

PENGARUH *TRUST*, *HEDONIC MOTIVATION*, *FACILITATING CONDITIONS*, *SOCIAL INFLUENCE*, DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP MINAT INDIVIDU MENGGUNAKAN LAYANAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*

Refiana Dewi

Universitas Negeri Yogyakarta

refianadewi27@email.com

Abstrak: Pengaruh *Trust*, *Hedonic Motivation*, *Facilitating Conditions*, *Social Influence*, dan *Effort Expectancy* terhadap Minat Individu Menggunakan Layanan *Financial Technology*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *trust*, *hedonic motivation*, *facilitating conditions*, *social influence*, dan *effort expectancy* terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan data penelitian menggunakan kuesioner yang dibagikan secara *online*. Dengan metode *purposive sampling*, terdapat 93 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang digunakan adalah data primer yang dianalisis dengan menggunakan teknik statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *facilitating conditions* dan *social influence* terbukti memengaruhi minat individu menggunakan layanan *financial technology*. Sementara, *trust*, *hedonic motivation* dan *effort expectancy* tidak menunjukkan adanya pengaruh pada minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

Kata kunci: Minat Menggunakan Layanan *Financial Technology*, *Trust*, *Hedonic Motivation*, *Facilitating Conditions*, *Social Influence*, *Effort Expectancy*

Abstract: *The Effect of Trust, Hedonic Motivation, Facilitating Conditions, Social Influence, and Effort Expectancy on Individual Interest in Using Financial Technology Services.* This study aims to determine the effect of *trust*, *hedonic motivation*, *facilitating conditions*, *social influence*, and *effort expectancy* on individual interest in using *financial technology services*. This study is quantitative descriptive research. The population in this research is people in the area of D.I. Yogyakarta Province. The research used questionnaires that were distributed online. By using *purposive sampling*, 93 respondents participated in this research. The research uses primary data and the data is analyzed by using descriptive statistics, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The findings of this research show that *facilitating conditions* and *social influence* have been shown to influence an individual's interest in using *financial technology services*. Meanwhile, *trust*, *hedonic motivation*, and *effort expectancy* did not affect individual interest in using *financial technology services*.

Keywords: *Interest in Using Financial Technology Services*, *Trust*, *Hedonic Motivation*, *Facilitating Conditions*, *Social Influence*, *Effort Expectancy*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi mengalami pertumbuhan yang semakin cepat dari waktu ke waktu. Adanya teknologi informasi memberikan manfaat di hampir semua bidang, seperti bidang telekomunikasi, bidang pendidikan, bidang perbankan, bidang transportasi, bidang kesehatan, bidang perdagangan, bidang pertanian hingga bidang keuangan. Kehadiran teknologi informasi diharapkan dapat membuat suatu pekerjaan menjadi lebih efektif di dalam penyelesaiannya.

Manfaat teknologi informasi tentunya tidak luput dari media elektronik yang terhubung dengan internet untuk memperoleh data dari luar. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), populasi pengguna internet di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satunya ditandai dengan adanya peningkatan pengguna internet dari tahun 2017 sebesar 54,68% menjadi 64,8% pada tahun 2018 (katadata.co.id, 2019).

Salah satu bentuk perkembangan internet yang terjadi pada bidang keuangan adalah munculnya aplikasi bisnis berbasis internet yaitu aplikasi *financial technology*. Menurut Bank Indonesia (2018), *financial technology* adalah hasil gabungan antara keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional

menjadi moderat. Pembayaran yang awalnya harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini pembayaran dapat dilakukan dari jarak jauh dan dalam hitungan detik. *Financial technology* merupakan penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.

Perkembangan *financial technology* selain membawa manfaat bagi konsumen, pelaku usaha, maupun perekonomian nasional, di sisi lain juga memiliki potensi risiko dapat mengganggu sistem keuangan apabila tidak dimitigasi secara baik. Oleh karena itu, Bank Indonesia sebagai otoritas sistem pembayaran telah menerbitkan PBI No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial (*financial technology*). Bank Indonesia mengatur mengenai kewajiban pendaftaran di Bank Indonesia bagi penyelenggara teknologi finansial (*financial technology*) 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 (*financial technology*) yang berada di bawah kewenangan otoritas lain. Adanya peraturan tersebut tentunya memberikan manfaat

kepada pengguna layanan *financial technology*, salah satunya pengguna dapat mengetahui nama-nama perusahaan dan produk layanan *financial technology* yang telah terdaftar secara resmi sehingga dapat mengantisipasi adanya penipuan dari *fintech illegal*.

Bank Indonesia membagi *financial technology* menjadi empat kategori, yaitu: (1) *crowdfunding* dan *peer to peer lending*, berfungsi untuk mempertemukan para investor dengan pencari modal; (2) *market aggregator*, berfungsi sebagai pembanding berbagai produk keuangan; (3) *risk and investment management*, berfungsi untuk membantu konsumen di dalam melakukan perencanaan keuangan digital; dan (4) *payment, settlement dan clearing*, berfungsi sebagai sistem pembayaran.



Gambar 1. Bisnis *Fintech* di Indonesia
Sumber: CNBC Indonesia, 2018

Dari keempat jenis *financial technology* yang ada, layanan *financial technology* yang paling banyak digunakan yaitu kategori *payment* dengan persentase sebesar 39%. Sementara penggunaan kategori *crowdfunding* sebesar 8%, *aggregator* sebesar 11%, *lending* sebesar

24%, *personal/financial planning* sebesar 7% serta lain-lain sebesar 11%. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa sebenarnya masyarakat di Indonesia sudah mulai percaya untuk menggunakan layanan *financial technology* yang dapat dilihat dari adanya kenaikan transaksi menggunakan layanan *financial technology* dari tahun ke tahun. Kepercayaan (*trust*) oleh Moorman, *et al.* (1993) didefinisikan sebagai kesediaan (*willingness*) untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain. Saat satu pihak memiliki keyakinan bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran memiliki reliabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan dalam hubungan tersebut terdapat adanya sebuah kepercayaan (*trust*).

Tidak semua orang menggunakan suatu teknologi dikarenakan fungsi dari teknologi tersebut. Semakin berkembangnya teknologi dan munculnya *trend-trend* baru, membuat banyak orang berlomba-lomba untuk mengikuti *trend* yang ada supaya tidak ketinggalan atau dengan kata lain mereka menggunakan teknologi karena ingin meningkatkan status sosial. Hedonik lebih mengarah pada keinginan daripada fungsi dari teknologi. Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) merupakan kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi (Venkatesh, *et al.* 2012). Motivasi hedonis

menjelaskan terkait keinginan kuat dari diri individu untuk menggunakan teknologi.

Untuk memperlancar penggunaan layanan *financial technology* tentu saja harus ada fasilitas yang mendukungnya. Pengguna harus memiliki sumber daya dan pengetahuan yang diperlukan untuk dapat menggunakan layanan *financial technology*. Semakin berkembangnya teknologi semakin banyak pula berbagai pilihan perangkat elektronik yang dapat dimanfaatkan sebagai media dalam menggunakan layanan *financial technology*. *Facilitating conditions* didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa ada infrastruktur organisasi dan teknis untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh, *et al.* 2003). Menteri Keuangan Sri Mulyani menjelaskan bahwa terdapat dua prioritas pemerintah dalam mendukung pengembangan *financial technology* di Indonesia yaitu pembangunan infrastruktur di berbagai sektor dan peningkatan SDM (republika.co.id, 2019).

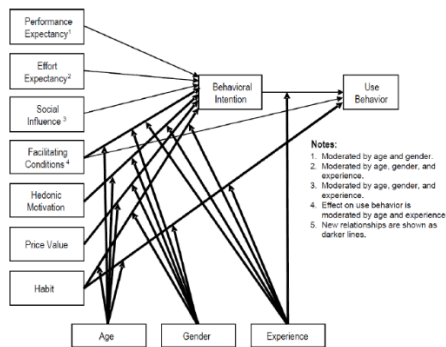
Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan layanan *financial technology* di Indonesia, tidak menutup kemungkinan bahwa individu yang telah menggunakan layanan *financial technology* dan merasakan manfaat positifnya dapat memengaruhi individu lain yang belum menggunakan layanan *financial technology* untuk mau menggunakan layanan tersebut. Menurut Venkatesh, *et al.* (2003), pengaruh sosial (*social influence*) didefinisikan sebagai

sejauh mana seorang individu merasakan bahwa orang lain yang penting baginya percaya bahwa dia harus menggunakan sistem baru. Pengaruh sosial ini dapat berasal dari mana saja, baik dari orang-orang sekitar, teman atau bahkan keluarga.

Semakin banyak dan beragamnya layanan *financial technology* yang tersedia di Indonesia, tentu saja masyarakat atau pengguna mengharapkan supaya layanan *financial technology* tersebut mudah untuk dipahami, dipelajari dan digunakan sehingga dapat membantu menjalankan kegiatan sehari-hari menjadi lebih mudah dan simpel. Hal ini disebut dengan *effort expectancy* yang didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh, *et al.* 2003).

Venkatesh, *et al.* (2003) dalam teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) mengindikasikan adanya empat faktor yang memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*), atau keinginan seseorang untuk menentukan perilakunya di dalam menggunakan teknologi yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Setelah teori UTAUT, Venkatesh bersama Thong dan Xu pada tahun 2012 mengembangkan teori UTAUT2. Teori UTAUT2 ini memberikan gambaran tentang bagaimana pengguna beradaptasi dengan sebuah teknologi. Teori UTAUT2 dikembangkan dari teori UTAUT

dengan menambahkan tiga variabel prediktor baru yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*.



Gambar 2. Kerangka Model UTAUT2
Sumber: Venkatesh, *et al.* 2012

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah: (1) mengetahui pengaruh *trust* terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*; (2) mengetahui pengaruh *hedonic motivation* terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*; (3) mengetahui pengaruh *facilitating conditions* terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*; (4) mengetahui pengaruh *social influence* terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*; dan (5) mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

KAJIAN LITERATUR

Menurut Gefen, *et al.* (2003), kepercayaan didefinisikan sebagai: (1) seperangkat keyakinan khusus yang terkait

dengan integritas, kebajikan, dan kemampuan pihak lain; (2) keyakinan umum bahwa pihak lain dapat dipercaya; (3) kasih sayang yang tercemin dalam kepercayaan dan rasa aman kepada pihak lain; atau (4) kombinasi dari unsur-unsur di atas. Kepercayaan merupakan keyakinan individu bahwa layanan *financial technology* yang digunakan mampu dan dapat dipercaya sehingga memberikan rasa aman. Penelitian yang dilakukan oleh Diana (2018) menunjukkan bahwa kepercayaan memengaruhi minat konsumen untuk menggunakan *e-money*, penelitian Deameta (2019) menyatakan bahwa *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile banking*, serta penelitian Dzulhaida dan Giri (2017) menunjukkan bahwa kepercayaan yang dirasakan (*perceived trust*) merupakan faktor utama yang memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan *e-money*.

H1: *Trust* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai kesenangan atau kenikmatan yang berasal dari penggunaan teknologi (Venkatesh, *et al.* 2012). Motivasi hedonis menggambarkan kesenangan, kenikmatan atau kepuasan yang diperoleh dari menggunakan layanan *financial technology*. Kesenangan atau kenikmatan yang diperoleh

dapat berasal dari interaksi ataupun proses yang terjadi secara *online*. Semakin senang dan semakin besar kenikmatan yang diperoleh individu dari penggunaan layanan *financial technology* dapat membuat individu semakin sering menggunakan layanan *financial technology*, di mana hal tersebut dapat membuat minat individu untuk menggunakan layanan *financial technology* semakin besar. Seperti penelitian Diana (2018) yang menyatakan bahwa motivasi hedonis memengaruhi minat konsumen untuk menggunakan teknologi berupa *e-money*.

H2: *Hedonic motivation* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

Kondisi yang memfasilitasi didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa ada infrastruktur organisasi dan teknis untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh, *et al.* 2003). *Facilitating conditions* merupakan variabel yang memiliki pengaruh langsung terhadap penggunaan sistem dan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis dapat mendukung penggunaan sistem (Venkatesh, *et al.* 2012). Kondisi yang memfasilitasi merupakan persepsi individu bahwa ada sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk membantu menggunakan layanan *financial technology*. Penelitian Winduwiratsoko (2018) menyatakan bahwa

kondisi fasilitas berpengaruh positif terhadap keinginan untuk menggunakan teknologi (layanan *e-banking*) dan penelitian Diana (2018) juga menghasilkan hal senada yaitu kondisi pendukung memengaruhi minat konsumen untuk menggunakan teknologi (*e-money*).

H3: *Facilitating conditions* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu merasakan bahwa orang lain yang penting percaya bahwa dia harus menggunakan sistem baru (Venkatesh, *et al.* 2003). Pengaruh sosial menggambarkan pengaruh faktor lingkungan seperti saran atau pendapat dari orang-orang yang dianggap penting (misalnya keluarga, teman atau kerabat) untuk mengajak atau menyarankan menggunakan sistem yang baru. Penelitian dari Winduwiratsoko (2018), Diana (2018), Deameta (2019) serta Dzulhaida dan Giri (2017) sama-sama menunjukkan hasil bahwa pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh positif terhadap minat konsumen atau masyarakat menggunakan layanan teknologi, baik itu *e-banking*, *e-money* maupun *mobile banking*.

H4: *Social influence* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

Ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh, *et al.*

2003). Ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan individu dalam menggunakan layanan *financial technology*. Ekspektasi usaha menjelaskan bahwa individu tidak mengalami kesulitan yang berarti dalam mengoperasikan teknologi internet untuk menggunakan layanan *financial technology* secara *online*. Penelitian dari Winduwiratsoko (2018), Deameta (2019) serta Giri dan Dzulhaida (2017) menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *financial technology*, baik berupa *e-banking*, *e-money* dan *mobile banking*.

H5: *Effort expectancy* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini memiliki karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih, sehingga penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kausal-komparatif. Menurut Sumanto (2020: 193), penelitian kausal-komparatif adalah penelitian di mana peneliti berusaha untuk menentukan penyebab atau alasan adanya perbedaan perilaku atau status kelompok/individual. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen yaitu *trust*,

hedonic motivation, *facilitating conditions*, *social influence* dan *effort expectancy* terhadap variabel dependen yaitu minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mengingat DIY pada bulan Februari - Oktober 2021.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 93 responden yang terdiri atas masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya yang sudah menggunakan layanan *financial technology*.

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan angket atau kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari jawaban-jawaban responden pada kuesioner yang telah diberikan berupa daftar pernyataan tertulis yang berkaitan dengan minat individu menggunakan layanan *financial technology*, *trust*, *hedonic*

motivation, facilitating conditions, social influence, dan effort expectancy. Kuesioner disebarikan secara *online* menggunakan *google form*. Kuesioner yang digunakan merupakan angket tertutup di mana peneliti menyediakan empat alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Total item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 46 butir dengan mengadaptasi dari item pernyataan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Untuk kuesioner *trust* dan *hedonic motivation*, peneliti mengadaptasi dari Gefen, *et al.* (2003) dan Diana (2018). Untuk kuesioner *facilitating conditions*, peneliti mengadaptasi dari Venkatesh, *et al.* (2012), Ajzen (1991), Thompson, *et al.* (1991), Moore dan Benbasat (1991), kuesioner *social influence* mengadaptasi dari Venkatesh, *et al.* (2012), Thompson, *et al.* (1991), Moore dan Benbasat (1991), kuesioner *effort expectancy* mengadaptasi dari Venkatesh, *et al.* (2012), Gefen, *et al.* (2003), Thompson, *et al.* (1991), Moore dan Benbasat (1991), dan kuesioner minat individu menggunakan layanan *financial technology* mengadaptasi dari Venkatesh, *et al.* (2012), Diana (2018), dan Winduwiratsoko (2018).

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Penelitian ini menggunakan metode *try out* terpakai (uji coba terpakai) di mana hasil uji coba yang dihasilkan langsung digunakan untuk menguji hipotesis

penelitian. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan untuk menguji valid dan reliabel tidaknya instrumen penelitian yang dibagikan kepada responden yaitu masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya yang sudah menggunakan layanan *financial technology*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu statistik deskriptif, uji asumsi klasik (berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas) serta analisis regresi linear berganda. Pengujian data menggunakan bantuan program SPSS versi 25.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa responden perempuan berjumlah 67 responden (72,04%) dan laki-laki berjumlah 26 responden (27,96%). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna layanan *financial technology* sebagian besar adalah perempuan.

Responden dengan usia di bawah sama dengan 20 tahun sebanyak 15 responden (16,13%), usia antara 21 sampai dengan 30 tahun sebanyak 76 responden (81,72%), dan usia antara 31 sampai dengan 40 tahun sebanyak 2 responden (2,15%). Hal

ini menunjukkan bahwa pengguna layanan *financial technology* sebagian besar merupakan anak muda dalam usia produktif.

Tingkat pendidikan terakhir responden terbanyak berada pada tingkat S1/D4 yaitu dengan 52 responden (55,91%), kemudian diikuti oleh tingkat SMA/SMK/Sederajat dengan 33 responden (35,48%). Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP/Sederajat dan D3 memiliki jumlah yang sama yaitu masing-masing sebanyak 4 responden (4,30%). Hal ini menunjukkan bahwa layanan *financial technology* bahkan sudah menjangkau anak-anak usia muda yaitu dengan tingkat pendidikan terakhir SMP/Sederajat.

Responden terbanyak merupakan pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta dengan masing-masing berjumlah 31 responden (33,33%). Responden yang bekerja sebagai wirausaha sebanyak 13 responden (13,98%), yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 2 responden (2,15%), dan sebanyak 16 responden (17,20%) memiliki pekerjaan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna layanan *financial technology* berasal dari berbagai latar belakang pekerjaan.

Responden yang berasal dari Kabupaten Kulon Progo sebanyak 29 responden (31,18%), Kabupaten Sleman sebanyak 22 responden (23,66%), Kabupaten Bantul sebanyak 21 responden (22,58%), Kota Yogyakarta sebanyak 15 responden

(16,13%), dan dari Kabupaten Gunung Kidul sebanyak 6 responden (6,45%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah kabupaten/kota yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sudah menggunakan layanan *financial technology*.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Berdasarkan tabel 2, responden dengan pengalaman menggunakan layanan *financial technology* kurang dari 1 tahun sebanyak 24 responden (25,81%), pengalaman menggunakan layanan *financial technology* antara satu sampai dengan dua tahun sebanyak 29 responden (31,18%), dan pengalaman menggunakan layanan *financial technology* lebih dari 2 tahun sebanyak 40 responden (43,01%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menggunakan layanan *financial technology* lebih dari dua tahun.

Jenis layanan *financial technology* yang paling banyak digunakan oleh responden adalah jenis layanan *financial technology* kategori *payment*, *clearing* dan *settlement*, khususnya *payment* atau pembayaran *online*, sedangkan jenis layanan *financial technology* yang paling sedikit digunakan adalah jenis layanan *financial technology* kategori *market aggregator* atau jenis layanan perbandingan keuangan digital. Sebanyak 27 responden (29,03%) menggunakan layanan pinjaman keuangan digital, sebanyak 24 responden (25,81%) menggunakan layanan perbandingan keuangan digital, sebanyak 41 responden (44,09%) menggunakan layanan perencanaan keuangan digital, dan sebanyak 93 responden (100%) menggunakan layanan pembayaran *online*. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *financial technology* yang *trend* di masyarakat adalah layanan *financial*

Karakteristik Responden	Jumlah	(%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	26	27,96%
Perempuan	67	72,04%
Jumlah	93	100%
Usia		
≤ 20 tahun	15	16,13%
21-30 tahun	76	81,72%
31-40 tahun	2	2,15%
41-50 tahun	0	0%
51-60 tahun	0	0%
≥ 61 tahun	0	0%
Jumlah	93	100%
Pendidikan Terakhir		
SD/Sederajat	0	0%
SMP/Sederajat	4	4,30%
SMA/SMK/Sederajat	33	35,48%
D3	4	4,30%
S1/D4	52	55,91%
S2/S3	0	0%
Jumlah	93	100%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	31	33,33%
Pegawai Swasta	31	33,33%
Pegawai Negeri	2	2,15%
Wirausaha	13	13,98%
Yang lain	16	17,20%
Jumlah	93	100%
Kabupaten/Kota		
Kabupaten Bantul	21	22,58%
Kabupaten Gunung Kidul	6	6,45%
Kabupaten Kulon Progo	29	31,18%
Kabupaten Sleman	22	23,66%
Kota Yogyakarta	15	16,13%
Jumlah	93	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2021 *technology* kategori *payment*, *clearing*, dan *settlement*, khususnya *payment*.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan *Financial Technology*

Karakteristik Responden	Jumlah	(%)
Pengalaman Menggunakan		

< 1 tahun	24	25,81%
1-2 Tahun	29	31,18%
> 2 tahun	40	43,01%
Jumlah	93	100%

Jenis Layanan <i>Financial Technology</i>		
Pinjaman keuangan digital	27	29,03%
Pembandingan keuangan digital	24	25,81%
Perencanaan keuangan digital	41	44,09%
Pembayaran <i>online</i>	93	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen

Pernyataan	Pearson Correlation	Sig. (2-Tailed)	Ket.
Trust			
T1	0,764	0,000	Valid
T2	0,801	0,000	Valid
T3	0,720	0,000	Valid
T4	0,880	0,000	Valid
T5	0,887	0,000	Valid
T6	0,829	0,000	Valid
T7	0,834	0,000	Valid
Hedonic motivation			
HM1	0,826	0,000	Valid
HM2	0,829	0,000	Valid
HM3	0,765	0,000	Valid
HM4	0,815	0,000	Valid
HM5	0,600	0,000	Valid
Facilitating conditions			
FC1	0,687	0,000	Valid
FC2	0,719	0,000	Valid
FC3	0,685	0,000	Valid
FC4	0,623	0,000	Valid
FC5	0,732	0,000	Valid
FC6	0,743	0,000	Valid
FC7	0,637	0,000	Valid
FC8	0,700	0,000	Valid
FC9	0,697	0,000	Valid
SI1	0,787	0,000	Valid
Social influence			
SI2	0,814	0,000	Valid

SI3	0,712	0,000	Valid
SI4	0,769	0,000	Valid
SI5	0,857	0,000	Valid
SI6	0,783	0,000	Valid
SI7	0,707	0,000	Valid
SI8	0,739	0,000	Valid

Effort expectancy

EE1	0,514	0,000	Valid
EE2	0,566	0,000	Valid
EE3	0,555	0,000	Valid
EE4	0,498	0,000	Valid
EE5	0,650	0,000	Valid
EE6	0,651	0,000	Valid
EE7	0,702	0,000	Valid
EE8	0,515	0,000	Valid
EE9	0,577	0,000	Valid
EE10	0,516	0,000	Valid
EE11	0,537	0,000	Valid

Minat individu menggunakan layanan *financial technology*

BI1	0,723	0,000	Valid
BI2	0,730	0,000	Valid
BI3	0,881	0,000	Valid
BI4	0,832	0,000	Valid
BI5	0,819	0,000	Valid
BI6	0,820	0,000	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Pengujian validitas instrumen pada penelitian ini menggunakan uji *Pearson Correlation*. Suatu item pernyataan dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Sarjono, 2011) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan. Jumlah sampel penelitian yang digunakan sebanyak 93 responden sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,2039 dan signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Berdasarkan tabel 3, dapat dilihat bahwa semua nilai r_{hitung} variabel penelitian lebih besar dari nilai r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,2039$) dan nilai signifikansi semua variabel

penelitian lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Ket.
<i>Trust</i>	0,916	Reliabel
<i>Hedonic motivation</i>	0,797	Reliabel
<i>Facilitating conditions</i>	0,862	Reliabel
<i>Social influence</i>	0,898	Reliabel
<i>Effort expectancy</i>	0,785	Reliabel
Minat individu menggunakan layanan <i>financial technology</i>	0,886	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini menggunakan uji *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 (Sarjono, 2011). Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* variabel penelitian lebih besar dari 0,60 (nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 5. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel Penelitian	Min	Max	Rata-rata	Std Dev.
<i>Trust</i>	1,71	4	3,25	0,62

<i>Hedonic motivation</i>	2	4	3,28	0,64
<i>Facilitating conditions</i>	1,33	4	3,35	0,63
<i>Social influence</i>	1	4	2,83	0,85
<i>Effort expectancy</i>	1,64	4	3,20	0,69
Minat individu menggunakan layanan <i>financial technology</i>	1,33	4	3,32	0,69

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5, dapat diperoleh informasi sebagai berikut:

- Variabel *trust* memiliki nilai minimum sebesar 1,71, nilai maksimum sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 3,25, dan nilai standar deviasi sebesar 0,62.
- Variabel *hedonic motivation* memiliki nilai minimum sebesar 2, nilai maksimum sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 3,28, dan nilai standar deviasi sebesar 0,64.
- Variabel *facilitating conditions* memiliki nilai minimum sebesar 1,33, nilai maksimum sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 3,35, dan nilai standar deviasi sebesar 0,63.
- Variabel *social influence* memiliki nilai minimum sebesar 1, nilai maksimum sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 2,83, dan nilai standar deviasi sebesar 0,85.
- Variabel *effort expectancy* memiliki nilai minimum sebesar 1,64, nilai maksimum

sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 3,20, dan nilai standar deviasi sebesar 0,69.

- f. Variabel minat individu menggunakan layanan *financial technology* memiliki nilai minimum sebesar 1,33, nilai maksimum sebesar 4, nilai rata-rata sebesar 3,32, dan nilai standar deviasi sebesar 0,69.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200	Berdistribusi normal

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 (*Asymp. Sig. 2-tailed* > 0,05). Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,200 ($0,200 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Penelitian	Perhitungan	
	<i>Tolerance</i>	VIF
<i>Trust</i>	0,515	1,941
<i>Hedonic motivation</i>	0,563	1,775

<i>Facilitating conditions</i>	0,331	3,024
<i>Social influence</i>	0,627	1,595
<i>Effort expectancy</i>	0,716	1,396

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Hubungan antar variabel independen dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai *tolerance* yang dihasilkan lebih besar dari 0,1 (*tolerance* > 0,1) dan nilai VIF kurang dari 10 (*VIF* < 10). Berdasarkan tabel 7, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* pada semua variabel penelitian lebih besar dari 0,1 (*tolerance* > 0,1) dan nilai VIF pada semua variabel penelitian kurang dari 10 (*VIF* < 10). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antarvariabel independen dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Penelitian	Sig.	Keterangan
<i>Trust</i>	0,833	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Hedonic motivation</i>	0,460	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Facilitating conditions</i>	0,458	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Social influence</i>	0,801	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Effort expectancy</i>	0,384	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji korelasi *Spearman's rho*. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi

yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 (*Sig.* > 0,05). Berdasarkan tabel 8, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari semua variabel penelitian lebih besar dari 0,05 (*Sig.* > 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	0,870	2,400		0,362	0,718
Trust	0,137	0,099	0,146	1,384	0,170
Hedonic motivation	0,046	0,138	0,033	0,332	0,741
Facilitating conditions	0,307	0,111	0,365	2,779	0,007
Social influence	0,163	0,061	0,258	2,699	0,008
Effort expectancy	0,062	0,067	0,083	0,929	0,355

a. Dependent variable: Minat individu menggunakan layanan *financial technology*

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan informasi pada tabel 9, berikut merupakan penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis.

1. Pengaruh *Trust* terhadap Minat Individu Menggunakan Layanan *Financial Technology*

H1: *Trust* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*

Berdasarkan tabel 9 didapatkan hasil estimasi variabel *trust* dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,384 dan nilai signifikansi sebesar 0,170. Nilai t_{hitung} variabel *trust* lebih kecil dari

nilai t_{tabel} (1,384 < 1,988) dan nilai signifikansi variabel *trust* lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (0,170 > 0,05) menunjukkan bahwa *trust* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*, sehingga H1 ditolak.

2. Pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap Minat Individu Menggunakan Layanan *Financial Technology*

H2: *Hedonic motivation* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*. Berdasarkan tabel 9 didapatkan hasil estimasi variabel *hedonic motivation* dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,332 dan nilai signifikansi sebesar 0,741. Nilai t_{hitung} variabel *hedonic motivation* lebih kecil dari nilai t_{tabel} (0,332 < 1,988) dan nilai signifikansi variabel *hedonic motivation* lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan (0,741 > 0,05) menunjukkan bahwa *hedonic motivation* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*, sehingga H2 ditolak.

3. Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap Minat Individu Menggunakan Layanan *Financial Technology*

H3: *Facilitating conditions* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*. Berdasarkan tabel 9 didapatkan hasil estimasi variabel *facilitating conditions* dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,779 dan nilai signifikansi sebesar 0,007. Nilai t_{hitung} variabel *facilitating conditions* lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,779 > 1,988$) dan nilai signifikansi variabel *facilitating conditions* lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($0,007 < 0,05$) menunjukkan bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*, sehingga H3 diterima.

4. Pengaruh *Social Influence* terhadap Minat Individu Menggunakan Layanan *Financial Technology*

H4: *Social influence* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*. Berdasarkan tabel 9 didapatkan hasil estimasi variabel *social influence* dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,699 dan nilai signifikansi sebesar 0,008. Nilai t_{hitung} variabel *social influence* lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,699 > 1,988$) dan nilai signifikansi variabel *social influence* lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($0,008 < 0,05$) menunjukkan bahwa *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu menggunakan

layanan *financial technology*, sehingga H4 diterima.

5. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap Minat Individu Menggunakan Layanan *Financial Technology*

H5: *Effort expectancy* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*. Berdasarkan tabel 9 didapatkan hasil estimasi variabel *effort expectancy* dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,929 dan nilai signifikansi sebesar 0,355. Nilai t_{hitung} variabel *effort expectancy* lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($0,929 < 1,988$) dan nilai signifikansi variabel *effort expectancy* lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($0,355 > 0,05$) menunjukkan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*, sehingga H5 ditolak.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Predictors	R	R Square	Adjusted R Square
(Constant)	0,709 ^a	0,503	0,474
Trust, Hedonic motivation, Facilitating conditions, Social influence, Effort expectancy			

Sumber: data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 10, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,474. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebesar 47,4% variabel minat individu menggunakan layanan *financial technology* dapat dijelaskan oleh variabel *trust*, *hedonic motivation*, *facilitating conditions*, *social influence*, dan *effort expectancy*, sedangkan sisanya sebesar 52,6% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model penelitian yang dimungkinkan berpengaruh terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 11. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	17,576	0,000

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 11 di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 17,576 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} dan signifikansi yang ditetapkan pada penelitian ini adalah 2,32 dan 0,05. Jika dibandingkan maka nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($17,576 > 2,32$) dan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *trust*, *hedonic motivation*, *facilitating conditions*, *social influence*, dan *effort expectancy* terhadap minat individu menggunakan layanan

financial technology secara bersama-sama (simultan).

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis minat menggunakan layanan *financial technology*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Trust* tidak memiliki pengaruh terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.
2. *Hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.
3. *Facilitating conditions* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.
4. *Social influence* mempunyai pengaruh positif terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.
5. *Effort expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun meskipun demikian penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan diharapkan dapat

disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Populasi penelitian diambil dari masyarakat yang bertempat tinggal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga generalisasi hasil penelitian terhadap wilayah lain harus dilakukan secara hati-hati.
2. Data yang dianalisis dalam penelitian ini hanya berdasarkan pada persepsi jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan sehingga dimungkinkan tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
3. Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini tidak memenuhi batas minimum sampel penelitian yang telah ditetapkan dikarenakan hanya terbatas pada responden yang sudah menggunakan layanan *financial technology*.
4. Terdapat faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini yang masih memiliki keterkaitan dengan variabel yang diteliti seperti *performance expectancy*, *price value*, *habit* serta variabel moderator yaitu *age*, *gender*, dan *experience*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat direkomendasikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti melakukan penelitian dengan metode kuantitatif, untuk penelitian selanjutnya dapat menggabungkan antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif sehingga faktor-faktor yang ada dapat dibahas secara lebih mendalam.
- b. Peneliti mengumpulkan data menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup, untuk penelitian selanjutnya dapat menggabungkannya dengan pertanyaan terbuka atau dengan metode wawancara sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih objektif.
- c. Berdasarkan hasil penelitian ini *trust*, *hedonic motivation*, *facilitating conditions*, *social influence*, dan *effort expectancy* berpengaruh sebesar 47,4% terhadap minat individu menggunakan layanan *financial technology*, sisanya sebesar 52,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel penelitian yang lain seperti *performance expectancy*, *habit*, *price value* serta menggunakan jumlah sampel yang lebih besar.

2. Bagi Pemerintah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa minat menggunakan layanan *financial technology* salah satunya dipengaruhi oleh *facilitating conditions*. Oleh karena itu, perlu peningkatan akses teknologi, salah satunya internet sehingga

dapat meningkatkan dan memperlancar transaksi nontunai di tengah masyarakat.

3. Bagi Perusahaan Penyedia Layanan *Financial Technology*

- a. Perusahaan penyedia layanan *financial technology* dapat meningkatkan rasa percaya pengguna salah satunya dengan memberikan rasa aman ketika menggunakan layanan *financial technology* sehingga akan menimbulkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan *financial technology*.
- b. Minat menggunakan layanan *financial technology* salah satunya dipengaruhi oleh *social influence*, sehingga perusahaan dapat memanfaatkannya dalam mempromosikan produk dengan strategi mulut ke mulut. Perusahaan dapat memberikan hadiah gratis dan kepuasan bagi pelanggan tertentu yang nantinya diharapkan akan mengajak orang lain untuk ikut menggunakan layanan *financial technology* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Bank Indonesia. (2018). *Mengenal Financial Technology, Edisi Tahun 2018*. Diambil kembali dari Publikasi Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pa>

[ges/mengenal-Financial-Teknologi.aspx](https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx) Diakses pada 29 Januari 2021.

Cnbcindonesia.com (2018). *Edukasi Fintech: Ini Dia Empat Jenis Fintech di Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180110145800-37-1126/ini-dia-empat-jenis-fintech-di-indonesia>. Diakses pada 03 September 2021.

Deameta, A.F. (2019). Prediksi Intensi Perilaku Terhadap Penggunaan Mobile Banking Menggunakan The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, Trust, dan Network Externalities (Studi pada Penggunaan Mobile Banking di Kota Bandung). *Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi*, 3, 205-217.

Diana, N. (2018). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Gefen, *et al.* (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27 (1), 51-90.

Giri, R.R.W & Dzulhaida, R. (2017). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-Money di Indonesia dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT 2). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 15, 155-166.

- Julianita, W. & Sarjono, H. (2011). *SPSS vs LISLER: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Katadata.co.id. (2019). *Survei APJII: Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Capai 64,8%*. <https://katadata.co.id/sortatobing/digital/5e9a51915cd3b/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-capai-648>. Diakses pada 12 Oktober 2020.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192-222.
- Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G. (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationships. *Journal of Marketing*, 57 (1), 81-101.
- Republika.co.id. (2019). *Pengembangan Fintech Didukung Melalui Infrastruktur dan SDM*. <https://republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/19/09/23/py9uqq370-pengembangan-fintech-didukung-melalui-infrastruktur-dan-sdm>. Diakses pada 04 Maret 2021.
- Sumanto. (2020). *Teori & Aplikasi Metodologi Penelitian Psikologi, Pendidikan, Ekonomi Bisnis dan Sosial Edisi I*. Yogyakarta: Andi.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., and Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 124-143.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Winduwiratsoko. (2018). *Analisis Penerapan Model Unified of Theory Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Untuk Memahami Penerimaan dan Penggunaan Layanan E-Banking Oleh Nasabah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.