besar dari pada *Croanbach's Alpa* maka pernyataan tersebut tidak reliabel dan harus dilakukan pengujian selanjutnya. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Cronbach*  $> 0,60$ . Jika nilainya lebih kecil dari 0,60 dan nilai *Alpa Cronbach*  $>$  *Cronbach's Alpa if itemdeleted*, maka kuesioner penelitian ini tidak reliabel.

### **c. Uji normalitas**

Menurut Ghozali (2013) bahwa uji normalitas adalah uji untuk menguji variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik adalah salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari residual. Uji normalitas bertujuan untuk menguji normal atau tidaknya distribusi data pada model regresi. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov test* (Ghozali, 2013). Jika nilai



signifikan  $> 0,05$  maka data tersebut terdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

## 2. Teknik Analisis Data

Sanusi (2016) menyatakan bahwa teknik analisis data mendeskripsikan teknik analisis yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk mengujinya. Data harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu agar dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Pada hakikatnya, terdapat dua teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

### a. Analisis data kualitatif

Analisis data kualitatif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dengan menguraikan data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar seperti literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian.

### b. Analisis data kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau rumus statistik. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang mengukur pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_t$$

Keterangan :

Y = Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*)

X<sub>1</sub> = Kepercayaan (*Trust*)

X<sub>2</sub> = Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

X<sub>3</sub> = Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- $e_t$  = *error term*

Menurut Sanusi (2016) regresi linear berganda harus memenuhi asumsi-asumsi yang ditetapkan agar menghasilkan nilai-nilai koefisien sebagai penduga yang tidak bias. Adapun asumsi-asumsi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Variabel tak bebas dan variabel bebas memiliki hubungan linear atau hubungan berupa garis lurus.
2. Variabel tak bebas haruslah bersifat kontinu atau setidaknya berskala interval.
3. Keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan harus sama untuk semua nilai pendugaan  $Y$ . Jadi,  $(Y - Y')$  kira-kira harus sama untuk semua nilai  $Y'$ .
4. Pengamatan-pengamatan variabel tak bebas berikutnya harus tidak berkorelasi.
5. Tidak adanya korelasi yang sempurna antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain.

### **3. Uji Hipotesis**

Hasil uji ini merupakan jawaban atas hipotesis yang dirumuskan dalam pertanyaan penelitian. Uji hipotesis terdiri uji koefisien determinasi dan uji statistik  $t$  yang menjelaskan hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikan koefisien regresi linear berganda secara parsial yang terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Sanusi, 2016).

#### **a. Uji signifikan Parsial (Uji $t$ )**

Menurut Sanusi (2016) uji  $t$  digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* ( $X$ ) secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap variabel *dependent* (Y) pada tingkat kepercayaan 95%. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$

**b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Menurut Sanusi (2016) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$ . Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

**c. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*).  $R^2$  adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.  $R^2$  menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel:  $X_i$ ,  $i = 1, 2, 3, 4, \dots, k$ ) secara bersama-sama (Sanusi, 2016).

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*. Terdapat dua metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif dan analisis kualitatif.

Berdasarkan analisis kuantitatif menunjukkan terbukti bahwa :

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)* didukung oleh hasil penelitian ini. Hasil uji menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kepercayaan terhadap niat berperilaku sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan, jika pengguna sudah terpenuhi kebutuhannya dengan layanan *financial technology (fintech)* yang disediakan oleh perusahaan layanan *fintech*, seperti proses transaksi dan hasilnya benar, atau sistem transaksi aman dan terjamin maka pengguna layanan *fintech* akan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi pada layanan *financial technology (fintech)*.

2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)* didukung oleh hasil penelitian ini. Hasil uji menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel persepsi kegunaan terhadap niat berperilaku sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan, jika layanan *financial technology (fintech)* memungkinkan pengguna untuk memperoleh informasi yang relevan tentang perusahaan secara efisien, mudah, dan cepat atau melakukan transaksi secara *real-time* dan tanpa batasan waktu dan lokasi, maka niat berperilaku positif pengguna terhadap penggunaan layanan *financial technology (fintech)* akan meningkat.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)* didukung oleh hasil penelitian ini. Hasil uji menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Maka dapat disimpulkan, jika layanan *financial technology (fintech)* mudah digunakan, proses operasinya ramah, dan kemudahan mengunduh program aplikasi, teknologi ini akan memengaruhi niat berperilaku pengguna terhadap penggunaan layanan *financial technology (fintech)*.

Hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, variabel persepsi kegunaan, dan variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)* diterima. Hasil penelitian ini mendukung teori TAM (*Technology Accaptance Model*) oleh Davis (1989) yang dimodifikasi dengan variabel kepercayaan yang menyatakan bahwa dalam

penerimaan suatu teknologi ditentukan oleh kepercayaan, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang berkaitan terhadap niat berperilaku. TAM memahami bahwa niat berperilaku (*behavioral intention*) merupakan penentu yang signifikan dalam penggunaan sistem secara aktual, TAM juga menunjukkan bahwa niat perilaku ditentukan oleh dua hal penting yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) serta kepercayaan yang menjadi elemen penting dalam memengaruhi perilaku. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam TAM, kepercayaan atau keyakinan individu merupakan faktor penentu perilaku individu untuk menggunakan suatu sistem informasi dan pada perkembangannya akan berlanjut pada perilaku pengembangan niat untuk menggunakan sistem informasi tersebut, niat ini mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan terkait dengan keterbatasan pada penelitian ini maka peneliti memberikan beberapa saran:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan kajian di bidang yang sama diharapkan dapat menambah dan menggunakan teori lain yang dapat mengukur penggunaannya pada suatu sistem teknologi informasi. Dalam penelitian ini digunakan teori TAM (*Technology Accaptance Model*) untuk mengukur pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*. Sedangkan, terdapat teori lain yang dapat mengukur penggunaannya pada suatu sistem teknologi informasi, seperti TRA (*Theory Reasoned of Action*) dan TPB (*Theory of Planned Behaviour*).

- b. Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan kajian di bidang yang sama diharapkan dapat menambah serta memperluas faktor lain yang dapat memengaruhi variabel niat berperilaku. Dalam penelitian ini digunakan variabel kepercayaan, variabel persepsi kegunaan, dan variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap variabel niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*. Sedangkan, terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi niat berperilaku, seperti norma sosial, privasi layanan, sikap, dan sebagainya.
  - c. Peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih dalam lagi terkait variabel niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)* diharapkan dapat mengembangkan dan memperluas objek penelitian yang digunakan dan menambahkan jumlah responden dalam penelitian.
2. Bagi Perusahaan *fintech (financial technology)*
    - a. Perusahaan layanan *financial technology (fintech)* sebaiknya mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap pengalaman dalam menggunakan aplikasi *financial technology (fintech)* terlebih *financial technology (fintech)* merupakan layanan teknologi yang baru dan sedang berkembang di lingkungan saat ini, seperti proses transaksi, keamanan dan kualitas dari aplikasi *financial technology (fintech)*, sehingga perusahaan layanan *financial technology (fintech)* dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan *financial technology (fintech)*.
    - b. Perusahaan layanan *financial technology (fintech)* sebaiknya memberikan impresi yang baik terhadap pengguna aplikasi *financial technology (fintech)* untuk memaksimalkan perilaku mereka terhadap penggunaan layanan aplikasi *financial technology (fintech)* dan kemudian meningkatkan niat perilaku

terhadap penggunaan aplikasi *financial technology (fintech)*. Dengan memahami hubungan antara layanan teknologi yang disediakan, dan cara layanan tersebut memengaruhi penggunaannya, perusahaan harus melakukan inovasi dengan lebih baik untuk memuaskan dan mempertahankan pengguna teknologi tersebut. Tidak hanya membiarkan pelanggan merasakan manfaat teknologi baru, tetapi juga merasakan kemudahan penggunaan teknologi baru, sehingga dapat memengaruhi perilaku pengguna terhadap penggunaan, dan niat perilaku untuk menggunakan, sehingga teknologi baru tersebut dapat diterima.

- c. Perusahaan layanan *financial technology (fintech)* sebaiknya meningkatkan kualitas dan kepercayaan pada jenis aplikasi *financial technology (fintech)* yang mereka miliki agar jenis *financial technology (fintech)* perusahaan tersebut dapat berkembang dan bersaing secara kompetitif dengan jenis-jenis aplikasi *financial technology (fintech)* lainnya. Berdasarkan hasil analisis kualitatif pada penelitian ini, jenis aplikasi *financial technology (fintech)* yang paling banyak digunakan adalah jenis *payment* (pembayaran) sedangkan pengguna jenis aplikasi *financial technology (fintech)* lainnya belum banyak. Oleh karena itu, perusahaan layanan *financial technology (fintech)* sebaiknya melakukan perubahan dan peningkatan kualitas layanan dan keamanan layanan agar meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pengguna layanan *fintech* dalam menggunakan aplikasi yang disediakan oleh perusahaan layanan *financial technology (fintech)*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen dan Madden. 1986. Prediction of Goal-directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control. *Journal of Experimental Social Psychology*. Vol.22.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2015. *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia.
- Arner, Barbenis, dan Buckley. 2015. The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm. The University of Hongkong.
- BNY Mellon. 2015. Innovation in Payments The Future is Fintech. Newyork. Newyork Mellon Corporation.
- Chau dan Hu. 2001. Information Technology Acceptance by Individual Professionals: A Model Comparison Approach. *Decision Sciences*. Vol.32.
- Chong, Ooi, Lin, dan Tan. 2010. Online Banking Adoption: An Empirical Analysis. *International Journal of Bank Marketing*. Vol.28.
- Chuang, Lui, dan Kao. 2016. The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective. *International Journal of Management and Administrative Science*. Vol.3. ISSN : 2225-7225.
- Davis, Fred D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quartely*. Vol.13
- Davis, Bagozzi, dan Warshaw. 1989. User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Journal of Management Science*. Vol.35.
- Dhar dan Stein. 2017. *Fintech Platforms and Strategy*. Stern School of Business.
- Gefen, Karahanna, dan Straub. 2003. Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quartely*. Vol.27.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit BPF. Yogyakarta.

- Gunawan, Andrew. 2014. Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah untuk Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal*. Vol.3.
- Habibi dan Zaky. 2014. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Hendrawaty, Ernie. 2015. Peran Corporate Governance Dalam Mengendalikan Masalah Keagenan Yang Ditimbulkan Oleh Excess Cash Holdings. *Disertasi Manajemen*. Universitas Gajah Mada.
- Hermawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta. Grasindo.
- Howe, N., dan Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: *Vintage Books*.
- Hu T., Zhang P., Zhang X., Dai H. (2009), Gender Differences in Internet Use: A Logistic Regression Analysis, San Francisco, *AMCIS Proceedings Paper 300*.
- Kusuma, Rina. 2017. Penggunaan Internet Oleh Dosen Berdasar Gender Dan Generasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Lai dan Li. 2004. Technology Acceptance Model for Internet Banking: An Invariance Analysis. *Journal of Information and Management*.
- Lee dan Shin. 2017. Fintech: Ecosystem, Business Models, Investment Decisions, and Challenges. *Journal of Computer Science*.
- Lyons, S. 2004. An exploration of generational values in life and at work. *ProQuest Dissertations and Theses*, 441-441
- Nizar, Muhammad Afdi. 2017. Teknologi Keuangan (Fintech); Konsep dan Implementasinya Di Indonesia. Badan Kebijakan Fiskal.
- Pavlou, Paul A. 2003. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. Vol.7.
- Prensky, Marc. (2001) *Digital Natives, Digital Immigrant. On the Horizon*. (MCB University Press) Vol.9(5).
- Ratnasari, Tifany., 2017. Pengaruh Gender Terhadap Jenis Kecanduan Internet Implikasinya Bagi Bimbingan Dan Konseling Pada Siswa Sma Negeri Di Kabupaten Pekalongan. *Skripsi*
- Rizvi, Syed Asad Abbas. 2010. Effect of Internet on The Academic Performance and Social Life of University Students in Pakistan. *Journal of Education and Sociology*. ISSN: 2078-032x

- Sanusi, Anwar. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.
- Santoso, Budi. 2012. Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Perceived Enjoyment Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi. *Jurnal Studi Akuntansi Indonesia*.
- Shomad dan Purnomosidhi. 2012. Pagaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-commerce. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Silaen Sofar dan Widiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta : In Media.
- Skand, Lumb, Masood, dan Conway. 2014. The Boom in Global Fintech Investment. United Kingdom. Accenture.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suleman, Dede. 2018. Faktor Penentu Keputusan Konsumen Indonesia Memilih Tempat Belanja Dibeulah E-Commerce. *Jurnal Doktor Manajemen*.
- Surendran, Priyanka. 2012. Technology Acceptance Model: A Survey of Literature. *International Journal of Business and Social Research*. Vol.2.
- Teja, Adrian. 2017. Indonesian Fintech Business: New Innovations or Foster an Collaborate in Business Ecosystem?. *The Asian Journal of Technology Management*. Vol.10. ISSN : 1978-6956.
- Tjini dan Baridwan. 2011. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Venkatesh dan Davis. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. Vol.46.
- Warshaw dan Davis. 1985. Disentangling behavioral intention and behavioral expectation. *Journal of Experimental Social Psychology*.
- Wibowo, Arief. 2006. Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan technology acceptance model (TAM). *Jurnal Teknologi Informasi*. Universitas Budi Luhur.
- Wulan, Fieqi Rakhma. 2017. Financial Technology (Fintech) A New Transaction in Future. *Journal of Electrical Engineering and Computer Science*. Vol.2. ISSN : 2528-0260.

-----[www.ojk.go.id/](http://www.ojk.go.id/). Diakses pada Oktober 2018.

-----[www.fintechnews.sg/](http://www.fintechnews.sg/). Diakses pada Oktober 2018.

-----[www.apjii.or.id/](http://www.apjii.or.id/). Diakses pada November 2018.