

**INTENSI PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)*
SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN BAGI PELAKU USAHA MIKRO
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA (DIY)**



SKRIPSI

Oleh :

Nama: Alya Jihan Raihana

No. Mahasiswa: 17312232

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

**INTENSI PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)*
SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN BAGI PELAKU USAHA MIKRO
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA (DIY)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Pada Fakultas Bisnis dan

Ekonomi UII

Oleh:

Nama: Alya Jihan Raihana

No. Mahasiswa: 17312232

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 8 Maret 2021

Penulis,



(Alya Jihan Raihana)

HALAMAN PENGESAHAN

**Intensi Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* Sebagai Sistem
Pembayaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di
Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)**

SKRIPSI

Oleh

Nama: Alya Jihan Raihana

No. Mahasiswa: 17312232

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pada tanggal 25 Februari 2021

Dosen Pembimbing,



(Yuni Nustini Dra., MAFIS., Ak., CA., Ph.D)

BERITA ACARA

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

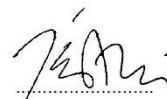
Intensi Penggunaan Financial Technology (Fintech) Sebagai Sistem Pembayaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

Disusun oleh : ALYA JIHAN RAIHANA

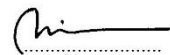
Nomor Mahasiswa : 17312232

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Selasa, 06 April 2021

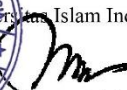
Penguji/Pembimbing Skripsi : Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D.



Penguji : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia


Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

MOTTO

*“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut
untuk kebaikan dirinya sendiri”*

(Q. S. Al-Ankabut: 6)

“In order to be successful you have to fail too.”

(Kim Taehyung)

“If you never try, you never know.”

(Coldplay)

“Don't tell people your plans. Show them your results.”

(Unknown)

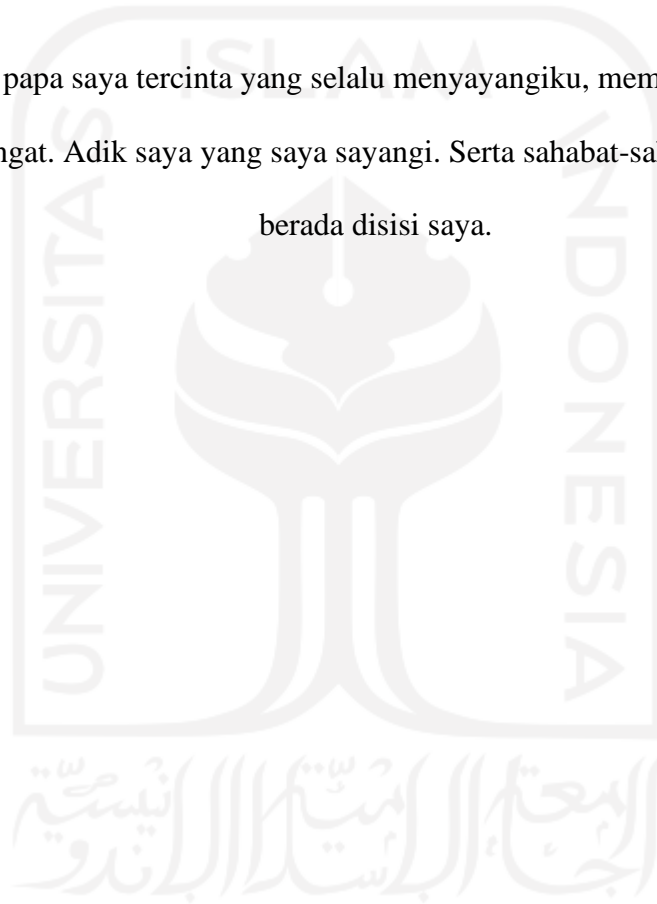
“Flowers need time to bloom. So do you.”

(Unknown)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk:

Mama dan papa saya tercinta yang selalu menyayangiku, memberikan dukungan dan semangat. Adik saya yang saya sayangi. Serta sahabat-sahabat yang selalu berada disisi saya.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur atas berkah dan rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Intensi Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* Sebagai Sistem Pembayaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi syarat akademis dalam mencapai gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Dalam penulisan skripsi, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala kemudahan dan karuniaNya.
2. Nabi Muhammad SAW yang menjad suri tauladan.
3. Kedua orang tua penulis, mama dan papa yang telah memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian.
4. Adik peneliti, Muhammad Raul Hakim, yang memberikan dukungan.
5. Ibu Dra. Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan waktu luang untuk membimbing serta memberikan saran yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi. Terimakasih atas segala bantuan yang diberikan, semoga Allah SWT memberiiikan kelancaran segala urusan.
6. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

7. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., Ak. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Para dosen Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan segala ilmu dan pengetahuan.
9. Untuk sahabatku Anandita Dwi Agustine, Delia Mutia Pratiwi, dan Wulan Nelafana, terima kasih telah menemani, memberikan dukungan, berada di sisi penulis dalam keadaan suka dan duka. Semoga kita selalu bersama walaupun nanti akan terpisahkan oleh jarak dan waktu.
10. Untuk sahabatku sedari SMP Afifah Safira, Anggita Dwi Raisa. Nadilla Putri, dan Nurul Fikri Azizah , terima kasih telah menemani dan selalu memberikan dukungan walaupun kita berada di kota yang berbeda. Semoga kita akan selalu bersama.
11. Untuk sahabatku sedari SMA Amelia Dwi Sekarini, Ashrinov Hanum Salsabila, dan Dyka Kusuma Dewi , terima kasih telah menemani dan selalu memberikan dukungan, walaupun kita berada di kota yang berbeda. Semoga kita akan selalu bersama.
12. Untuk teman rumah ku Mba Ziza, Revi, Uswatun, Mba Leli, dan Arum. Terima kasih telah menemani dan selalu memberikan dukungan.
13. Terima kasih kepada idol BTS Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang selalu menghibur penulis ketika merasa jenuh dan sedih.

14. Teman-teman satu bimbingan, terima kasih telah mendukung dan memberikan saran. Semoga kalian selalu diberikan kesuksesan dunia dan akhirat.
15. Teman-teman FBE UII angkatan 2017, terima kasih telah menjadi teman yang baik. Semoga kalian diberikan kesuksesan dunia dan akhirat
16. Para responden, terima kasih telah membantu peneliti dalam mengisi kuesioner yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas jasa kalian.
17. Kepada semua pihak yang tidak peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih telah membantu peneliti hingga selesai. Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Penulis,

Alya Jihan Raihana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
BERITA ACARA.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)	7
2.1.2 Pembayaran Berbasis <i>Financial Technology</i>	8
2.1.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	9
2.1.4 Pengertian Variabel penelitian	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Hipotesis Penelitian	15

2.3.1	Hubungan Personalisasi terhadap Intensi Penggunaan <i>Fintech</i> di UMKM	15
2.3.2	Hubungan Kemampuan Akses terhadap Intensi Penggunaan <i>Fintech</i> di UMKM	16
2.3.3	Hubungan Keinovatifan Teknologi terhadap Intensi Penggunaan <i>Fintech</i> di UMKM	17
2.3.4	Hubungan Faktor Sosial terhadap Intensi Penggunaan <i>Fintech</i> di UMKM	18
2.3.5	Hubungan <i>Competitive Pressure</i> terhadap Intensi Penggunaan <i>Fintech</i> di UMKM	19
2.4	Rerangka Penelitian	20
BAB III		21
METODE PENELITIAN		21
3.1	Populasi dan Sampel	21
3.2	Jenis dan Sumber Data	22
3.3	Definisi Operasional	22
3.3.1	Variabel Independen	22
3.3.2	Variabel Dependen	25
3.4	Metode Analisis	25
3.4.1	Analisis Statistik Dekskriptif	25
3.4.2	Uji Instrumen	26
3.4.3	Uji Asumsi Klasik	26
3.4.4	Analisis Regresi Berganda	28
3.4.5	Koefisien Determinasi (R^2)	28
3.4.6	Uji Hipotesis	29
BAB IV		31
HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Hasil Pengumpulan Data	31
4.2	Karakteristik Responden	31
4.2.1	Kriteria Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.2.2	Kriteria Berdasarkan Usia	32
4.2.3	Kriteria Berdasarkan Wilayah Domisili	32
4.2.4	Kriteria Berdasarkan Jenis Usaha	33
4.2.5	Kriteria Berdasarkan Lama Berdiri Usaha	34

4.2.6	Kriteria Berdasarkan Pendapatan	35
4.2.7	Frekuensi Menggunakan <i>Fintech</i>	35
4.3	Analisis Statistik Deskriptif	36
4.4	Uji Instrumen	38
4.4.1	Uji Validitas	38
4.4.2	Uji Reliabilitas	39
4.5	Uji Asumsi Klasik	40
4.5.1	Uji Normalitas	40
4.5.2	Uji Multikolinearitas	41
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	41
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda	42
4.7	Koefisien Determinasi (Uji R²)	44
4.8	Pengujian Hipotesis	45
4.8.1	Uji T	45
4.9	Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.9.1	Personalisasi	49
4.9.2	Kemampuan Akses	49
4.9.3	Keinovatifan Teknologi	50
4.9.4	Faktor Sosial	51
4.9.5	Competitive Pressure	52
PENUTUP		53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Keterbatasan Penelitian	54
5.3	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		56
DAFTAR LAMPIRAN		59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Skala Likert	22
Tabel 3. 2 Variabel Independen.....	23
Tabel 3. 3 Variabel Dependen.....	25
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	32
Tabel 4. 3 Wilayah Domisili	33
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Usaha	33
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Lama Berdiri Usaha	34
Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan per Bulan	35
Tabel 4. 7 Frekuensi Menggunakan Fintech	35
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Dekriptif	36
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas.....	39
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	41
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	43
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi	44
Tabel 4. 15 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).....	7
Gambar 2. 2 Rerangka Penelitian	20
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	59
LAMPIRAN 2.....	64
LAMPIRAN 3.....	75
LAMPIRAN 4.....	80
LAMPIRAN 5.....	82



ABSTRACT

Information technology has been progressively innovated or developed in many sectors and activities. IT that supports the financial sector is called financial technology (fintech). This study aims to analyse the factors that influence the intention of using fintech in the payment system for SMEs in the Region of Daerah Istimewa Yogyakarta. Primary data was obtained by purposive sampling method with respondent criteria were already using financial technology in payment. The data was collected from 110 respondents. This research adopts the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model to develop the research framework and hypotheses. The results showed that personalization, access ability, technological innovativeness, and social factors had a positive and significant effect on the intention to use fintech as a payment system for micro, small and medium enterprises (MSMEs) players in the region of Daerah Istimewa Yogyakarta. However, competitive pressure has a negative and insignificant effect on the intention to use fintech as a payment system for micro, small and medium enterprises (MSMEs) players in the region of Daerah Istimewa Yogyakarta.

Keywords: *Financial Technology, UTAUT, Micro, Small and Medium Enterprises, Competitive Pressure*

ABSTRAK

Teknologi informasi berkembang dengan sangat cepat dan mencakup banyak aspek kehidupan. Perkembangan teknologi untuk mendukung sektor keuangan disebut dengan *financial technology (fintech)*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan *fintech* dalam sistem pembayaran pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data primer diperoleh dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria reponden sudah menggunakan *financial technology* dalam pembayaran. Data yang berhasil dikumpulkan berasal dari 110 responden. Penelitian ini mengadopsi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* untuk mengembangkan rerangka penelitian dan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, dan faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *fintech* sebagai sistem pembayaran bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Akan tetapi *competitive pressure* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap intensi penggunaan *fintech* sebagai sistem pembayaran pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: *Financial Techonology, UTAUT, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Competitive Pressure*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi mengalami perkembangan dengan cepat dan mencakup banyak aspek dalam kehidupan, baik dalam ekonomi, sosial, pendidikan, maupun budaya. Dengan adanya perkembangan teknologi, dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas, salah satunya dalam melakukan transaksi pembayaran. Transaksi pembayaran yang dilakukan oleh masyarakat mengalami perubahan dalam bentuk pembayaran tunai (*cash*) menjadi dilakukan secara non-tunai (*cashless*).

Perkembangan teknologi untuk mendukung sektor keuangan disebut dengan *financial technology (fintech)*. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016, perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology (fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk sistem pembayaran.

Financial Technology (fintech) merupakan sektor dalam industri keuangan yang menggabungkan teknologi di bidang keuangan untuk memfasilitasi perdagangan, interaksi bisnis perusahaan, dan layanan yang diberikan kepada konsumen (Micu, 2016). Penggunaan *financial technology (fintech)* banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena *fintech* dapat dengan mudah dioperasikan melalui *gadget*. Telah banyak aplikasi *fintech* yang menyediakan jasa pembayaran secara non-tunai, yang dapat diakses dengan menggunakan berbagai

macam perangkat gadget dan menggunakan jaringan internet. Dalam penelitian ini *financial technology (fintech)* dijelaskan dalam cakupan sebagai alat pembayaran.

Diketahui banyak faktor yang menjadi pertimbangan seseorang ketika memilih melakukan transaksi keuangan misalnya transaksi pembayaran secara *online*. Diketahui juga bahwa dewasa telah marak dilakukan masyarakat memilih bertransaksi secara *online* ketika hendak membeli sesuatu. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengkonfirmasi faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan transaksi keuangan secara *online*.

Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan et al. (2019) mengidentifikasi faktor *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, and *anxiety* dinyatakan berpengaruh dalam penggunaan *financial technology (fintech)* oleh UMKM. Hal serupa dilakukan oleh Ramos dan Martinez (2016) yang menyimpulkan bahwa *performance expectancy* dan *financial literacy* memberikan pengaruh positif yang signifikan dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*, namun untuk *effort expectancy* tidak dapat dinyatakan atau dikonfirmasi memberikan pengaruh. Kemudian dikemukakan oleh Oliveira et al. (2016) bahwa *compatibility*, *perceived technology security*, *performance expectations*, *innovativeness*, dan *social influence* memberikan efek secara langsung dan tidak langsung yang signifikan atas penggunaan pembayaran secara *online*.

Untuk melihat kesiapan pelaku UMKM dalam menggunakan fitur *financial technology (fintech)* sebagai alat bertransaksi di usaha mereka, maka obyek penelitian dari penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan

Menengah (UMKM) yang beroperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sejauh ini diketahui bahwa beberapa pelaku UMKM masih bertransaksi yaitu membali dan menerima pembayaran secara tunai (Gunawan et al., 2019).

Peneliti menggunakan basis teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dengan mengadopsi 5 (lima) variabel pengukur, yaitu: personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial, dan *competitive pressure*. Sesuai dengan latar belakang adanya kenyataan bahwa masih ada pelaku UMKM yang menggunakan pembayaran secara tunai, maka peneliti hendak melakukan penelitian dengan judul **“Intensi Penggunaan *Financial Technology* (*Fintech*) Sebagai Sistem Pembayaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ada pada penelitian adalah:

1. Apakah personalisasi berpengaruh terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM?
2. Apakah kemampuan akses berpengaruh terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM?
3. Apakah keinovatifan teknologi berpengaruh terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM?
4. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM?
5. Apakah competitive pressure berpengaruh terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh personalisasi terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan akses terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM.
3. Untuk mengetahui pengaruh keinovatifan teknologi terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM.
5. Untuk mengetahui pengaruh competitive pressure terhadap intensi penggunaan financial technology sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teori

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap peneliti mengenai Dukungan Financial Technology (Fintech) sebagai Sistem Pembayaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

2. Manfaat Praktek

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dukungan bagi pelaku UMKM yang beroperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam menggunakan financial technology (fintech) sebagai sistem pembayaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini disajikan dalam 5 (lima) bab, di mana setiap bab akan disusun secara sistematis sehingga dapat memudahkan untuk memahami hubungan antara satu bab dan bab lainnya. Berikut sistematika penulisan:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai landasan teori yang didapat dari literatur-literatur untuk mendasari tiap-tiap variabel, serta bahasan hasil-hasil dari penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam bab ini diterangkan pula rerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang deskripsi operasional variabel-variabel penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objektif penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan pembahasan terhadap hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya serta implikasinya dan saran-saran yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian. Bagian ini juga menjelaskan mengenai keterbatasan penelitian.



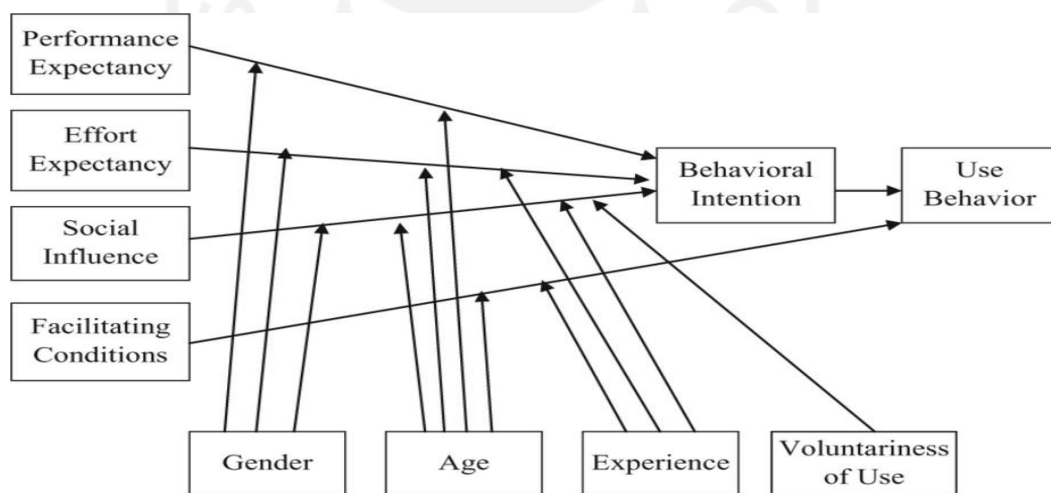
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Merupakan teori yang dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2003). Di dalamnya terdapat faktor yang dapat mempengaruhi kesiapan suatu organisasi maupun individu dalam penerimaan dan penggunaan teknologi. Terdapat empat faktor yang mempengaruhi yaitu performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating condition.



Gambar 2. 1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Performance expectancy atau harapan kinerja didefinisikan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mencapai keuntungan dalam kinerja (Venkatesh et al., 2003). Dengan ini jika individu percaya, maka akan semakin besar hasil dari harapan kinerja tersebut.

Effort expectancy atau harapan usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Ketika

penggunaan sistem dengan mudah digunakan, maka tidak diperlukan usaha yang terlalu tinggi, begitu pula sebaliknya ketika suatu sistem sulit untuk digunakan, maka diperlukan usaha yang tinggi.

Social influence atau pengaruh sosial didefinisikan bahwa sejauh mana individu merasa percaya bahwa orang lain atau lingkungan sekitar dapat mendorong individu dalam menggunakan sistem (Venkatesh et al., 2003). Pengaruh sosial dapat juga didefinisikan bahwa adanya pengaruh dari orang lain terhadap penerapan sistem tertentu (Abrahão et al., 2016).

Facilitating condition atau kondisi fasilitas/pendukung didefinisikan tingkat keyakinan individu bahwa infrastruktur perusahaan dan teknis dalam mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Tetapi kondisi pendukung ini dapat terpengaruh oleh pengalaman dan usia, contoh pada orang yang lebih tua akan menghadapi kesulitan dalam menggunakan teknologi baru (Camilleri, 2019).

2.1.2 Pembayaran Berbasis *Financial Technology*

Financial technology (fintech) menggambarkan berbagai model bisnis inovatif dan teknologi baru yang berpotensi untuk mendukung di bidang industri jasa keuangan. Menurut Financial Stability Board, (2017) fintech merupakan bentuk inovasi layanan keuangan berbasis teknologi yang dapat menghasilkan model bisnis baru, aplikasi, proses, atau produk dengan efek material terkait pada penyediaan layanan keuangan.

Penggunaan fintech memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari dalam bertransaksi, salah satunya dalam transaksi pembayaran. Pembayaran cashless merupakan suatu hal utama yang diminati oleh

masyarakat. Berbagai jenis usaha mengembangkan sistem pembayaran cashless untuk para pelanggan. Hal ini dilakukan untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam pembayaran. Tentu hal ini di dukung dengan meningkatkan proses dalam hal kenyamanan, efisiensi, begitu pula dengan keamanan (Leong, 2018).

Penggunaan fintech sebagai sistem pembayaran dapat digunakan melalui aplikasi yang tersedia di handphone, seperti pada aplikasi M-banking, Go-pay, Ovo, dan Dana. Namun, dapat dilakukan menggunakan chip seperti kartu Flazz, Brizzi, dan E-money. Fintech dalam pembayaran merupakan proses di mana dua pihak bertukar nilai finansial dengan menggunakan perangkat seluler dengan imbalan barang dan jasa (Riantama et al., 2020). Saat ini penggunaan fintech sebagai sistem pembayaran banyak digunakan untuk pembayaran tagihan, top-up telekomunikasi, dan melakukan layanan transfer uang.

2.1.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, serta memiliki peran dalam mengatasi masalah pengangguran (Hamzah et al., 2015). Menurut Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Menurut Undang-Undang No.20 Pasal 6 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
- i. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - ii. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
- i. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- ii. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - i. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - ii. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.1.4 Pengertian Variabel penelitian

a. Personalisasi

Personalisasi merupakan suatu tingkatan di mana para pelanggan mengoperasikan internet sesuai dengan keinginannya seperti memilih informasi dan isi informasi yang disajikan. Dengan hal ini dapat memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk mengolah akun sesuai dengan kebutuhan. Kebutuhan-kebutuhan yang disediakan perusahaan berupa pelayanan dan informasi yang disediakan disekeliling produk dan jasanya (Jogiyanto, 2005).

Personalisasi memberikan suatu hubungan antara pelanggan dengan penyelenggara fintech. Hal tersebut karena penyelenggara memberikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Wang et al., 2017).

b. Kemampuan Akses

Masyarakat diberikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi fintech. Dengan kata lain pengguna harus memiliki kemampuan mengakses teknologi tersebut. Dalam menggunakan aplikasi fintech diperlukan fasilitas pendukung yang memadai, salah satunya adalah koneksi internet (Raza et al., 2019). Kemampuan koneksi internet yang dimiliki setiap pengguna berbeda-beda. Ketika koneksi internet yang dimiliki tidak baik akan menimbulkan kegagalan untuk melakukan transaksi menggunakan aplikasi fintech. Maka semakin mudah suatu sistem diakses, sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersebut. Hal ini sesuai dengan effort expectancy.

c. Keinovatifan Teknologi

Perkembangan teknologi semakin hari kian meningkat, maka akan selalu ada inovasi-inovasi baru yang memberikan kebermanfaatan bagi masyarakat ketika menggunakan teknologi tersebut. Dalam fintech inovasi teknologi memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi di dalam kehidupan sehari-hari.

Keinovatifan teknologi merupakan fasilitas pendukung dalam penggunaan aplikasi fintech yang di mana terdapat di dalam mobile phone pengguna (Raza et al., 2019). Dimaksudkan bahwa sejauh mana inovasi dianggap konsisten dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman pengguna (Venkatesh et al., 2003).

d. Faktor sosial

Faktor sosial merupakan pengaruh dari orang lain terhadap penerapan sistem tertentu (Abrahão et al., 2016). Faktor-faktor sosial didukung oleh opini dari keluarga, teman, perusahaan lain, bahkan lingkungan individu. Hal ini akan menjadikan individu percaya bahwa pengaruh mereka memberikan manfaat ketika menggunakan teknologi tersebut. Pengaruh sosial dapat diartikan sebagai adanya perubahan yang terjadi baik itu sikap, perilaku, dan pendapat karena orang lain atau lingkungan sosial.

e. *Competitive Pressure*

Competitive pressure merupakan suatu pengaruh dari perusahaan lain atau pesaing untuk menggunakan teknologi. *Competitive pressure* dapat juga dikatakan sebagai suatu tekanan yang dirasakan oleh perusahaan dari para pesaing usaha. Tekanan ini dapat memaksa perusahaan untuk mengadopsi teknologi, bahkan jika tidak adanya manfaat dalam melakukannya (Lin, 2014). Menurut Aboelmaged & Hashem, (2018) telah diakui sebagai tujuan penting dalam asimilasi inovasi. Dengan kata lain, tekanan yang berasal dari asing akan memaksa perusahaan untuk berkembang dengan membuat inovasi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan rangkuman dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan, dapat dilihat pada Tabel 2.1:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL	VARIABEL	HASIL
1	Abrahão et al., (2016)	<i>Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	Variabel Independen: <i>Performance expectation, effort expectation, social influence, perceived risk, perceived cost</i> Variabel Dependen: <i>Intention of adoption of mobile payment</i>	<i>Performance expectation, effort expectation, dan social influence</i> memberikan hubungan positif terhadap <i>intention of adoption of mobile payment</i> . Sedangkan pada <i>perceived risk</i> dan <i>perceived cost</i> memberikan hubungan negatif dan tidak ditemukan signifikansi.
2	Hasif & Ahmad, (2019)	<i>Factors Affecting the Acceptance of Financial Technology among Asnaf for the Distribution of Zakat in Selangor A Study Using UTAUT</i>	Variabel Independen: <i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions</i> Variabel Dependen: <i>Factors Affecting the Acceptance of Financial Technology among asnaf</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions</i> memberikan pengaruh positif dalam <i>Acceptance of Financial Technology among asnaf</i> .
3	Rahi et al., (2019)	<i>Integration of UTAUT model in internet banking adoption context The mediating role of performance expectancy and effort expectancy</i>	Variabel Independen: <i>Performance expectancy, assurance, customer service, effort expectancy, facilitating condition, realibility, social</i>	<i>Performance expectancy, assurance, customer service, effort expectancy, facilitating condition, realibility, social influence, website design</i> memberikan hubungan positif terhadap <i>intention to</i>

			<i>influence, website design</i> Variabel Dependen: <i>Internet banking adoption context</i>	<i>adopt internet banking.</i>
4	Raza et al., (2019)	<i>Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model</i>	Variabel Independen: <i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, perceived value, habit</i> Variabel Dependen: <i>Acceptance of mobile banking in Islamic banks</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, perceived value, habit</i> memberikan hubungan positif dan signifikan terhadap <i>M-banking usage</i> .
5	Wang et al., (2017)	<i>The impact of personalization and compatibility with past experience on e-banking usage</i>	Variabel Independen: <i>Personalization, effort expectancy, compability</i> Variabel Dependen: <i>E-banking service usage</i>	<i>Personalization, effort expectancy, compability</i> menunjukkan bahwa meningkatkan niat untuk menggunakan layanan <i>e-banking</i> .

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Hubungan Personalisasi terhadap Intensi Penggunaan *Fintech* di UMKM

Personalisasi merupakan suatu tingkatan di mana para pelanggan mengoperasikan internet sesuai dengan keinginannya seperti memilih informasi dan isi informasi yang disajikan. Dengan hal ini dapat memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk mengolah akun sesuai dengan kebutuhan. Personalisasi memberikan suatu hubungan antara pelanggan dengan penyelenggara *fintech*. Hal

tersebut karena penyelenggara memberikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Wang et al., 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Wang et al., (2017) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif personalisasi terhadap *performance expectancy* dan *effort expectancy* yang memberikan pengaruh terhadap penggunaan layanan *e-banking*. Dengan ini memberikan kemudahan bagi individu dalam menggunakan teknologi sesuai dengan kebutuhan. Penelitian yang dilakukan oleh Salem et al., (2019) membuktikan bahwa personalisasi pelanggan berpengaruh terhadap layanan *e-banking*. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Sobti, (2019) membuktikan bahwa personalisasi dalam *performance expectancy* berpengaruh terhadap penggunaan *mobile payment*. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Personalisasi berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan fintech di UMKM

2.3.2 Hubungan Kemampuan Akses terhadap Intensi Penggunaan Fintech di UMKM

Masyarakat diberikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi fintech. Dengan kata lain pengguna harus memiliki kemampuan mengakses teknologi tersebut. Dalam menggunakan aplikasi fintech diperlukan fasilitas pendukung yang memadai, salah satunya adalah koneksi internet (Raza et al., 2019). Kemampuan koneksi internet yang dimiliki setiap pengguna berbeda-beda. Ketika koneksi internet yang dimiliki tidak baik akan menimbulkan kegagalan untuk melakukan transaksi menggunakan aplikasi fintech. Maka semakin mudah suatu sistem

diakses, sedikit usaha yang diperlukan untuk menggunakan sistem tersebut. Hal ini sesuai dengan effort expectancy.

Penelitian yang dilakukan oleh Abrahão et al., (2016) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif effort expectancy terhadap penggunaan layanan mobile payment. Dengan ini, maka kemudahan akses memberikan pengaruh terhadap pengguna ketika akan menggunakan teknologi. Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Gunawan et al., (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif effort expectancy terhadap penggunaan layanan e-money di UMKM Yogyakarta. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kemampuan Akses berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan fintech di UMKM

2.3.3 Hubungan Keinovatifan Teknologi terhadap Intensi Penggunaan Fintech di UMKM

Keinovatifan teknologi merupakan bagian dari facilitating conditions dalam penggunaan aplikasi fintech yang di mana terdapat di dalam mobile phone pengguna (Raza et al., 2019). Dimaksudkan bahwa sejauh mana inovasi dianggap konsisten dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman pengguna (Venkatesh et al., 2003).

Penelitian yang dilakukan oleh Rahi et al., (2019) serta Salem et al., (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif facilitating conditions terhadap penggunaan layanan *e-banking*. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Rosnidah et al., (2019) membuktikan bahwa adanya pengaruh keinovatifan teknologi terhadap penggunaan *mobile payment* pada generasi milenial. Dengan ini,

maka keinovatifan teknologi memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi di dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Keinovatifan Teknologi berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan fintech di UMKM

2.3.4 Hubungan Faktor Sosial terhadap Intensi Penggunaan Fintech di UMKM

Faktor sosial merupakan pengaruh dari orang lain terhadap penerapan sistem tertentu (Abrahão et al., 2016). Faktor-faktor sosial didukung oleh opini dari keluarga, teman, perusahaan lain, bahkan lingkungan individu. Hal ini akan menjadikan individu percaya bahwa pengaruh mereka memberikan manfaat ketika menggunakan teknologi tersebut. Pengaruh sosial atau social influence dapat diartikan sebagai adanya perubahan yang terjadi baik itu sikap, perilaku, dan pendapat karena orang lain atau lingkungan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasif dan Ahmad, (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif social influence terhadap penggunaan asnaf untuk melakukan distribusi zakat. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Raza et al., (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif social influence terhadap penggunaan e-banking di bank Syariah. Dengan ini, maka keinovatifan teknologi memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi di dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Faktor Sosial berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan fintech di UMKM

2.3.5 Hubungan *Competitive Pressure* terhadap Intensi Penggunaan *Fintech* di UMKM

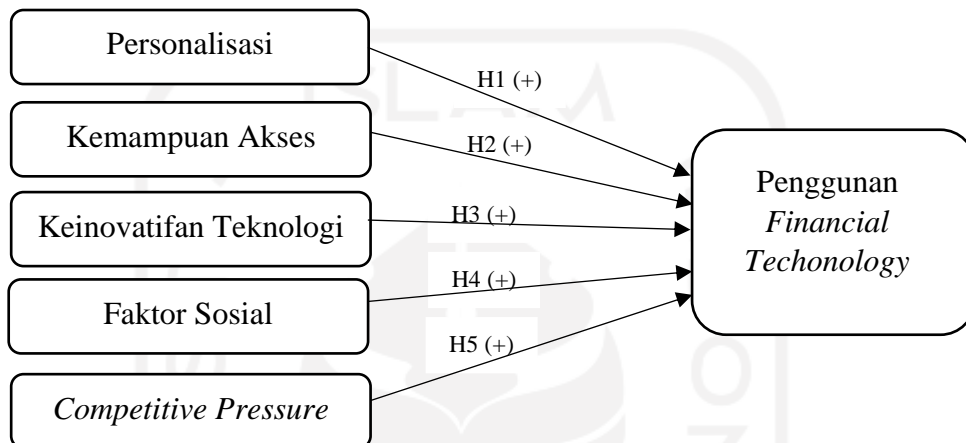
Merujuk pada social influence atau pengaruh sosial, competitive pressure merupakan suatu pengaruh dari perusahaan lain untuk menggunakan teknologi. Competitive pressure dapat juga dikatakan sebagai suatu tekanan yang dirasakan oleh perusahaan dari para pesaing usaha. menurut Aboelmaged & Hashem, (2018) telah diakui sebagai tujuan penting dalam asimilasi inovasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Raza et al., (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif social influence terhadap penggunaan *e-banking* di bank Syariah. Pada penelitian oleh Oktalasa, (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif *competitive pressure* terhadap penggunaan *mobile payment* bagi UKM. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rezkyana, (2020) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif *competitive pressure* terhadap pengadopsian *financial technology*. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Competition Pressure berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan fintech di UMKM

2.4 Rerangka Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang serta penelitian terdahulu dan hipotesis, peneliti mengguna 5 (lima) variabel independen yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Rerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dipilihnya responden pelaku UMKM dalam penelitian ini karena terdapat banyaknya pelaku UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta, peneliti ingin mengetahui apakah aplikasi *financial technology* sudah banyak diketahui dan digunakan oleh para pelaku UMKM sebagai alat transaksi pembayaran.

Peneliti mengambil sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampling dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria sampel penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Pelaku bisnis UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)
- b. Menggunakan *financial technology* dalam melakukan layanan pembayaran

Menurut Hair penentuan jumlah sampel tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai dengan 10. Sehingga minimal sampel untuk penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah Indikator Penelitian} \times 5 \\ &= 22 \times 5 \\ &= 110\end{aligned}$$

Pengukuran data dilakukan dengan skala likert 1-6, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Skala	Skor	Pilihan Jawaban
1	1	Sangat Tidak Setuju
2	2	Agak Tidak Setuju
3	3	Tidak Setuju
4	4	Agak Setuju
5	5	Setuju
6	6	Sangat Setuju

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer dalam penelitian diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner dalam bentuk elektronik yaitu menggunakan *google form*.

3.3 Definisi Operasional

Terdapat 2 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial, dan *competitive pressure*. Kemudian variabel dependennya adalah intensi penggunaan *financial technology*.

3.3.1 Variabel Independen

Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Penelitian ini memiliki 5 variabel independent yaitu Personalisasi, Kemampuan Akses, Keinovatifan Teknologi, Faktor Sosial, dan *Competitive Pressure*.

Tabel 3. 2 Variabel Independen

NO	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	REFERENSI
1	Personalisasi (X1): Definisi Operasional: Personalisasi merupakan suatu tingkatan di mana para pelanggan mengoperasikan internet sesuai dengan keinginannya seperti memilih informasi dan isi informasi yang disajikan.	1. Fitur untuk memudahkan memilih informasi	1. <i>Fintech</i> mendorong saya untuk memilih informasi yang disajikan oleh penyelenggara sesuai dengan yang dibutuhkan.	(Venkatesh et al., 2003), modifikasi
		2. Fitur untuk memilih isi informasi	2. <i>Fintech</i> mendorong saya untuk memilih isi dari informasi di penyelenggara sesuai dengan yang dibutuhkan.	
		3. Aplikasi memudahkan untuk berinteraksi	3. <i>Fintech</i> memungkinkan penyelenggara untuk mengirimkan pesan pribadi kepada saya (via <i>email SMS</i>).	
		4. Peningkatan hubungan dengan penyelenggara	4. <i>Fintech</i> memungkinkan untuk meningkatkan hubungan saya dengan penyelenggara.	
2	Kemampuan Akses (X2): Definisi Operasional: Kemampuan akses merupakan suatu tindakan dalam kemampuan pemakaian sistem.	1. Pemakaian fleksibel setiap saat	1. Saya dapat menggunakan <i>fintech</i> setiap saat.	(Venkatesh et al., 2003), modifikasi
		2. Pemakaian fleksibel dari manapun	2. Saya dapat menggunakan <i>fintech</i> dari manapun.	
		3. Fasilitas yang mendukung	3. Koneksi internet saya cepat.	
		4. Fasilitas menentukan keberhasilan	4. Koneksi internet berpengaruh terhadap berhasil tidaknya mengakses <i>website fintech</i> .	
3	Keinovatifan Teknologi (X3): Definisi Operasional:	1. Memenuhi kebutuhan	1. Teknologi <i>fintech</i> mampu menyediakan layanan sesuai kebutuhan saya.	(Venkatesh et al., 2003), modifikasi

NO	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	REFERENSI
	Keinovatifan teknologi merupakan fasilitas pendukung dalam penggunaan aplikasi fintech yang di mana terdapat di dalam mobile phone pengguna	2. Mempermudah penjual dalam bertransaksi	2. Dengan teknologi <i>fintech</i> , saya tidak mengalami kesulitan dalam melayani pembeli.	
		3. Mempermudah pembeli dalam bertransaksi	3. Dengan teknologi <i>fintech</i> memudahkan konsumen saya.	
		4. Kelengkapan fitur	4. Saya merasa lebih puas ketika menggunakan <i>fintech</i> dengan fitur yang lebih maju.	
		5. Inovasi teknologi yang mendukung	5. Saya selalu mengupdate sistem <i>fintech</i> yang paling baru.	
4	Faktor Sosial (X4): Definisi Operasional: Faktor sosial diartikan sebagai adanya perubahan yang terjadi baik itu sikap, perilaku, dan pendapat karena orang lain atau lingkungan sosial.	1. Pengaruh lingkungan	1. Saya menggunakan <i>fintech</i> karena banyak digunakan oleh pengguna.	(Venkatesh et al., 2003), modifikasi
			2. Saya menggunakan <i>fintech</i> karena rekan-rekan saya telah menggunakannya sebelumnya.	
			3. Lingkungan mendukung saya untuk menggunakan <i>fintech</i> .	
		2. Behavior belief	4. Saya menggunakan <i>fintech</i> karena pihak penyedia layanan menganjurkan.	
5	<i>Competitive Pressure</i> : Definisi Operasional: <i>Competitive pressure</i> merupakan suatu tekanan yang dirasakan oleh perusahaan dari para pesaing usaha.	1. Kualitas penggunaan	1. Dengan menggunakan <i>fintech</i> , usaha saya akan memiliki daya saing yang kuat.	(Maduku et al., 2016), Modifikasi
		2. Nilai kelebihan dalam penggunaan	2. Dengan menggunakan <i>fintech</i> , usaha saya akan memiliki nilai lebih.	
		3. Manfaat yang	3. Dengan menggunakan	

NO	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	REFERENSI
		didapatkan dalam penggunaan	<i>fintech</i> , usaha saya akan lebih disenangi daripada metode pembayaran tunai.	

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah intensi penggunaan *financial technology*.

Tabel 3. 3 Variabel Dependen

NO	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	REFERENSI
1.	Intensi Penggunaan <i>Financial Technology</i> : Definisi Operasional: Merupakan perilaku yang dilakukan dalam penggunaan teknologi atau aplikasi <i>financial technology</i> .	1. Ragam kegunaan	1. Saya menggunakan <i>Fintech</i> untuk berbagai jenis transaksi (Misal: pembayaran, penjualan, pembelian, dan pinjaman dana).	(Wajeeha et al., 2017), Modifikasi
		2. Tujuan penggunaan	2. Saya menggunakan <i>Fintech</i> untuk menunjang bisnis.	

3.4 Metode Analisis

3.4.1 Analisis Statistik Dekriptif

Memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel yang ada pada kuesioner yang kemudian disajikan dengan kata-kata penjelasan mengenai hasil dari uji yang dilakukan. Gambaran data yang diberikan nilai

minimum, maksimum, rata-rata, dan standard deviasi atas jawaban responden dari setiap variabel.

3.4.2 Uji Instrumen

3.4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisoner. Suatu kuisoner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisoner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisoner tersebut. Data dikatakan normal jika $Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05$, namun jika sebaliknya maka data dikatakan tidak terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2014).

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai apakah data hasil angket atau kuisoner dapat dipercaya/reliabel atau tidak. Indikator untuk uji reliabilitas adalah Cronbach Alpha. Apabila nilai Cronbach Alpha $\alpha > 0,60$ menunjukkan instrument yang digunakan realibel. Semakin dekat nilai Alpha kepada nilai 1 berarti pernyataan semakin realibel. Uji reliabilitas dikatakan realibel apabila semua variabel memiliki nilai Cronbach Alpha $\alpha > 0,60$ (Ghozali, 2014).

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel independen dan dependen didistribusikan normal atau mendekati normal. Data dikatakan normal jika $Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05$, namun jika sebaliknya maka data dikatakan tidak terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2014).

3.4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleransinya (Ghozali, 2014). Berikut kriteria pengambilan kesimpulan bahwa tidak terdapat multikolinearitas:

- a. Apabila nilai $VIF < 10$ dan toleransi $> 0,1$ = Tidak terdapat multikolinearitas
- b. Apabila nilai $VIF > 10$ dan toleransi $< 0,1$ = Terdapat multikolinearitas

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2014). Model regresi yang baik adalah jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homokedastisitas. Adapun metode yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola gambar Scatterplots. Berikut ketentuan melihat tidak terjadi gejala atau masalah heterokedastisitas jika:

- a. Titik-titik data penyebar di atas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- b. Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudia menyempit dan melebar 27tatist.
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

3.4.4 Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda adalah beberapa variabel bebas dan satu buah variabel terikat. Metode analisis ini berisi pengujian-pengujian data yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang diterima. Pada penelitian ini analisis regresi linear berganda dapat ditentukan dengan melihat signifikansi pada output hasil pengujian. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda karena hanya satu memiliki variabel dependen dan lima variabel independen. Persamaan regresi linier bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

- Y : Variabel dependen (Intensi UMKM Menggunakan Layanan Fintech)
- α : Konstanta
- β_1 - β_6 : Koefisien Regresi atau Koefisien Arah
- X1 : Personalisasi
- X2 : Kemampuan Akses
- X3 : Keinovatifan Tehnologi
- X4 : Faktor Sosial
- X5 : *Competitive Pressure*
- e : *Error Term*

3.4.5 Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi berguna mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai R² yang kecil atau mendekati 0 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R² yang mendekati angka 1 berarti variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2014).

3.4.6 Uji Hipotesis

3.4.6.1 Uji T

Uji ini bertujuan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam menetapkan pengambilan keputusan untuk menolak atau mendukung hipotesis dapat diukur dengan menggunakan tingkat signifikansi. Tingkat signifikansi dilambangkan dengan α dan dinyatakan dalam persen. Pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% atau 0.05. Dapat diartikan apabila nilai signifikansi < 0.05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan sebaliknya bila nilai signifikansi > 0.05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Selain menggunakan tingkat signifikansi (α) pengujian hipotesis juga menggunakan koefisien regresi (β) yang dijadikan dasar dalam menganalisis korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien regresi (β) memiliki kisaran 0 – 1 ,yang berarti semakin mendekati 1 maka semakin berdampak besar signifikansinya. Dengan ini terdapat kriteria uji T yaitu sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi (α) < 0.05 dan nilai koefisien regresi (β) bernilai positif, maka hipotesis didukung.
2. Apabila nilai signifikansi (α) < 0.05 dan nilai koefisien regresi (β) bernilai negatif, maka hipotesis tidak didukung.
3. Apabila nilai signifikansi (α) > 0.05 dan nilai koefisien regresi (β) bernilai positif, maka hipotesis tidak didukung.

4. Apabila nilai signifikansi (α) > 0.05 dan nilai koefisien regresi (β) bernilai negatif, maka hipotesis tidak didukung.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan analisis beserta pembahasan mengenai hubungan personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial, dan *competitive pressure* terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Analisis data akan dilakukan sesuai dengan hipotesis yang telah dijelaskan pada BAB II.

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini ingin mengetahui intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran. Kuesioner disebar dengan menggunakan *google form* yang ditujukan kepada pelaku UMKM di Yogyakarta. Kuesioner dibuka pada tanggal 1 Desember 2020 pada pukul dan ditutup pada tanggal 19 Januari 2021. Dari hasil penyebaran kuesioner telah diperoleh 110 data.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Kriteria Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi jenis kelamin yang terdapat dalam Tabel 4.1

Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	43	39%
Perempuan	67	61%
Total	110	100%

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak mengisi adalah perempuan dengan persentase sebesar 61% dengan 67

responden. Sedangkan untuk responden laki-laki memiliki persentase sebesar 39% dengan 43 responden.

4.2.2 Kriteria Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi usia yang terdapat dalam Tabel 4.2

Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 25 Tahun	31	28%
25 – 35 Tahun	34	31%
36 – 45 Tahun	24	22%
46 – 55 Tahun	18	16%
> 55 Tahun	3	3%
Total	110	100%

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Pada tabel dapat dikatakan bahwa mayoritas responden berada di usia 25-35 tahun dengan jumlah 34 responden atau 31%. Pada usia < 25 tahun terdapat 31 responden atau 28%. Kemudian pada usia 36-45 tahun terdapat 24 responden atau 22%. Setelah itu pada usia 46-55 tahun terdapat 18 responden atau 16%, dan pada usia > 55 tahun mendapatkan 3 responden atau 3%.

4.2.3 Kriteria Berdasarkan Wilayah Domisili

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi wilayah yang terdapat dalam Tabel 4.3

Tabel 4. 3 Wilayah Domisili

Wilayah Domisili	Jumlah	Persentase
Kabupaten Sleman	43	39%
Kota Yogyakarta	30	27%
Kabupaten Bantul	14	13%
Kabupaten Gunung Kidul	14	13%
Kabupaten Kulon Progo	9	8%
Total	110	100%

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.3 mayoritas responden UMKM berada di wilayah Kabupaten Sleman dengan jumlah 43 responden atau 39%. Pada wilayah Kota Yogyakarta sebesar 30 responden atau 27%. Pada wilayah Kabupaten Bantul dan Kabupaten Gunung Kidul memiliki jumlah responden yang sama yaitu 14 responden atau 13%. Sedangkan pada Kabupaten Kulon Progo mendapatkan 9 responden atau 8%.

4.2.4 Kriteria Berdasarkan Jenis Usaha

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi jenis usaha yang terdapat dalam Tabel 4.4

Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
Fashion	30	27%
Kuliner	23	21%
Retail	17	16%
Cendera Mata	10	9%
Penginapan	9	8%
Kosmetik/ Tata Rias	8	7%
Otomotif	7	6%
Agrobisnis	3	3%
Lainnya	2	2%
Teknologi	1	1%
Total	110	100%

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.4 mayoritas responden mempunyai usaha *fashion* sebesar 30 responden atau 27%. Pada jenis usaha aksesoris, barang impor, bimbingan belajar, jasa, kebutuhan harian, nutrisi, dan teknologi memiliki jumlah responden 1 atau 1%. Pada jenis usaha kerajinan dan konveksi memiliki jumlah responden 2 atau 2%. Pada jenis usaha agrobisnis dan komestik memiliki jumlah responden 3 atau 3%. Pada jenis usaha cendera mata dan otomotif memiliki jumlah responden 7 atau 6%. Kemudian pada jenis usaha kosmetik/tata rias, kuliner, penginapan, dan retail memiliki jumlah responden 6, 23, 9, dan 13 atau 5%, 21%, 8%, dan 12%.

4.2.5 Kriteria Berdasarkan Lama Berdiri Usaha

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi lama berdiri usaha yang terdapat dalam Tabel 4.5

Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Lama Berdiri Usaha

Lama Berdiri Usaha	Jumlah	Persentase
< 5 Tahun	59	54%
5 – 10 Tahun	36	33%
> 10 Tahun	15	13%
Total	110	100%

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.5 mayoritas lama berdirinya usaha pada < 5 tahun dengan jumlah 59 responden atau 54%. Pada 5 – 10 tahun terdapat 36 responden atau 33%. Kemudian pada > 10 tahun terdapat 15 responden atau 13%.

4.2.6 Kriteria Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi pendapatan yang terdapat dalam Tabel 4.6

Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp. 10.000.000	60	54%
Rp. 10.000.000 – Rp. 25.000.000	37	34%
Rp. 25.000.000 – Rp. 50.000.000	10	9%
Rp. 75.000.000 – Rp. 100.000.000	3	3%
Total	110	100%

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel, mayoritas pendapatan usaha < Rp. 10.000.000 dengan jumlah responden 60 atau 54%. Pada pendapatan Rp. 10.000.000 – Rp. 25.000.000 terdapat 37 responden atau 34%. Pada pendapatan Rp. 25.000.000 – Rp. 50.000.000 terdapat 10 responden atau 9%. Kemudian pada pendapatan Rp. 75.000.000 – Rp. 100.000.000 terdapat 3 responden atau 3%.

4.2.7 Frekuensi Menggunakan *Fintech*

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi frekuensi menggunakan *fintech* yang terdapat dalam Tabel 4.7

Tabel 4. 7 Frekuensi Menggunakan *Fintech*

Frekuensi Penggunaan <i>Fintech</i>	Jumlah	Persentase
< 5	40	36%
5 – 10	34	31%
> 10	36	33%
Total	110	100%

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel, frekuensi menggunakan *fintech* mayoritas menggunakannya kurang dari 5 dengan jumlah 40 responden atau 36%. Pada

frekuensi 5 -10 terdapat 34 responden atau 31%. Kemudian pada frekuensi lebih dari 10 terdapat 36 responden atau 33%.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistic dekriptif merupakan perhitungan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4. 8 Hasil Statistik Dekriptif

Variabel	n	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Personalisasi (X1)	110	2	6	4.99	0.692
Kemampuan Akses (X2)	110	2	6	5.03	0.724
Keinovatifan Teknologi (X3)	110	3	6	4.95	0.612
Faktor Sosial (X4)	110	2	6	4.84	0.663
Competitive Pressure (X5)	110	2	6	4.89	0.751

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat di jelaskan sebagai berikut:

1. Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel personalisasi memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6, yang diartikan penilaian terendah dari seluruh jawaban responden atas personalisasi adalah 2 dan penilaian tertinggi dari seluruh jawaban responden atas personalisasi adalah 6. Nilai rata-rata sebesar 4.99, yang diartikan bahwa seluruh responden memberikan penilaian untuk personalisasi sebesar 4.99. Nilai standar deviasi sebesar 0.692, yang diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel personalisasi sebesar 0.692 dari 110 responden.
2. Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel kemampuan akses memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6, yang diartikan penilaian terendah dari seluruh jawaban responden atas kemampuan akses

adalah 2 dan penilaian tertinggi dari seluruh jawaban responden atas kemampuan akses adalah 6. Nilai rata-rata sebesar 5.03, yang diartikan bahwa seluruh responden memberikan penilaian untuk kemampuan akses sebesar 5.03. Nilai standar deviasi sebesar 0.724, yang diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel kemampuan akses sebesar 0.724 dari 110 responden.

3. Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel keinovatifan teknologi memiliki nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 6, yang diartikan penilaian terendah dari seluruh jawaban responden atas keinovatifan teknologi adalah 3 dan penilaian tertinggi dari seluruh jawaban responden atas keinovatifan teknologi adalah 6. Nilai rata-rata sebesar 4.95, yang diartikan bahwa seluruh responden memberikan penilaian untuk keinovatifan teknologi sebesar 4.95. Nilai standar deviasi sebesar 0.612, yang diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel keinovatifan teknologi sebesar 0.612 dari 110 responden.
4. Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel faktor sosial memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6, yang diartikan penilaian terendah dari seluruh jawaban responden atas faktor sosial adalah 2 dan penilaian tertinggi dari seluruh jawaban responden atas faktor sosial adalah 6. Nilai rata-rata sebesar 4.84, yang diartikan bahwa seluruh responden memberikan penilaian untuk faktor sosial sebesar 4.84. Nilai standar deviasi sebesar 0.663, yang diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel faktor sosial sebesar 0.663 dari 110 responden.

5. Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel *competitive pressure* memiliki nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 6, yang diartikan penilaian terendah dari seluruh jawaban responden atas *competitive pressure* adalah 2 dan penilaian tertinggi dari seluruh jawaban responden atas *competitive pressure* adalah 6. Nilai rata-rata sebesar 4.89, yang diartikan bahwa seluruh responden memberikan penilaian untuk *competitive pressure* sebesar 4.89. Nilai standar deviasi sebesar 0.751, yang diartikan bahwa ukuran penyebaran data dari variabel *competitive pressure* sebesar 0.751 dari 110 responden.

4.4 Uji Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Sebuah item dinyatakan valid jika *Pearsons's Correlations* < sig. 0,05 dan tetapi jika sebaliknya maka dinyatakan tidak valid. Berikut hasil uji validitas:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Pearsons's Correlations</i>	Sig.	Keterangan
Intensi Penggunaan Fintech (Y)	IPF1	0.894	0.000	Valid
	IPF2	0.878	0.000	Valid
Personalisasi (X1)	P1	0.938	0.000	Valid
	P2	0.933	0.000	Valid
	P3	0.932	0.000	Valid
	P4	0.919	0.000	Valid
Kemampuan Akses (X2)	KA1	0.900	0.000	Valid
	KA2	0.942	0.000	Valid
	KA3	0.851	0.000	Valid
	KA4	0.857	0.000	Valid

Variabel	Item	<i>Pearsons's Correlations</i>	Sig.	Keterangan
Keinovatifan Teknologi (X3)	KT1	0.847	0.000	Valid
	KT2	0.882	0.000	Valid
	KT3	0.847	0.000	Valid
	KT4	0.847	0.000	Valid
	KT5	0.838	0.000	Valid
Faktor Sosial (X4)	FS1	0.810	0.000	Valid
	FS2	0.826	0.000	Valid
	FS3	0.828	0.000	Valid
	FS4	0.737	0.000	Valid
Competitive Pressure (X5)	CP1	0.929	0.000	Valid
	CP2	0.935	0.000	Valid
	CP3	0.875	0.000	Valid

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Hasil uji validitas pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa pertanyaan pada variabel Personalisasi, Kemampuan Akses, Keinovatifan Teknologi, Faktor Sosial, dan *Competitive Pressure* mempunyai sig < 0,05 (5%). Berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada ke 5 variabel tersebut layak digunakan sebagai instrument penelitian atau dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai apakah data hasil angket atau kuesioner dapat dipercaya/reliabel atau tidak. Indikator untuk uji reliabilitas adalah Cronbach Alpha. Apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 menunjukkan instrument yang digunakan realibel. Semakin dekat nilai Alpha kepada nilai 1 berarti pernyataan semakin realibel. Uji reliabilitas dikatakan realibel apabila semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Personalisasi (X1)	0.948	0.6	Reliabel
Kemampuan Akses (X2)	0.908	0.6	Reliabel
Keinovatifan Teknologi (X3)	0.904	0.6	Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Faktor Sosial (X4)	0.796	0.6	Reliabel
Competitive Pressure (X5)	0.899	0.6	Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada Tabel 4.10 dapat dinyatakan bahwa semua variabel yaitu Personalisasi, Kemampuan Akses, Keinovatifan Teknologi, Faktor Sosial, dan *Competitive Pressure* memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian adalah reliabel dan dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel independen dan dependen didistribusikan normal atau mendekati normal. Data dikatakan normal jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05, namun jika sebaliknya maka data dikatakan tidak terdistribusi dengan normal. Penelitian ini, menggunakan SPSS Statistic 22. Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0.142	Normal

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil uji normalitas dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi dengan normal, karena memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0.142 lebih besar dari 0.05. Maka model regresi ini layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleransinya. Jika $VIF < 10$ dan nilai toleran > 0.1 maka dikatakan tidak adanya multikolinearitas. Pengujian ini menggunakan SPSS Statistic 22. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	B	Tolerance	VIF	Keterangan
Personalisasi (X1)	0.194	0.281	3.560	Tidak ada multikolinieritas
Kemampuan Akses (X2)	0.280	0.325	3.078	Tidak ada multikolinieritas
Keinovatifan Teknologi (X3)	0.225	0.325	3.077	Tidak ada multikolinieritas
Faktor Sosial (X4)	0.158	0.376	2.657	Tidak ada multikolinieritas
Competitive Pressure (X5)	-0.008	0.446	2.243	Tidak ada multikolinieritas

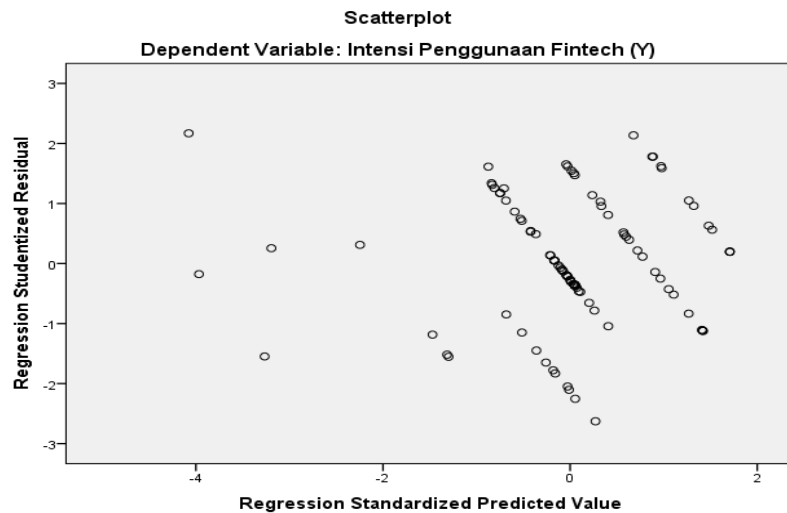
Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.12, hasil uji multikolinearitas seluruh variabel independen memiliki nilai $VIF < 10$ dan nilai toleran > 0.1 . Dapat diartikan bahwa pada penelitian ini seluruh variabel independen tidak ada gejala multikolinieritas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik adalah jika variance dari residual satu

pengamatan ke pengamatan lain tetap atau homokedastisitas. Adapun metode yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola gambar Scatterplots. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:



Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa plot residual tersebar diatas dan dibawah titik 0 atau tidak membentuk pola U maupun pola U terbalik, maka model regresi dapat dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji kekuatan pengaruh variabel independen yaitu personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial, dan *competitive pressure*. Persamaan regresi linier bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen (Intensi UMKM Menggunakan Layanan Fintech)

- α : Konstanta
- β_1 - β_5 : Koefisien Regresi atau Koefisien Arah
- X1 : Personalisasi
- X2 : Kemampuan Akses
- X3 : Keinovatifan Tehnologi
- X4 : Faktor Sosial
- X5 : *Competitive Pressure*
- e : *Error Term*

Pengolahan data menggunakan SPSS Statistic 22. Berikut hasil pengolahan data dengan menggunakan model regresi:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T	Sig.
Constant	0.853		
Personalisasi (X1)	0.194	2.709	0.008
Kemampuan Akses (X2)	0.280	4.401	0.000
Keinovatifan Tehnologi (X3)	0.225	2.989	0.003
Faktor Sosial (X4)	0.158	2.447	0.016
Competitive Pressure (X5)	-0.008	-0.149	0.882
R Square		0.785	
Std. Error		0.274	

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.13, hasil perhitungan regresi linear berganda yang ditunjukkan, maka persamaan garis regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.853 + 0.194X_1 + 0.280X_2 + 0.225X_3 + 0.158X_4 - 0.008X_5 + 0.274$$

Dapat diketahui dari model persamaan diatas bahwa nilai konstanta (α) bernilai positif 0.853 yang memiliki arti apabila regresi variabel personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial, dan *competitive pressure* dinyatakan konstan maka intensi penggunaan *financial technology* cenderung naik.

Koefisien regresi variabel personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, dan faktor sosial memiliki nilai positif yaitu 0.194, 0.280, 0.225, dan

0.158 yang memiliki arti bahwa ketika mengalami peningkatan, maka intensi penggunaan *financial technology* akan cenderung meningkat. Sedangkan pada variabel *competitive pressure* mempunyai nilai negatif yaitu -0.008, dapat diartikan jika mengalami peningkatan maka intensi penggunaan *financial technology* akan cenderung menurun.

4.7 Koefisien Determinasi (Uji R²)

Uji koefisien determinasi berguna mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai R² yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R² yang mendekati angka 1 berarti variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Berikut hasil uji data yang didapatkan:

Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.785	.775	.274286

Sumber: Data Primer, diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.14, mendapatkan hasil nilai Adjusted R Square sebesar 0.775 hal ini memiliki arti bahwa personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial, dan *competitive pressure* mampu memberikan intensi penggunaan *financial technology* sebesar 77.5% dan untuk sisanya sebesar 22.5% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

4.8 Pengujian Hipotesis

4.8.1 Uji T

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis diuji dengan menggunakan analisis persamaan linear berganda. Hipotesis diterima dengan nilai koefisien regresi (β) positif dan nilai signifikansi (α) < 0.05 . Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial, dan *competitive pressure* terhadap variabel dependen yaitu intensi penggunaan *financial technology*. Hasil uji T melihat dari hasil uji regresi linear berganda seperti pada Tabel 4.13, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Hubungan personalisasi terhadap intensi penggunaan *financial technology*

Hipotesis satu (H1) menyatakan bahwa personalisasi berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Pada Tabel 4.13 variabel personalisasi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.194 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti personalisasi memberikan pengaruh positif terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Nilai signifikansi variabel personalisasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.008. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, hal ini dapat dikatakan signifikan, karena memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat signifikan (α) ($0.008 < 0.05$), dengan ini personalisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Berdasarkan hasil data yang sudah didapatkan dapat diartikan bahwa personalisasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*, sehingga **hipotesis satu (H1) penelitian ini didukung.**

b. Hubungan kemampuan akses terhadap intensi penggunaan *financial technology*

Hipotesis dua (H2) menyatakan bahwa kemampuan akses berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Pada Tabel 4.13 variabel kemampuan akses memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.280 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti kemampuan akses memberikan pengaruh positif terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Nilai signifikansi variabel kemampuan akses memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, hal ini dapat dikatakan signifikan, karena memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) ($0.000 < 0.05$), dengan ini kemampuan akses memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Berdasarkan hasil data yang sudah didapatkan dapat diartikan bahwa kemampuan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*, sehingga **hipotesis dua (H2) penelitian ini didukung.**

c. Hubungan keinovatifan teknologi terhadap intensi penggunaan *financial technology*

Hipotesis tiga (H3) menyatakan bahwa keinovatifan teknologi berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Pada Tabel 4.13 variabel keinovatifan teknologi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.225 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti keinovatifan teknologi

memberikan pengaruh positif terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Nilai signifikansi variabel keinovatifan teknologi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.003. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, hal ini dapat dikatakan signifikan, karena memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat signifikan (α) ($0.003 < 0.05$), dengan ini keinovatifan teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Berdasarkan hasil data yang sudah didapatkan dapat diartikan bahwa keinovatifan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*, sehingga **hipotesis tiga (H3) penelitian ini didukung.**

d. Hubungan faktor sosial terhadap intensi penggunaan *financial technology*

Hipotesis empat (H4) menyatakan bahwa personalisasi berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Pada Tabel 4.13 variabel faktor sosial memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.158 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti faktor sosial memberikan pengaruh positif terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Nilai signifikansi variabel faktor sosial memiliki nilai signifikansi sebesar 0.016. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, hal ini dapat dikatakan signifikan, karena memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari tingkat signifikan (α) ($0.016 < 0.05$), dengan ini faktor sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Berdasarkan hasil data yang sudah didapatkan dapat diartikan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*, sehingga **hipotesis empat (H4) penelitian ini didukung.**

e. **Hubungan *competitive pressure* terhadap intensi penggunaan *financial technology***

Hipotesis lima (H5) menyatakan bahwa *competitive pressure* berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Pada Tabel 4.13 variabel *competitive pressure* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0.008 yang menunjukkan arah koefisien regresi negatif. *Competitive Pressure* memberikan pengaruh negatif terhadap intensi penggunaan *financial technology*, hal ini tidak sesuai dengan hipotesis. Nilai signifikansi variabel *competitive pressure* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.882. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, hal ini dapat dikatakan tidak signifikan, karena memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat α ($0.882 > 0.05$), dengan ini *competitive pressure* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Berdasarkan hasil pengujian data yang didapatkan dapat diartikan bahwa *competitive pressure* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*, sehingga **hipotesis lima (H5) penelitian ini tidak didukung.**

Tabel 4. 15 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.	Keterangan
Personalisasi (X1)	0.194	0.008	Didukung
Kemampuan Akses (X2)	0.280	0.000	Didukung
Keinovatifan Teknologi (X3)	0.225	0.003	Didukung
Faktor Sosial (X4)	0.158	0.016	Didukung
Competitive Pressure (X5)	-0.008	0.882	Tidak didukung

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

4.9.1 Personalisasi

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dirangkum pada Tabel 4.15, variabel personalisasi memiliki nilai koefisien regresi 0.194 dan nilai signifikansi 0.008. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0.194. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, memberikan hasil signifikan, karena memiliki nilai sebesar $0.008 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel personalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sehingga hipotesis didukung.

Personalisasi merupakan suatu tingkatan di mana para pelanggan mengoperasikan aplikasi sesuai dengan keingannya. Hal ini dapat memberikan suatu hubungan antara pelanggan dengan penyelenggara. Berdasarkan hasil dari uji, dapat dilihat bahwa jika semakin tinggi responden menggunakan hak personalisasi maka akan semakin tinggi pula intensi dalam penggunaan *financial technology*. Hasil ini mendukung beberapa penelitian seperti Wang et al., (2017), (Salem et al., 2019), dan Sobti, (2019). Penelitian tersebut menghasilkan hasil kesimpulan yang sama bahwa personalisasi berpengaruh positif dan signifikan, walaupun terdapat perbedaan waktu penelitian.

4.9.2 Kemampuan Akses

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dirangkum pada Tabel 4.15, variabel kemampuan akses memiliki nilai koefisien regresi 0.280 dan nilai signifikansi 0.000. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif yaitu sebesar

0.280. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, memberikan hasil signifikan, karena memiliki nilai sebesar $0.000 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kemampuan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sehingga hipotesis didukung.

Kemampuan akses merupakan suatu kemudahan untuk menggunakan teknologi tersebut. Dalam hal ini digunakan dalam aplikasi *financial technology*. Berdasarkan hasil dari uji, dapat dilihat bahwa jika semakin tinggi kemampuan akses maka akan semakin tinggi pula intensi dalam penggunaan *financial technology*. Hasil ini mendukung beberapa penelitian seperti (Abrahão et al., 2016), Gunawan et al., (2019), dan Raza et al., (2019). Penelitian tersebut menghasilkan hasil kesimpulan yang sama bahwa kemampuan akses berpengaruh positif dan signifikan, walaupun terdapat perbedaan waktu penelitian.

4.9.3 Keinovatifan Teknologi

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dirangkum pada Tabel 4.15, variabel keinovatifan teknologi memiliki nilai koefisien regresi 0.225 dan nilai signifikansi 0.003. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0.225. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, memberikan hasil signifikan, karena memiliki nilai sebesar $0.003 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel keinovatifan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sehingga hipotesis didukung.

Keinovatifan teknologi merupakan suatu inovasi yang diberikan teknologi di dalam suatu aplikasi. Dimaksudkan bahwa sejauh mana inovasi dianggap konsisten dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman pengguna. Berdasarkan hasil

dari uji, dapat dilihat bahwa jika semakin tinggi keinovatifan teknologi maka akan semakin tinggi pula intensi dalam penggunaan *financial technology*. Hasil ini mendukung beberapa penelitian seperti Hasif & Ahmad, (2019), Raza et al., (2019), dan Rosnidah et al., (2019). Penelitian tersebut menghasilkan hasil kesimpulan yang sama bahwa kemampuan akses berpengaruh positif dan signifikan, walaupun terdapat perbedaan waktu penelitian.

4.9.4 Faktor Sosial

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dirangkum pada Tabel 4.15, variabel faktor sosial memiliki nilai koefisien regresi 0.158 dan nilai signifikansi 0.016. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0.158. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, memberikan hasil signifikan, karena memiliki nilai sebesar $0.016 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sehingga hipotesis didukung.

Faktor sosial merupakan pengaruh dari orang lain maupun dari lingkungan sekitar untuk menerapkan sistem yang ada. Hal ini dapat memberikan kepercayaan bahwa pengaruh sosial dapat memberikan manfaat. Berdasarkan hasil dari uji, dapat dilihat bahwa jika semakin tinggi faktor sosial maka akan semakin tinggi pula intensi dalam penggunaan *financial technology*. Hasil ini mendukung beberapa penelitian seperti Abrahão et al., (2016), Hasif & Ahmad, (2019), dan Raza et al., (2019). Penelitian tersebut menghasilkan hasil kesimpulan yang sama bahwa kemampuan akses berpengaruh positif dan signifikan, walaupun terdapat perbedaan waktu penelitian.

4.9.5 Competitive Pressure

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dirangkum pada Tabel 4.15, variabel *competitive pressure* memiliki nilai koefisien regresi -0.008 dan nilai signifikansi 0.882. Nilai koefisien regresi menunjukkan nilai negatif yaitu sebesar -0.008. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, memberikan hasil tidak signifikan, karena memiliki nilai sebesar $0.882 > 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *competitive pressure* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sehingga hipotesis tidak didukung.

Competitive pressure merupakan pengaruh dari lingkungan para pesaing bisnis yang mempengaruhi untuk menggunakan teknologi tersebut. Berdasarkan hasil dari uji, dapat dilihat bahwa para pelaku UMKM merasakan adanya tekanan dari para pesaing, namun untuk menggunakan aplikasi *financial technology* dalam sistem pembayaran para pelaku UMKM kemungkinan tidak berminat, karena bagi para pelaku UMKM merasakan tidak adanya perbedaan dengan menggunakan maupun tidak menggunakan aplikasi *financial technology* dalam sistem pembayaran usaha mereka dan juga bisa saja karena para konsumen usaha mereka masih tetap melakukan pembayaran secara tunai. Hasil ini memberikan hasil yang berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh (Raza et al., 2019), Oktalasa, (2019), dan Rezkyana, (2020). Dalam penelitian tersebut dikatakan bahwa *competitive pressure* berpengaruh terhadap penggunaan *e-banking* di bank Syariah, terhadap penggunaan *mobile payment* bagi UKM, dan terhadap pengadopsian *financial technology*.

BAB V

PENUTUP

Bab terakhir yang terdapat dalam penelitian ini adalah bab yang berisikan kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran. Saran yang direkomendasikan berkaitan dengan penelitian dan diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan penelitian.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial, dan *competitive pressure* terhadap intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran. Penelitian ini dilakukan pada UMKM di Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Total responden dalam penelitian ini sebanyak 110 responden sesuai dengan jumlah sample yang disyaratkan dalam penelitian.

Berdasarkan analisis yang telah dijelaskan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Variabel personalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran. Maka, hipotesis variabel personalisasi didukung.
2. Variabel kemampuan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran. Maka, hipotesis variabel kemampuan akses didukung.

3. Variabel keinovatifan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran. Maka, hipotesis variabel keinovatifan teknologi didukung.
4. Variabel faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran. Maka, hipotesis variabel faktor sosial didukung.
5. Variabel *competitive pressure* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran. Maka, hipotesis variabel *competitive pressure* tidak didukung.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya adalah:

1. Penelitian ini hanya membahas 5 faktor yaitu personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial, dan *competitive pressure* yang dapat mempengaruhi intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran. Terdapat kemungkinan adanya faktor lain yang terabaikan dan dapat memiliki pengaruh besar terhadap penggunaan *financial technology*.
2. Keterbatasan akses pada database jurnal dan kurangnya waktu untuk mendapatkan lebih banyak responden dikarenakan pengambilan data yang dilaksanakan pada masa pandemic Covid 19 yaitu pada tanggal 1 Desember 2020 – 19 Januari 2021.

3. Penelitian ini tidak menggunakan faktor *gender* sebagai variabel kontrol. Sehingga pada hasil data yang diperoleh, terdapat 67 responden atau sebesar 61% berjenis kelamin perempuan.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka terdapat beberapa saran yang peneliti rekomendasikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan jumlah variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini untuk mengetahui intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan populasi yang berbeda dari penelitian ini. Serta sampel yang lebih banyak untuk target responden. Misalnya tidak dibatas hanya UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan digunakannya faktor *gender* untuk dapat menentukan target dari penelitian mengarah ke *gender* apa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M., & Hashem, G. (2018). RFID application in patient and medical asset operations management: A technology, organizational and environmental (TOE) perspective into key enablers and impediments. *International Journal of Medical Informatics*, 118(June), 58–64. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2018.07.009>
- Abrahão, R. de S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>
- Camilleri, M. A. (2019). *Exploring the Behavioral Intention To Use E-Government Services: Validating the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. *Im*, 27–34. https://doi.org/10.33965/its2019_2019011004
- Financial Stability Board. (2017). Financial Stability Implications from Fintech: Supervisory and Regulatory Issues that Merit Authorities' Attention. *Financial Stability Board*, June, 1–61. www.fsb.org/emailalert
- Ghozali. (2014). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*. Badan Penerbit Undip.
- Gunawan, H., Sinaga, B. L., & Sigit Purnomo, W. P. (2019). Assessment of the readiness of micro, small and medium enterprises in using E-money using the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) method. *Procedia Computer Science*, 161, 316–323. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.129>
- Hamzah, M. Z., Dewi, K. A. S., Gunawan, I. D., & Ratnaningtyas, H. (2015). Determinant Factors of the Distribution Growth at Micro, Small and Medium Business Credit in Indonesia Year of 2010-2015. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 11(7), 29–40.
- Hasif, M., & Ahmad, K. (2019). Factors Affecting the Acceptance of Financial Technology among Asnaf for the Distribution of Zakat in Selangor - A Study Using UTAUT. *Journal of Islamic Finance*, 8, 035–046.
- Jogiyanto. (2005). *Sistem Informasi Strategik Untuk Keunggulan Kompetitif edisi kedua*.
- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>

- Lin, H. F. (2014). Understanding the determinants of electronic supply chain management system adoption: Using the technology-organization-environment framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 86, 80–92. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.09.001>
- Maduku, D. K., Mpinganjira, M., & Duh, H. (2016). Understanding mobile marketing adoption intention by South African SMEs: A multi-perspective framework. *International Journal of Information Management*, 36(5), 711–723. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.04.018>
- Micu, A. (2016). Financial Technology (FinTech) and its Implementation on the Romanian Non-Banking Capital Market. *SEA: Practical Application of Science*, IV(11 (2/2016)), 379–384.
- Oktalasa, R. H. (2019). *Kesiapan Penggunaan Mobile Payment Gopay Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Menggunakan Technology Organization Environment (TOE) Freamework*. <https://doi.org/10.22201/fq.18708404e.2004.3.66178>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alghizzawi, M., & Alnaser, F. M. (2019). Integration of UTAUT model in internet banking adoption context: The mediating role of performance expectancy and effort expectancy. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 411–435. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0032>
- Ramos, F. A. B., & Martinez, L. F. (2016). Accessing the Determinants of Behavioral Intention To Adopt Fintech Services Among the Millennial Generation Filipe. *Accessing The Determinants Of Behavioral Intention To Adopt Fintech Services Among The Millennial Generation*, 25.
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Rezkyana, A. (2020). *DETERMINAN ADOPSI FINANCIAL TECHNOLOGY DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERBANKAN DI INDONESIA*. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Riantama, I. G. E., Suardhika, I. N., & Yuesti, A. (2020). Financial technology application success in the 4.0 era. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, July. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I9/PR290324>

- Rosnidah, I., Muna, A., Musyaffi, A. M., & Siregar, N. F. (2019). *Critical Factor of Mobile Payment Acceptance in Millennial Generation: Study on the UTAUT model*. 306, 123–127. <https://doi.org/10.2991/isseh-18.2019.30>
- Salem, M. Z., Baidoun, S., & Walsh, G. (2019). Factors affecting Palestinian customers' use of online banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 426–451. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0210>
- Sobti, N. (2019). Impact of demonetization on diffusion of mobile payment service in India: Antecedents of behavioral intention and adoption using extended UTAUT model. *Journal of Advances in Management Research*, 16(4), 472–497. <https://doi.org/10.1108/JAMR-09-2018-0086>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *Quarterly*. 27(3), 425–478.
- Wajeeha, Ham, M., & Arif, I. (2017). Consumer Behavioral Intentions Towards Mobile Payment Services: an Empirical Analysis in Pakistan Tt - Namjere Ponašanja Potrošača Prema Uslugama Mobilnoga Plaćanja: Empirijsko Istraživanje U Pakistanu. *Trziste = Market*, 29(2), 161–176. https://search.proquest.com/docview/1982188427?accountid=14744%0Ahttps://cbua-us.primo.exlibrisgroup.com/discovery/openurl?institution=34CBUA_US&vid=34CBUA_US:VU1&lang=es?url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:
- Wang, M., Cho, S., & Denton, T. (2017). The impact of personalization and compatibility with past experience on e-banking usage. *International Journal of Bank Marketing*, 35(1), 45–55. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2015-0046>

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum wr. wb.

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i pelaku bisnis UMKM

di Tempat

Dengan hormat, sehubungan dengan melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat kelulusan S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, saya:

Nama : **Alya Jihan Raihana**

NIM : **17312232**

Fakultas/Jurusan : **Bisnis dan Ekonomika/Akuntansi**

Dalam rangka penelitian untuk tugas akhir (skripsi) dengan topik penelitian “**Intensi Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* Sebagai Sistem Pembayaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)**”. Oleh sebab itu, mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini jika Anda:

1. Pelaku bisnis UMKM di D. I. Yogyakarta
2. Menggunakan *fintech*, yaitu:
 - a. Menggunakan layanan pembayaran online (Go-pay, OVO, Dana, M-Banking, dll).

Seluruh jawaban yang Anda berikan akan kami jaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas perhatian dan kesediaan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

I. Karakteristik Responden

Pada bagian ini, responden dimohon untuk mengisi identitas diri.

1. Nama Pemilik:
2. Jenis Kelamin: P/L
3. Nama Usaha:
4. Usia:
5. Jenis Usaha:
 - Kuliner
 - Fashion
 - Teknologi
 - Kosmetik (Tata Rias)
 - Otomotif
 - Cendera Mata
 - Agrobisnis
 - Retail
 - Penginapan
 - Lainnya:
6. Lama Berdirinya Usaha:
7. Rata-rata Pendapatan Perbulan:
8. Wilayah Berdirinya Usaha:
 - Kota Yogyakarta
 - Kabupaten Sleman
 - Kabupaten Kulon Progo
 - Kabupaten Bantul

- Kabupaten Gunung Kidul

9. Apakah Anda sudah mengenal “*Financial Technology*” sebelumnya?

- Sudah
- Belum

10. Apakah Anda menggunakan produk *Financial Technology* dalam menjalankan usaha?

- Ya
- Tidak

11. Berapa kali Anda menggunakan produk/aplikasi *Financial Technology* dalam satu minggu?

- Kurang dari 5 kali
- 5 – 10 kali
- Lebih dari 10 kali

II. Tanggapan Responden

Pada bagian ini, Anda diminta untuk mengisi jawaban dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Beri tanda centang pada kolom yang dipilih.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

AS : Agak Setuju

ATS : Agak Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

	Intensi Penggunaan Layanan Fintech	SS	S	AS	ATS	TS	STS
1.	Saya menggunakan layanan fintech untuk berbagai jenis transaksi (Misal: pembayaran, penjualan, pembelian, pinjaman dana).	6	5	4	3	2	1
2.	Saya menggunakan layanan fintech untuk menunjang bisnis.	6	5	4	3	2	1

	Personalisasi	SS	S	AS	ATS	TS	STS
1.	Fintech mendorong saya untuk memilih informasi yang disajikan oleh penyelenggara sesuai dengan yang dibutuhkan.	6	5	4	3	2	1
2.	Fintech mendorong saya untuk memilih isi dari informasi di penyelenggara sesuai dengan yang dibutuhkan.	6	5	4	3	2	1
3.	Fintech memungkinkan penyelenggara untuk mengirimkan pesan pribadi kepada saya (misalnya via e-mail dan SMS).	6	5	4	3	2	1
4.	Fintech memungkinkan untuk meningkatkan hubungan saya dengan penyelenggara.	6	5	4	3	2	1

	Kemampuan Akses	SS	S	AS	ATS	TS	STS
1.	Saya dapat menggunakan fintech setiap saat.	6	5	4	3	2	1
2.	Saya dapat menggunakan fintech dari manapun.	6	5	4	3	2	1
3.	Koneksi internet saya cepat.	6	5	4	3	2	1
4.	Koneksi internet berpengaruh terhadap berhasil tidaknya mengakses website fintech.	6	5	4	3	2	1

	Keinovatifan Teknologi	SS	S	AS	ATS	TS	STS
1.	Teknologi fintech mampu menyediakan layanan sesuai dengan yang dibutuhkan.	6	5	4	3	2	1
2.	Dengan teknologi fintech, saya tidak mengalami kesulitan dalam melayani pembeli.	6	5	4	3	2	1
3.	Dengan teknologi fintech, memudahkan konsumen saya.	6	5	4	3	2	1
4.	Saya merasa lebih puas ketika menggunakan fintech dengan feature yang lebih maju.	6	5	4	3	2	1
5.	Saya selalu mengupdate sistem fintech yang paling baru.	6	5	4	3	2	1

	Faktor Sosial	SS	S	AS	ATS	TS	STS
1.	Saya menggunakan fintech karena banyak digunakan oleh pengguna lain.	6	5	4	3	2	1
2.	Saya menggunakan fintech karena rekan-rekan saya telah menggunakannya sebelumnya.	6	5	4	3	2	1
3.	Lingkungan mendukung saya untuk menggunakan fintech.	6	5	4	3	2	1
4.	Saya menggunakan fintech karena pihak bank penyedia layanan menganjurkannya.	6	5	4	3	2	1

	Competitive Pressure	SS	S	AS	ATS	TS	STS
1.	Dengan menggunakan fintech, usaha saya akan memiliki daya saing yang kuat.	6	5	4	3	2	1
2.	Dengan menggunakan fintech, usaha saya akan memiliki nilai lebih.	6	5	4	3	2	1
3.	Dengan menggunakan fintech, usaha saya akan lebih disenangi daripada metode pembayaran tunai.	6	5	4	3	2	1

LAMPIRAN 2

Tabulasi Data Kuesioner

Sampel	INTENSI PENGGUNAAN FINTECH (IPF)				PERSONALISASI (P)					
	IPF1	IPF2	IPF TOTAL	Mean	P 1	P 2	P 3	P 4	P TOTAL	Mean
1	4	5	9	4,5	5	5	5	5	20	5
2	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
3	3	4	7	3,5	2	2	2	2	8	2
4	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
5	4	5	9	4,5	5	5	5	6	21	5,25
6	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
7	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
8	4	5	9	4,5	5	5	5	5	20	5
9	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
10	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
11	6	6	12	6	6	6	6	6	24	6
12	5	5	10	5	5	4	5	5	19	4,75
13	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
14	6	6	12	6	6	5	6	5	22	5,5
15	4	4	8	4	4	4	4	4	16	4
16	5	5	10	5	5	5	4	4	18	4,5
17	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
18	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
19	5	5	10	5	5	5	4	5	19	4,75
20	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
21	6	5	11	5,5	5	5	5	5	20	5
22	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
23	6	5	11	5,5	6	5	5	4	20	5
24	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
25	6	5	11	5,5	6	6	6	6	24	6
26	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
27	5	5	10	5	6	5	5	5	21	5,25
28	3	3	6	3	2	2	2	2	8	2
29	6	5	11	5,5	5	5	5	5	20	5
30	4	6	10	5	5	5	5	5	20	5
31	6	5	11	5,5	6	6	6	6	24	6
32	5	6	11	5,5	6	6	6	6	24	6

Sampel	INTENSI PENGGUNAAN FINTECH (IPF)				PERSONALISASI (P)					
	IPF1	IPF2	IPF TOTAL	Mean	P 1	P 2	P 3	P 4	P TOTAL	Mean
33	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
34	4	4	8	4	4	4	4	4	16	4
35	5	5	10	5	6	5	5	5	21	5,25
36	6	6	12	6	6	6	6	6	24	6
37	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
38	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
39	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
40	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
41	5	4	9	4,5	6	5	5	5	21	5,25
42	4	5	9	4,5	5	5	5	5	20	5
43	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
44	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
45	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
46	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
47	5	4	9	4,5	5	5	5	5	20	5
48	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
49	5	5	10	5	5	5	5	6	21	5,25
50	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
51	6	5	11	5,5	6	6	6	5	23	5,75
52	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
53	5	4	9	4,5	5	5	5	5	20	5
54	5	6	11	5,5	6	6	5	6	23	5,75
55	6	5	11	5,5	5	5	5	6	21	5,25
56	5	5	10	5	5	5	4	5	19	4,75
57	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
58	5	5	10	5	3	3	3	3	12	3
59	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
60	5	5	10	5	5	5	5	4	19	4,75
61	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
62	3	3	6	3	3	3	3	3	12	3
63	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
64	5	5	10	5	5	6	5	5	21	5,25
65	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
66	6	6	12	6	6	6	6	6	24	6

Sampel	INTENSI PENGGUNAAN FINTECH (IPF)				PERSONALISASI (P)					
	IPF1	IPF2	IPF TOTAL	Mean	P 1	P 2	P 3	P 4	P TOTAL	Mean
67	4	3	7	3,5	3	3	3	3	12	3
68	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
69	5	4	9	4,5	5	5	5	5	20	5
70	4	5	9	4,5	5	5	5	5	20	5
71	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
72	5	5	10	5	4	4	5	5	18	4,5
73	5	6	11	5,5	5	5	6	5	21	5,25
74	5	5	10	5	5	5	4	5	19	4,75
75	5	5	10	5	4	5	4	5	18	4,5
76	6	5	11	5,5	5	5	5	5	20	5
77	6	6	12	6	6	6	5	6	23	5,75
78	5	6	11	5,5	5	5	5	6	21	5,25
79	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
80	5	5	10	5	5	4	4	4	17	4,25
81	6	6	12	6	6	5	5	6	22	5,5
82	6	6	12	6	6	6	6	6	24	6
83	6	6	12	6	5	5	6	6	22	5,5
84	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
85	6	6	12	6	6	6	5	6	23	5,75
86	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
87	5	5	10	5	5	5	4	4	18	4,5
88	6	6	12	6	6	6	5	4	21	5,25
89	6	6	12	6	6	6	6	6	24	6
90	5	6	11	5,5	6	6	6	6	24	6
91	6	5	11	5,5	5	5	5	6	21	5,25
92	6	5	11	5,5	6	6	6	6	24	6
93	6	5	11	5,5	6	5	5	5	21	5,25
94	5	6	11	5,5	5	6	4	5	20	5
95	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
96	6	6	12	6	6	6	6	6	24	6
97	5	5	10	5	5	5	4	4	18	4,5
98	4	4	8	4	4	4	4	4	16	4
99	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
100	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5

Sampel	INTENSI PENGGUNAAN FINTECH (IPF)				PERSONALISASI (P)					
	IPF1	IPF2	IPF TOTAL	Mean	P 1	P 2	P 3	P 4	P TOTAL	Mean
101	4	4	8	4	4	4	4	4	16	4
102	5	6	11	5,5	5	5	5	4	19	4,75
103	6	5	11	5,5	5	6	5	6	22	5,5
104	5	5	10	5	5	5	5	5	20	5
105	5	6	11	5,5	5	5	5	5	20	5
106	4	5	9	4,5	5	5	5	5	20	5
107	6	5	11	5,5	6	5	6	6	23	5,75
108	5	6	11	5,5	5	5	5	5	20	5
109	6	5	11	5,5	6	5	6	6	23	5,75
110	5	6	11	5,5	5	5	5	5	20	5

Sampel	KEMAMPUAN AKSES (KA)						KEINOVATIFAN TEKNOLOGI (KT)						
	K A1	K A2	K A3	K A4	KA TOTAL	Mean	K T1	K T2	K T3	K T4	K T5	KT TOTAL	Mean
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5
3	2	2	2	2	8	2	4	3	3	4	3	17	3,4
4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5
5	5	5	5	6	21	5,25	5	5	5	5	5	25	5
6	5	5	6	6	22	5,5	5	5	5	6	5	26	5,2
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5
8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5
9	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	4	23	4,6
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5
11	6	6	5	5	22	5,5	6	5	5	6	5	27	5,4
12	5	5	5	4	19	4,75	5	4	5	5	4	23	4,6
13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5
14	6	6	5	5	22	5,5	5	5	5	6	5	26	5,2
15	3	4	4	5	16	4	4	3	4	4	3	18	3,6
16	4	5	5	5	19	4,75	5	5	4	4	4	22	4,4
17	5	5	5	6	21	5,25	5	5	5	5	5	25	5

Sam pel	KEMAMPUAN AKSES (KA)						KEINOVATIFAN TEKNOLOGI (KT)							
	K A1	K A2	K A3	K A4	KA TOTA L	Me an	K T1	K T2	K T3	K T4	K T5	KT TOTA L	Me an	
18	5	5	4	5	19	4,75	4	4	4	4	4	20	4	
19	4	5	5	5	19	4,75	5	5	5	5	4	24	4,8	
20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
23	5	6	3	6	20	5	5	4	6	3	6	24	4,8	
24	5	5	4	5	19	4,75	5	5	5	5	5	25	5	
25	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
27	5	4	4	5	18	4,5	5	5	5	5	4	24	4,8	
28	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	15	3	
29	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
30	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	24	4,8	
31	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
32	6	6	5	6	23	5,75	6	6	6	6	6	30	6	
33	5	5	6	5	21	5,25	5	5	5	4	4	23	4,6	
34	4	4	5	4	17	4,25	4	4	4	4	4	20	4	
35	5	5	5	5	20	5	5	4	5	6	5	25	5	
36	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
37	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
38	4	4	4	4	16	4	5	4	5	5	4	23	4,6	
39	4	4	5	4	17	4,25	5	4	5	4	4	22	4,4	
40	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	24	4,8	
41	5	5	4	6	20	5	5	5	5	5	4	24	4,8	
42	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
43	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
44	4	4	4	5	17	4,25	5	4	4	5	5	23	4,6	
45	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
46	4	4	5	4	17	4,25	3	4	4	6	5	22	4,4	

Sam pel	KEMAMPUAN AKSES (KA)						KEINOVATIFAN TEKNOLOGI (KT)							
	K A1	K A2	K A3	K A4	KA TOTA L	Me an	K T1	K T2	K T3	K T4	K T5	KT TOTA L	Me an	
47	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
48	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
49	6	5	5	5	21	5,2 5	5	5	5	5	4	24	4,8	
50	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
51	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
52	5	5	4	5	19	4,7 5	5	4	4	4	4	21	4,2	
53	6	6	6	4	22	5,5	5	4	4	5	4	22	4,4	
54	5	5	6	5	21	5,2 5	6	6	5	6	5	28	5,6	
55	6	6	6	6	24	6	5	4	2	5	5	21	4,2	
56	6	6	5	6	23	5,7 5	5	5	3	3	4	20	4	
57	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
58	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
59	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
60	3	3	3	3	12	3	6	6	6	6	4	28	5,6	
61	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
62	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	15	3	
63	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
64	5	5	5	5	20	5	6	5	6	6	5	28	5,6	
65	5	5	5	6	21	5,2 5	5	5	5	5	5	25	5	
66	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
67	3	3	2	2	10	2,5	4	3	3	3	4	17	3,4	
68	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
69	4	4	4	5	17	4,2 5	5	5	5	5	5	25	5	
70	5	4	2	6	17	4,2 5	5	4	6	5	4	24	4,8	
71	3	5	5	6	19	4,7 5	5	5	5	5	6	26	5,2	
72	4	4	5	5	18	4,5	4	4	5	5	5	23	4,6	
73	5	6	6	5	22	5,5	5	6	5	5	5	26	5,2	
74	5	5	4	4	18	4,5	5	5	5	5	4	24	4,8	
75	5	5	4	6	20	5	5	5	5	5	5	25	5	

Sam pel	KEMAMPUAN AKSES (KA)						KEINOVATIFAN TEKNOLOGI (KT)							
	K A1	K A2	K A3	K A4	KA TOTA L	Me an	K T1	K T2	K T3	K T4	K T5	KT TOTA L	Me an	
76	5	5	6	6	22	5,5	5	5	5	5	5	25	5	
77	6	6	6	6	24	6	6	6	5	5	5	27	5,4	
78	6	5	5	6	22	5,5	5	5	4	4	5	23	4,6	
79	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
80	5	5	6	6	22	5,5	5	5	4	5	3	22	4,4	
81	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
82	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
83	6	6	6	6	24	6	6	5	5	5	6	27	5,4	
84	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
85	6	6	6	6	24	6	5	5	5	5	5	25	5	
86	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
87	5	6	6	6	23	5,7 5	5	5	5	5	5	25	5	
88	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
89	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
90	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
91	6	6	5	6	23	5,7 5	5	5	6	5	5	26	5,2	
92	6	6	5	6	23	5,7 5	5	6	6	6	6	29	5,8	
93	6	6	6	5	23	5,7 5	6	5	5	6	6	28	5,6	
94	5	6	5	5	21	5,2 5	5	6	5	6	6	28	5,6	
95	5	5	4	5	19	4,7 5	5	5	5	5	5	25	5	
96	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	30	6	
97	4	5	5	6	20	5	6	5	6	5	5	27	5,4	
98	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	20	4	
99	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
100	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
101	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	20	4	
102	5	5	5	6	21	5,2 5	5	4	6	5	5	25	5	
103	6	5	5	6	22	5,5	6	5	6	5	5	27	5,4	
104	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	
105	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	25	5	

Sam pel	KEMAMPUAN AKSES (KA)						KEINOVATIFAN TEKNOLOGI (KT)							
	K A1	K A2	K A3	K A4	KA TOTA L	Me an	K T1	K T2	K T3	K T4	K T5	KT TOTA L	Me an	
106	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	20	4	
107	6	5	5	6	22	5,5	6	6	6	6	5	29	5,8	
108	5	6	5	6	22	5,5	5	5	5	6	5	26	5,2	
109	6	5	5	6	22	5,5	6	5	3	5	4	23	4,6	
110	5	6	6	6	23	5,75	5	5	6	5	6	27	5,4	

Samp el	FAKTOR SOSIAL (FS)						COMPETITIVE PRESSURE (CP)					
	FS 1	FS 2	FS 3	FS 4	FS TOTAL	Mea n	CP 1	CP 2	CP 3	CP TOTAL	Mea n	
1	5	5	5	2	17	4,25	5	5	5	15	5	
2	5	5	5	5	20	5	5	5	4	14	4,6	
3	2	3	3	3	11	2,75	2	2	2	6	2	
4	5	5	5	5	20	5	5	6	5	16	5,3	
5	5	5	5	5	20	5	5	6	6	17	5,6	
6	5	4	5	2	16	4	6	6	5	17	5,6	
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5	
8	5	5	5	4	19	4,75	5	5	5	15	5	
9	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5	
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5	
11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5	
12	4	4	5	5	18	4,5	5	5	6	16	5,3	
13	5	5	5	4	19	4,75	5	5	5	15	5	
14	5	5	5	6	21	5,25	5	5	5	15	5	
15	4	2	2	2	10	2,5	4	4	4	12	4	
16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12	4	
17	5	5	4	4	18	4,5	5	5	4	14	4,6	
18	4	4	5	4	17	4,25	4	5	4	13	4,3	
19	4	5	4	5	18	4,5	5	5	5	15	5	
20	5	6	5	6	22	5,5	5	5	5	15	5	
21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5	
22	5	5	5	2	17	4,25	5	5	2	12	4	
23	6	6	6	2	20	5	6	4	6	16	5,3	
24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5	

Sampel	FAKTOR SOSIAL (FS)						COMPETITIVE PRESSURE (CP)				
	FS 1	FS 2	FS 3	FS 4	FS TOTAL	Mean	CP 1	CP 2	CP 3	CP TOTAL	Mean
25	6	6	6	2	20	5	6	6	4	16	5,3
26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
27	6	5	6	6	23	5,75	6	6	5	17	5,6
28	2	2	2	2	8	2	4	4	4	12	4
29	5	5	5	4	19	4,75	5	5	5	15	5
30	5	5	5	4	19	4,75	5	4	4	13	4,3
31	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
32	5	5	5	5	20	5	6	6	5	17	5,6
33	4	4	5	4	17	4,25	5	5	4	14	4,6
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12	4
35	5	5	4	5	19	4,75	5	5	4	14	4,6
36	6	6	6	6	24	6	6	6	6	18	6
37	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
38	5	5	4	5	19	4,75	5	5	5	15	5
39	5	5	5	4	19	4,75	4	4	4	12	4
40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
41	5	5	4	3	17	4,25	4	4	4	12	4
42	5	5	4	5	19	4,75	4	4	4	12	4
43	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
44	5	5	5	5	20	5	5	5	4	14	4,6
45	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
46	5	4	5	3	17	4,25	4	4	4	12	4
47	5	4	5	2	16	4	5	5	5	15	5
48	5	4	4	4	17	4,25	4	5	4	13	4,3
49	5	4	4	5	18	4,5	5	5	5	15	5
50	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
51	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
52	5	5	4	4	18	4,5	5	5	5	15	5
53	5	5	5	5	20	5	6	6	4	16	5,3
54	6	5	6	6	23	5,75	5	5	5	15	5
55	5	5	5	5	20	5	6	6	6	18	6
56	4	5	6	6	21	5,25	5	5	4	14	4,6
57	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
58	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5

Sampel	FAKTOR SOSIAL (FS)						COMPETITIVE PRESSURE (CP)				
	FS 1	FS 2	FS 3	FS 4	FS TOTAL	Mean	CP 1	CP 2	CP 3	CP TOTAL	Mean
59	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
60	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
61	2	2	5	5	14	3,5	2	2	2	6	2
62	3	3	3	3	12	3	3	3	3	9	3
63	3	4	5	5	17	4,25	3	4	5	12	4
64	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
65	5	4	5	5	19	4,75	5	5	5	15	5
66	6	3	6	6	21	5,25	6	6	5	17	5,6
67	4	4	3	3	14	3,5	2	2	2	6	2
68	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
69	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
70	5	5	4	5	19	4,75	4	5	4	13	4,3
71	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
72	4	4	5	4	17	4,25	5	4	4	13	4,3
73	5	5	5	6	21	5,25	6	5	5	16	5,3
74	5	5	5	5	20	5	6	6	6	18	6
75	5	5	6	5	21	5,25	6	6	5	17	5,6
76	6	6	6	6	24	6	5	5	5	15	5
77	6	3	5	5	19	4,75	6	5	4	15	5
78	5	5	5	5	20	5	5	5	6	16	5,3
79	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
80	5	5	5	5	20	5	4	4	4	12	4
81	6	6	6	6	24	6	6	6	6	18	6
82	5	4	5	5	19	4,75	6	6	6	18	6
83	5	5	5	5	20	5	5	4	4	13	4,3
84	5	5	5	4	19	4,75	5	5	5	15	5
85	5	5	5	5	20	5	5	5	4	14	4,6
86	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
87	5	5	5	5	20	5	6	6	5	17	5,6
88	5	5	6	6	22	5,5	6	6	6	18	6
89	6	6	6	6	24	6	6	6	6	18	6
90	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
91	6	5	5	5	21	5,25	5	5	5	15	5
92	6	6	6	5	23	5,75	4	5	6	15	5

Sample	FAKTOR SOSIAL (FS)						COMPETITIVE PRESSURE (CP)				
	FS 1	FS 2	FS 3	FS 4	FS TOTAL	Mean	CP 1	CP 2	CP 3	CP TOTAL	Mean
93	6	6	6	5	23	5,75	5	5	4	14	4,6
94	6	5	6	5	22	5,5	5	6	5	16	5,3
95	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
96	6	6	6	6	24	6	6	6	6	18	6
97	5	5	5	4	19	4,75	5	5	5	15	5
98	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
99	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
100	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
101	5	5	5	5	20	5	4	4	4	12	4
102	5	5	6	3	19	4,75	5	5	5	15	5
103	6	5	6	6	23	5,75	6	5	6	17	5,6
104	5	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5
105	5	5	5	5	20	5	6	6	5	17	5,6
106	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12	4
107	5	6	5	6	22	5,5	6	5	5	16	5,3
108	5	5	6	4	20	5	5	5	6	16	5,3
109	5	6	5	6	22	5,5	6	6	6	18	6
110	5	6	6	5	22	5,5	6	6	6	18	6

LAMPIRAN 3

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Personalisasi (X1)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.876**	.842**	.775**	.938**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
P2	Pearson Correlation	.876**	1	.797**	.806**	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
P3	Pearson Correlation	.842**	.797**	1	.830**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
P4	Pearson Correlation	.775**	.806**	.830**	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
P TOTAL	Pearson Correlation	.938**	.933**	.932**	.919**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	4

2. Kemampuan Akses (X2)

Correlations

		KA1	KA2	KA3	KA4	KA TOTAL
KA1	Pearson Correlation	1	.849**	.657**	.697**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
KA2	Pearson Correlation	.849**	1	.752**	.752**	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
KA3	Pearson Correlation	.657**	.752**	1	.595**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
KA4	Pearson Correlation	.697**	.752**	.595**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
KA TOTAL	Pearson Correlation	.900**	.942**	.851**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	4

3. Keinovatifan Teknologi (X3)

Correlations

		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KT TOTAL
KT1	Pearson Correlation	1	.769**	.641**	.648**	.598**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
KT2	Pearson Correlation	.769**	1	.651**	.688**	.664**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
KT3	Pearson Correlation	.641**	.651**	1	.629**	.652**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
KT4	Pearson Correlation	.648**	.688**	.629**	1	.641**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
KT5	Pearson Correlation	.598**	.664**	.652**	.641**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110
KT TOTAL	Pearson Correlation	.847**	.882**	.847**	.847**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	5

4. Faktor Sosial (X4)

Correlations

		FS1	FS2	FS3	FS4	FS TOTAL
FS1	Pearson Correlation	1	.687**	.654**	.346**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
FS2	Pearson Correlation	.687**	1	.612**	.406**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
FS3	Pearson Correlation	.654**	.612**	1	.448**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
FS4	Pearson Correlation	.346**	.406**	.448**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
FS TOTAL	Pearson Correlation	.810**	.826**	.828**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	4

5. Competitive Pressure (X5)

Correlations

		CP1	CP2	CP3	CP TOTAL
CP1	Pearson Correlation	1	.867**	.681**	.929**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
CP2	Pearson Correlation	.867**	1	.702**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
CP3	Pearson Correlation	.681**	.702**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
CP TOTAL	Pearson Correlation	.929**	.935**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	3

6. Intensi Penggunaan *Financial Technology*

Correlations

		IPF1	IPF2	IPF TOTAL
IPF1	Pearson Correlation	1	.570**	.894**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	110	110	110
IPF2	Pearson Correlation	.570**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	110	110	110
IPF TOTAL	Pearson Correlation	.894**	.878**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	110	110	110

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	2

LAMPIRAN 4

Hasil Uji Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.26792074
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.078
	Negative	-.110
Kolmogorov-Smirnov Z		1.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.142

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

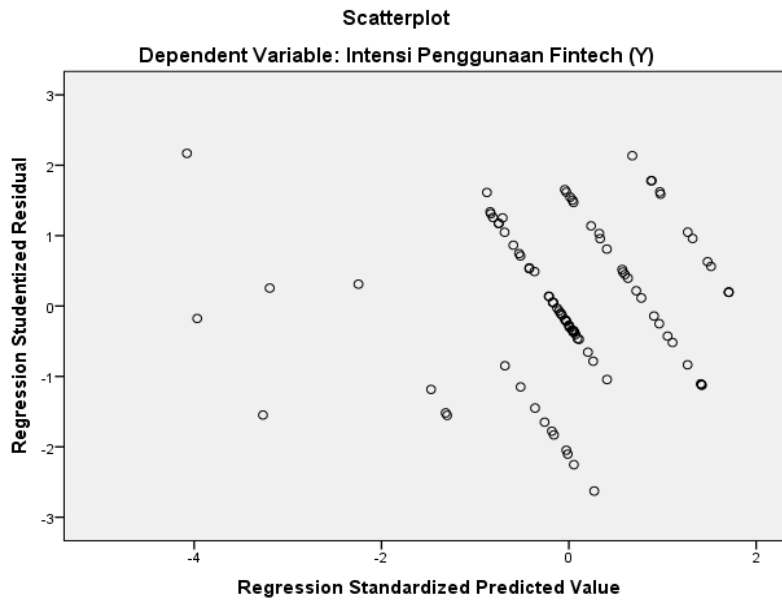
2. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.853	.226		3.781	.000		
Personalisasi (X1)	.194	.072	.232	2.709	.008	.281	3.560
Kemampuan Akses (X2)	.280	.064	.351	4.401	.000	.325	3.078
Keinovatifan Teknologi (X3)	.225	.075	.238	2.989	.003	.325	3.077
Faktor Sosial (X4)	.158	.065	.181	2.447	.016	.376	2.657
Competitive Pressure (X5)	-.008	.052	-.010	-.149	.882	.446	2.243

a. Dependent Variable: Intensi Penggunaan Fintech (Y)

3. Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN 5

Hasil Uji Regresi

1. Uji Regresi Persamaan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.785	.775	.274286

a. Predictors: (Constant), Competitive Pressure (X5), Personalisasi (X1), Faktor Sosial (X4), Keinovatifan Teknologi (X3), Kemampuan Akses (X2)

b. Dependent Variable: Intensi Penggunaan Fintech (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.853	.226		3.781	.000		
	Personalisasi (X1)	.194	.072	.232	2.709	.008	.281	3.560
	Kemampuan Akses (X2)	.280	.064	.351	4.401	.000	.325	3.078
	Keinovatifan Teknologi (X3)	.225	.075	.238	2.989	.003	.325	3.077
	Faktor Sosial (X4)	.158	.065	.181	2.447	.016	.376	2.657
	Competitive Pressure (X5)	-.008	.052	-.010	-.149	.882	.446	2.243

a. Dependent Variable: Intensi Penggunaan Fintech (Y)