

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT INDIVIDU  
DALAM PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY  
(Studi kasus pada pengguna ovo di Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

Oleh :

Nama: Muhammad Zulfikar Ismail

No. Mahasiswa: 17312073

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT INDIVIDU  
DALAM PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY  
(Studi kasus pada pengguna ovo di Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk  
mencapai Sarajan Strata 1 Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis  
dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama: Muhammad Zulfikar Ismail

No. Mahasiswa: 17312073

PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2021

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIATRISME

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

Yogyakarta, 21 April 2020

Penulis,



(Muhammad Zulfikar Ismail)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INDIVIDU  
DALAM PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY

(Studi kasus pada pengguna ovo di Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

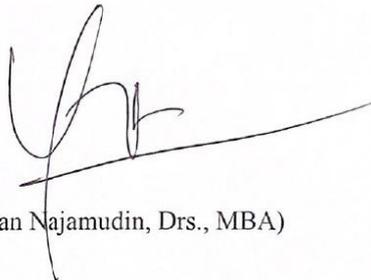
Nama: Muhammad Zulfikar Ismail

No. Mahasiswa: 17312073

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 7/4/21

Dosen Pembimbing,



(Yunan Najamudin, Drs., MBA)

## BERITA ACARA

### BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

#### SKRIPSI BERJUDUL

Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat individu dalam penggunaan financial technology

Disusun oleh : MUHAMMAD ZULFIKAR ISMAIL

Nomor Mahasiswa : 17312073

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Jum'at, 04 Juni 2021

Penguji/Pembimbing Skripsi : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Penguji : Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, Dt., M.Si

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Jangan takut jatuh, karena yang tidak pernah memanjatlah yang tidak pernah jatuh”

(Hamka)

*“Education is the most powerful weapon which can use to change the world”*

(Unknown)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa merendah penuh rasa syukur kupersembahkan karya ini untuk:

Ayah dan Mamahku tercinta

**Gentur Agus Sutarjo A.Pi.,M.Si. dan Since S.Pd**

Kakaku dan Adiku tersayang

**Risqi Faris Hidayat S.T.,M.T.,Ph.D dan Ahmad Kurnia Ramadhani**

Yang doa serta dukungan, nasihat dan kasih sayang tak pernah putus sejak dalam kandungan sampai sekarang

## KATA PENGANTAR



Assalamualikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kita kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Individu dalam Penggunaan Financial Technology” (Studi kasus pada pengguna OVO di Yogyakarta)** guna untuk memenuhi syarat kelulusan S1 Program Studi Akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Tidak lupa shalawat dan salam selalu tercurah kepada junjungan nabi kita Nabi Muhamamd SAW yang telah menjadikan agama islam dari minoritas menjadi mayoritas membawa agama islam dari kegelapan (jahiliyah) menuju zaman yang terang bendengarang seperti zaman sekarang ini.

Penyusunan skripsi ini pastinya masih jauh dari kata sempurna karena yang mempunyai kesempurnaan hanya Allah SWT semata. Namun penulis sudah berupaya keras mengoptimalkan usaha terbaiknya hingga bisa menyelesaikan skripsi ini, proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa dan usaha serta dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan dan ketulusan hati ini yang terdalem penulis mengucapkan terimah kasih kepada:

1. **Allah SWT** yang telah memberikan kesehatan, kekuatan serta segala kemudahan yang Allah berikan skripsi ini dapat terselesaikan.

2. **Nabi Muhammad SAW** sebagai panutan kita semua dalam menjalani kehidupan di dunia serta mengajarkan ilmu menjadi manusia yang selalu ridho kepada Allah SWT
3. **Orang tua penulis Gentur Agus Sutarjo dan Since** yang selalu memberikan support, doa dan mendukung penulis dalam segala hal, membawa penulis sehingga berada di titik ini. Terimah kasih ayah mamah setiap tetes keringat perjuangan kalian selalu ada doa yang mengalir ke kalian dan menjadi berkah dalam kehidupan dibalas oleh Allah SWT dalam berbentuk apapun.
4. **Sodara Kakak dan Adik** Risqi Faris Hidayat sebagai kakak pertama dan Ahmad Kurnia Ramadhani sebagai adik penulis yang memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhirnya sehingga dapat menjadi teladan baik buat keluarga.
5. **Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si.,Ak.** selaku ketua Program Studi Akuntansi Univeristas Islam Indonesia yang telah mendukung dan memfasilitasi dalam penyelesaian studi.
6. **Bapak Yunan Najamudin,Drs.,M.B.A.** selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktunya memberikan bimbingan dan saran yang mempunyai manfaat dalam menulis tugas akhir.
7. **Keluarga Feskon 2019** terimah kasih atas partisipasinya yang telah membuat perubahan dan mewarnai Fakultas Bisnis dan Ekonomi dalam berjuang menjalani Event terbesar di FBE UII, sebagai ketua OC minta

maaf sebesar-besarnya atas kesalahan yang disengaja maupun tidak sengaja dalam masa Event

8. **Keluarga Lembaga Eksekutif Mahasiswa FBE UII** terima kasih telah diberikan kesempatan bergabung belajar, berorganisasi dan mempelajari banyak hal meningkatkan soft skill dan partisipasinya di dalam demokrasi kampus dan tempat mengabdikan untuk mahasiswa, semua yang ada didalam ilmu, politik, kekeluargaan yang sangat saya sayangi.
9. **Keluarga Magang HMJA (Arya, Izul, Dibas, Dita, Mancit, Vega, Rezky, Fasa, Ambar, Cici, Nurul)** selaku teman dan orang pertama dalam mengikuti organisasi, banyak hal yang didapatkan di kegiatan organisasi magang di HMJA sehingga bisa menjadi seperti dititik ini
10. **Keluarga HMJA dan Mahasiswa Akuntansi 2017** selaku keluarga kedua di kampus juga sebagai teman seperjuangan termasuk dalam proses penyelesaian skripsi ini, tidak dapat disebutkan secara satu persatu terima kasih atas segala pengalamannya *see u on the top!*
11. **Untuk teman-teman seperjuangan (Helda, Raihan, Salma, Ainun Zuhri, Anisa, Afaf, Endah, Bagus, Abiyyu, Frida, Dinda, Cheby, Lulu)** terima kasih atas perteman baiknya susah senang zaman kuliah banyak kenangan yang dilewatkan bersama terima kasih teman !
12. **Keluarga PB (Adim, Alrez, Ical, Andharu, Fahmi abi, Nucol, Renal, Panji, Garin, Fayyad, Hanif, Bayu)** tidak ada kata perpisahan kecuali maut yang memisahkan, tak pernah sekalipun merasa kesepian dan siap untuk perpisahan namun semua pasti akan berpisah ingin tidak ingin, segala

curhatan hati dari kuliah sampai masalah pribadi, teman satu atap banyak kenangan bersama kalian sampai tidak bisa disebutkan satu-satu kenangannya terimah kasih banyakk keluarga PB ! “Terimah kasih menjadi rumah dan keluarga terbaik di Yogyakarta yang pernah penulis temui”

Penulis mengucapkan terimah kasih sebanyak-banyaknya atas semua bantuan dan doa dari semua pihak yang penulis sebutkan maupun tidak disebutkan. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semuanya secara langsung maupun tidak langsung, dengan selesainya tugas akhir ini penulis mohon maaf jika ada kesalahan yang disengaja maupun tidak sengaja dan terdapat banyak kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak masyarakat, bangsa dan negara.

Sekian,

Wassalamualaikum Wr, Wb.

Penulis,

Muhammad Zulfikar Ismail

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUL</b> .....	<b>1</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>2</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	<b>3</b>
<b>BERITA ACARA</b> .....	<b>5</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>6</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>7</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>8</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>12</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>15</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>16</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>17</b>
<b>ABSTARCT</b> .....	<b>18</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>19</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>19</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>24</b>
<b>1.3 Tujuan penelitian</b> .....	<b>24</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>25</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>26</b>
<b>2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel</b> .....	<b>26</b>
<b>2.1.1 Financial Technology</b> .....	<b>26</b>
<b>2.1.2 Produk Financial Technology</b> .....	<b>27</b>
<b>2.1.3 Pembayaran Elektronik (Elektronik Payment)</b> .....	<b>29</b>
<b>2.1.4 Theory of Planned Behavior (TPB)</b> .....	<b>31</b>
<b>2.2 Pengertian Variabel</b> .....	<b>32</b>
<b>2.2.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan</b> .....	<b>32</b>
<b>2.2.2 Jaminan Keamanan</b> .....	<b>32</b>
<b>2.2.3 Faktor Sosial</b> .....	<b>33</b>
<b>2.2.4 Efektivitas</b> .....	<b>34</b>

2.2.5	Motivasi hedonis .....	34
2.2.6	Diskon.....	35
2.3	Penelitian Terdahulu .....	35
2.4	Hipotesis Penelitian.....	41
2.4.1	Kemudahan penggunaan.....	41
2.4.2	Jaminan Keamanan.....	42
2.4.3	Faktor Sosial .....	43
2.4.4	Efektivitas .....	44
2.4.5	Faktor Hedonis .....	45
2.4.6	Diskon.....	45
2.5	Kerangka Penelitian .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>48</b>
3.1	Populasi dan Sampel.....	48
3.2	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.3	Variabel Penelitian dan Pengukuran Penelitian.....	49
3.3.1	Variabel Bebas .....	49
3.3.2	Variabel Terikat .....	54
3.4	Uji Validitas .....	55
3.5	Metode Analisis Data.....	55
3.6	Model Pengukuran .....	56
3.6.1	Uji Reliabilitas .....	56
3.6.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	56
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>57</b>
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	57
4.2	Deskripsi Responden .....	58
4.3	Analisis Deskriptif .....	59
4.4	Analisis Kuantitatif .....	64
4.4.1	Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outers Model</i> ) .....	64
4.4.2	Uji Validitas .....	64
4.4.3	Uji Reliabilitas .....	66
4.4.4	Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	67

4.4.5	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan .....	67
BAB V	.....	75
5.1	Kesimpulan .....	75
5.2	Keterbatasan Dalam Penelitian.....	75
5.3	Implikasi Penelitian .....	76
5.4	SARAN.....	77
5.4.1	Bagi Peneliti selanjutnya .....	77
5.4.2	Bagi Pemerintah .....	77
DAFTAR PUSTAKA	.....	78
LAMPIRAN	.....	83



## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 .....	57
Tabel 4. 2 .....	58
Tabel 4. 3 .....	59
Tabel 4. 4 .....	60
Tabel 4. 5 .....	61
Tabel 4. 6 .....	65
Tabel 4. 7 .....	66
Tabel 4. 8 .....	67
Tabel 4. 9 .....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1.....47



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	83
Lampiran 2.....	89
Lampiran 3.....	96
Lampiran 4.....	97
Lampiran 5.....	99



## **ABSTARCT**

*This study aims to examine the factors that influence individual interest in the use of financial technology. This study uses the Theory of Planned Behavior (TPB) theory and development models from the results of previous studies. The variables used in this study are usage, safety assurance, effectiveness, social factors, motivation and discounts. Research data obtained from the results of an online questionnaire survey. The sampling technique used the probability sampling method with simple random sampling technique with a total sample of 153 people. The results showed that the variables of use, safety, effectiveness, social factors and discounts were proven to affect individual interest in the use of financial technology, while the motivation variable did not show an influence on individual interest in the use of financial technology. Hypothesis testing in this study uses a structural model (Inner Model) with the SmartPLS application*

**Keywords:** *Financial Technology, Individual Interests, OVO, Theory of Planned Behavior*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam penggunaan financial technology. Penelitian ini menggunakan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan perkembangan model dari hasil penelelitian terdahulu. Variabel yang digunakan dalam meneliti ini adalah kemudahan penggunaan, jaminan keamanan, efektifitas, faktor sosial, motivasi hedonis dan diskon. Data penelitian yang diperoleh dari hasil pengumpulan kuesioner *online*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probably sampling dengan teknik simple random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 153 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, jaminan keamanan, efektifitas, faktor sosial dan diskon terbukti mempengaruhi minat individu dalam penggunaan financial technology, sementara variabel motivasi hedonis tidak menunjukkan adanya pengaruh pada minat individu dalam penggunaan financial technology. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model structural (*Inner Model*) dengan aplikasi *SmartPLS*

**Kata Kunci:** *Financial Technology, Minat Individu, OVO, Theory of Planned Behavior*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Hadirnya globalisasi di era milenium ini telah membawa dampak yang sangat besar di seluruh sektor kehidupan manusia termasuk salah satunya adalah sektor teknologi dan internet. Teknologi dan internet memiliki peran yang begitu sangat besar dalam menunjang segala aktivitas kehidupan manusia dan kurun dalam waktu 5 tahun terakhir era digital menumbuhkan banyak inovasi-inovasi yang membantu masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya, hal ini terlihat semakin banyak dan beragam aplikasi berbasis online yang muncul dan sangat mudah ditemui dalam berbagai aplikasi mobile. Pemanfaatan teknologi digital di Indonesia sangat besar dan tentu saja memberikan dampak bagi beberapa sektor, salah satu sektor yaitu Bisnis dan dari sektor bisnis melahirkan perdagangan online atau ecommerce Pemanfaatan teknologi melahirkan berbagai aplikasi mobile yang biasa sering kita jumpai dan media sosial mengubah semua pola pikir, gaya hidup serta perilaku masyarakat di semua aspek kehidupan sehari-hari, berkembangnya aplikasi online memudahkan melakukan aktivitas sehari-harinya menggunakan gadget smartphone yang terkoneksi dengan adanya jaringan internet, Perilaku dalam 3 tahun belakangan ini paling menonjolkan belanja online dan di Indonesia sangat berkembang pesat Belanja online ini, animo masyarakat yang tinggi akan produk, keterjangkauan dan mudah di dapatkan, Hal tersebut di tandai dengan hadirnya *Financial technology (fintech)*, tetapi di balik semua kecanggihan dari Financial Technology pernah ada kegagalan disuatu perusahaan Fintech yang mengalami

kegagalan yaitu perusahaan Yidai Coporation yang berasal dari China berdiri pada tahun 2014 hingga awal tahun 2019. Penyebab kebangkrutan dari Yidai Corporation akibat gagal bayar pinjaman yang terkait dengan masalah likuiditas pinjaman P2P dan melakukan modus penipuan dengan skema ponzi yang terkait dengan kepanikan investor untuk menarik dana dari Yidai Corporation

*Financial technology* adalah sebuah sistem berbasis teknologi yang menghasilkan layanan model bisnis, dan teknologi yang berdampak pada kestabilan moneter, kestabilan keuangan efisiensi, keamanan dan keandalan dalam sistem berbayar (Eltin, 2019), membuat perubahan yang signifikan pada perilaku masyarakat pada segala aspek kehidupan sehari-hari seperti menjamurnya perdagangan online atau transportasi online (Nur Fadillah Taufiqurrachman, 2019), transaksi keuangan melalui fintech ini meliputi pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan, dan pembandingan produk keuangan

Berdasarkan laporan Competitiveness Rangkaing tahun 2018 yang menilai tingkat kompetisi penggunaan teknologi digital di berbagai negara menunjukkan bahwa Indonesia menempati urutan ke 14 sebagai negara dengan tingkat teknologi digital terendah di bandingkan negara-negara Asia Pasifik, hal ini menggambarkan bahwa kesadaran terhadap kompetisi teknologi di Indonesia masih rendah, selain itu 73 persen penduduk Indonesia masih menggunakan dan menyukai transaksi manual atau tunai dan angka ini lebih tinggi dibandingkan rata-rata penduduk Asia yang pada umumnya 57 persen, yang menggambarkan bahwa masih sedikitnya masyarakat Indonesia yang beralih pembayaran non-tunai

PT Visionet Internasional merupakan perusahaan yang berkembang di bawah naungan perusahaan Lippo (digitalpayment), saat ini PT Visionet internasional memiliki orientasi pada penggunaan *smart financial apps* OVO, aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait cashless dan mobile payment, aplikasi OVO menjadikan aplikasinya menjadi pembayaran non tunai dan meningkatkan transaksi penggunaannya dalam beberapa tahun belakangan ini sebagai salah satu pembayar non tunai yang berbasis aplikasi dan sedang gencar di perkenalkan pada masyarakat Indonesia, OVO mengatakan mereka akan memberikan kemudahan dan keuntungan kepada pelanggannya, OVO telah bekerjasama dengan ratusan merchant yang ada di Indonesia salah satunya Grab Indonesia. Penggunaan layana OVO ini terbagi menjadi dua kategori yaitu OVO club (Pengguna biasa) dan OVO Primer. Pada harapannya Fintech ini seharusnya bisa lebih efisien dan lebih banyak yang menggunakan karena telah terbukti bahwa pembayaran tunai (cash) berevolusi menjadi pembayaran non-tunai (cashless) mempermudah masyarakat yang menggunakan Financial technology itu sendiri

Perkembangan Financial technology sudah banyak yang melakukan penelitian atas Financial technology dengan topik yang hampir sama yaitu di dalam Indonesia (Eltin, 2019), (Suhaeni, 2019), (Wildan, 2019), (Immawati & Dadang, 2019), (Kurniawan et al., 2018), (Marwanto, 2018), (Haryana, 2017), (S. kusuma Dewi, 2020)

Financial technology terdapat beberapa faktor yang menjadi penunjang dalam penelitian, penelitian yang di lakukan (Immawcati & Dadang, 2019) mengemukakan beberapa faktor yaitu Faktor kemudahan(x1), Faktor Jaminan

Keamanan(x2), Faktor Sosial(x3),Faktor efektivitas(x4) dan Penelitian lain yang di lakukan (Oktafikasari & Mahmud, 2017), Penelitian yang di lakukan (Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, 2017) mengatakan salah satu faktor yaitu adanya keamanan (x5) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Financial technology tetapi faktor kemudahan(x1) menurut (Marwanto, 2018) tidak signifikan dan juga menurut (Immawati & Dadang, 2019) faktor efektivitas tidak signifikan

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya beberapa faktor berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Financial technology konsisten tetapi ada satu faktor yang berbeda pendapat yang mengatakan faktor kemudahan (x1) tidak Konsisten karena dalam penelitian sebelumnya yang di lakukan (Immawati & Dadang, 2019) mengatakan Fintech dapat berperan berperan sebagai alat atau teknologi yang mempermudah proses jual beli antara penjual dan consumer dan mempermudah proses transaksi serta juga dapat mengurangi cela dan kecurangan yang ada dalam proses tersebut, fintech juga dapat sebagai alat bayar yang sah yang sudah sesuai dan berlaku di Indonesia tanpa perlu menggunakan instrumen kertas perbedaan, sedangkan (Marwanto, 2018) menganggap bahwa ketika suatu teknologi belum mampu memberikan kemudahan dalam menggunakannya dan masih harus bersusah payah dalam melaraskan hubungan antara kemudahan dan financial technology maka secara bersamaan tidak akan ada manfaat yang lebih bagi penggunanya dalam melakukan berbagai kegiatan khususnya transaksi Financial technology, sedangkan Faktor Efektivitas(x2) tidak mempunyai pengaruh signifikan dan tidak konsisten karena efektivitas dalam penggunaan produk fintech

itu seharusnya ditawarkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna sehingga dapat mempermudah aktivitas sehari-hari pengguna

Perbedaan yang terjadi antara yaitu perbedaan teori yang digunakan keduanya (Marwanto, 2018) menggunakan teori Kombinasi antara *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* dan sedangkan (Immawati & Dadang, 2019) menggunakan *Peer to Peer (P2P) Lending* tetapi keduanya menggunakan sistem yang sama dalam penelitian yaitu pengambilan sampling di Daerah penelitian

Penelitian ini didasari oleh penelitian (Immawati & Dadang, 2019) dengan melakukan pengujian menggunakan teori *Theory of Planned Behavior (TPB)* dengan meneliti beberapa faktor yaitu Kemudahan, Jaminan keamanan, Efektivitas dan menambahkan beberapa Variabel Faktor sosial, Motivasi hedonis dan Diskon terhadap penelitian ini dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* dengan sejumlah modifikasi agar dapat menghasilkan penelitian yang bermanfaat bagi pihak terkait. Berdasarkan penjelasan tersebut maka judul penelitian ini adalah

**“Faktor-Faktor yang memengaruhi minat individu dalam penggunaan Financial Technology (OVO)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh **kemudahan** terhadap minat penggunaan financial technology pada ovo?
2. Apakah terdapat pengaruh **jaminan keamanan** terhadap minat penggunaan financial technology pada ovo?
3. Apakah terdapat pengaruh **efektivitas** terhadap minat penggunaan financial technology pada ovo?
4. Apakah terdapat pengaruh **faktor sosial** terhadap minat penggunaan financial technology pada ovo?
5. Apakah terdapat pengaruh **motivasi hedonis** terhadap minat penggunaan financial technology pada ovo?
6. Apakah terdapat pengaruh **diskon** terhadap minat penggunaan financial technology pada ovo?

## 1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kemudahan terhadap financial technology (ovo)
2. Mengetahui pengaruh jaminan keamanan terhadap financial technology (ovo)
3. Mengetahui pengaruh efektivitas terhadap financial technology (ovo)
4. Mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap financial technology (ovo)
5. Mengetahui pengaruh motivasi hedonis terhadap financial technology (ovo)
6. Mengetahui pengaruh diskon terhadap financial technology (ovo)

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan ulasan di atas maka manfaat penelitian ini untuk berbagai pihak adalah

1. Pihak Masyarakat dan Pengguna Financial Technology (OVO)

Penelitian ini akan menguji seberapa efektifnya Financial technology ini kepada individu dan masyarakat dan melihat kelebihan dan kekurangan fitur yang di sediakan Financial Technology (OVO), sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam penggunaannya

2. Pihak Perusahaan

Hasil dari Penelitian ini yang dilakukan dapat menambah pengetahuan perusahaan Financial Technology (OVO) dalam mengembangkan dan menyempurnakan fitur-fitur yang dibutuhkan masyarakat dan menemukan keunggulan kompetitifnya

3. Pihak Peneliti

Penelitian ini akan menambahkan pengetahuan lebih dalam tentang pengaruh Financial technology di masyarakat, selain itu penelitian ini juga akan memicu penulis untuk mempelajari dan meneliti dalam lagi yang berkaitan dengan sistem Financial Technology (OVO)

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori dan Pengertian Variabel**

##### **2.1.1 Financial Technology**

Perkembangan ekonomi digital dalam bentuk financial technology (fintech) akan menjadi penyongkong bagi perekonomian dunia, melalui mekanisme di waktu akan datang yaitu penciptaan pekerjaan baru (job creation), ekonomi digital berkontribusi sekitar 22% pada tahun 2016 terhadap perekonomian global dan seentara di asia tenggara kontribusi ekonomu digital pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) juga semakin meninggi yaitu 2,8% pada tahun 2018 dan akan menjadi 8% pada tahun 2025 (Ekon.go.id,2019). *Financial Technology* adalah sebuah sistem berbasis teknologi yang menghasilkan layanan, model bisnis, dan teknologi yang berdampak pada kestabilan moneter, kestabilan keuangan,efisiensi, keamanan dan keandalan dalam sistem berbayar (Eltin, 2019), Financial Technology mengacu pada integrasi keuangan dan teknologi dan berbeda dari keuangan elektronik di mana Teknik keuangan saat ini terus di dukung oleh keuangan elektronik yang ada saat ini, Fintech memiliki aset inovasi yang dapat mengubah value chain keuangan yang sudah ada saat ini (Kurniawan et al., 2018)

Financial technology memiliki banyak layanan keuangan seperti pendanaan, jasa pengaturan keuangan, pembayaran dan jasa transfer uang dan hal ini sebagai revolusi yang terjadi dalam bisnis startup (Urba et al., 2019), menurut (Immawati & Dadang, 2019) Financial technology atau di sebut dengan Fintech yaitu bentuk layanan yang berbasis teknologi dan saat ini sedang trend di dunia baik

berupa perangkat ataupun bisnisnya dan implementasi di pemanfaatan teknologi jasa layanan keuangan dan perbankan .

### **2.1.2 Produk Financial Technology**

Menurut (Elnizar, 2018) di Indonesia ada banyak produk financial technology yang di buat startup dikarenakan keperluan yang dibutuhkan karena produk Financial technology ini sangat berkembang di negara Indonesia ini dan sebagai alternatif bagi masyarakat terutama kebutuhan berbagai barang dan jasa yang ada dan ini adalah macam-macam Financial technology di Indonesia

1. Perusahaan investasi online Layanan finansial yang di buat dan disediakan oleh bank yang ada di Indonesia sebagai sarana investasi secara online misalnya reksadana, asuransi, saham, obligasi dan produk yang lain
2. Peer-to-peer lending Finance technology alternative baru yang disediakan oleh swasta bertujuan untuk menghimpun permodalan dan ditawarkan kepada pemilik usaha kecil menengah (UMKM)
3. Crowdfunding Platfrom digital hampir sama seperti P2P Lending tetapi perbedaan yang ada di Crowdfunding ini pengumpulan dana dilakukan secara gotong royong melalui website yang di sediakan oleh startup dan tidak terkhusus pemberian modal kepada UMKM tapi lebih ke orang yang membutuhkan seperti tujuan sosial, pendidikan, donasi hingga kesehatan, contoh website crowdfunding yang biasa kita jumpai yaitu Ayopeduli.com, Kitabisa.com

4. Mobile payments/online banking Transaksi berfungsi pada pembayaran-pembayaran untuk kegiatan keseharian seperti pembayaran tagihan bulanan, pembayaran dan pembelian di market place, informasi rekening dan lain-lain
5. Risk and Investment Management Risk and Investment Management merupakan perencanaan keuangan berbentuk digital yang akan membantu para penggunaannya mengatur keuangannya
6. Market place merupakan platform digital yang memudahkan penjual untuk menawarkan dagangannya dan juga memberikan akses belanja yang mudah sehingga konsumen dapat mengaksesnya melalui jaringan internet di mana saja, Contoh Produk dari finance technology Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Lazada dan lain-lain
7. E-Wallet menurut (Mulyana & Wijaya, 2018) Dompet elektronik (electronic wallet) yang selanjutnya disebut Dompet elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik berupa server based, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran, contoh T-Cash Telkomsel, XL Tunai, Rekening Ponsel, CIMB Niaga, BBM Money, DOKU
8. E-Money (Mulyana & Wijaya, 2018) adalah alat pembayaran digital atau alat pembayaran yang menggunakan media elektronik yang tersambung dengan chip pada umumnya seperti berupa kartu baik debit

atau kredit seperti Flazz BCA, Blink BTN, Mega Cash, Nobu E-Money, Cash BNI

### **2.1.3 Pembayaran Elektronik (Elektronik Payment)**

Penerapan teknologi sangat lekat dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, saat ini terdapat pembayaran yang bersifat elektronik yang memudahkan masyarakat beraktivitas yaitu sebuah pembayaran yang bersifat elektronik yang dikenal dengan *E-Payment*. *E-Payment* sendiri dapat diartikan dengan sebagai sebuah transaksi atau pembayaran non tunai yang biasanya dilakukan dalam kegiatan *E-Commerce*. Dalam pengertiannya pembayarannya elektronik (*E-Payment*) merupakan salah satu proses transaksi yang dilakukan tanpa membutuhkan instrumen seperti kertas (.aya), saat ini penggunaan Elektronik payment banyak digunakan di Indonesia hal itu disebabkan masyarakat lebih memilih prinsip *Cashless* dari pada menyimpan banyak uang tunai di dompet mereka, dengan keberadaan Elektronik payment ini sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa mengenal waktu dan Batasan jarak yang dapat menghambat transaksi yang akan di lakukan. Dengan adanya pembayaran elektronik (*e-Payment*), pengguna hanya melakukan one click untuk melakukan berbagai macam pembayaran, menurut Sumanjeet (2009) dalam (S. kusuma Dewi, 2020) mengemukakan bahwa pembayaran elektronik dapat dikategorikan menjadi empat yaitu sebagai berikut

#### **1. Kartu Kredit Online (*Online Credit Card*)**

Pengguna kartu kredit sendiri yang kita ketahui sudah sangat umum di masyarakat. Terdapat perbedaan pada kartu kredit online dan kartu kredit

biasa, perbedaannya yaitu terletak pada wujud nya. Pada kartu kredit online wujud kartunya tidak ada tapi kartu kredit online ini menganut sistem online dan berupa hanya digital aja sehingga mempermudah penggunaanya pada saat melakukan transaksi ataupun penundaan pembayaran yang dilakukan secara online

2. Sistem Cek Elektronik (*Eltronik Cheque Sistem*)

Cek konvensional pada umumnya berbentuk kertas namun dengan seiringnya berkembang zaman dan teknologi maka terciptalah cek yang bersifat elektronik perbedaan check elektronik dengan non elektronik yaitu pengisian data, nominal dan tanda tangan diisikan secara digital

3. Kartu Serba Guna (*Smart Card*)

Kartu serbaguna ini mempunyai kesamaan dengan kartu biasa pada umumnya, di mana pada saat melakukan transaksi uang yang ada di dalam kartu akan di debet menggunakan mesin khusus, keunggulan dari kartu serbaguna selain digunakan dalam transaksi penerima uang juga dapat mengetahui informasi apa yang mereka telah transaksi pembayaran ataupun pembelian. Contoh *Smart Card* yang banyak digunakan di Indonesia yaitu *E-Money* dan ATM

4. Uang Tunai Elektronik (*Elektronik Cash*)

Uang tunai elektronik (*Eltronik Cash*) sebagai alat pembayaran untuk mendapatkan atau membeli segala sesuatu yang diinginkan secara elektronik bedanya dengan uang tunai biasa yaitu elektronik cash tidak

menggunakan instrumen kertas dan hanya menggunakan instrumen digital sehingga mempermudah pada saat transaksi dan perhitungan uang yang akurat

#### **2.1.4 Theory of Planned Behavior (TPB)**

Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan, meskipun demikian perlu pertimbangan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsian orang tersebut. Bila ada sikap positif, dukungan dari orang sekitar serta adanya persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berperilaku maka niat seseorang untuk berperilaku akan semakin tinggi. (Machrus & Urip, 2010) Teori tindakan yang di rencanakan (*Theory of Planned Behaviour*) mengemukakan bahwa tindakan manusia dibimbing oleh tiga macam faktor, yaitu tindakan keyakinan (belief) tentang hasil perilaku dan evaluasi terhadap hasil perilaku (behavior belief), motivasi untuk menuruti dari adanya harapan tersebut (normative belief), (Setiawan et al., 2020) mengatakan niat seorang manusia untuk melakukan sesuatu perilaku menentukan akan di lakukan atau tidaknya perilaku tersebut, di dasarkan pada asumsi bahwa norma subjektif (Subjective Norm) dan kontrol perilaku persepsian (Perceived Behavior Control) menentukan minat perilaku masyarakat dalam menentukan sistem pembayaran virtual dalam aplikasi online maupun transportasi online, Teori

tindakan yang direncanakan (Theory of Planned Behavior atau TPB) merupakan teori pengembangan lebih lanjut dari Theory of Reasoned Action (TRA)

## **2.2 Pengertian Variabel**

### **2.2.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut Davis, (1989) dalam (Cita Cania, 2018) Mendefinisikan persepsi kemudahan yaitu sebuah persepsi keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan terbebas dari masalah, Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan di mana seorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu tidak perlu memerlukan usaha apapun (free of effort) atau dengan kata lain teknologi itu dapat dengan mudah di pakai dan di pahami oleh pengguna (Andrayanto, 2016), menurut (Rahman, 2017) mendefinisikan bahwa kemudahan penggunaan (ease of use) yaitu di mana suatu tingkatan seseorang percaya bahwa produk dapat digunakan dengan mudah dan dipahami baik waktu dan tenaga seseorang dalam penggunaannya

(Pusparani Ilafi, 2019) Teknologi dapat dikatakan kemudahan jika memiliki beberapa syarat yang harus dipunyai yaitu:

1. Mudah dipahami dalam pengoperasiannya
2. Teknologi dapat dengan mudah dipelajari oleh individu
3. Terampil dan mudah dalam penggunaan suatu teknologi

### **2.2.2 Jaminan Keamanan**

Dalam penelitian (Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, 2017) Amam mempunyai mempunyai arti yang luas yaitu bebas dari ancaman bahaya, terlindungi dan gangguan, terhindar dari rasa takut, aman adalah kondisi di mana

seseorang bebas dari cedera fisik dan psikologis dan kondisi aman dan tentram, menurut (Mahali et al., 2015) Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (cheating) atau mendeteksi di sebuah sistem adanya penipuan yang berbasis informasi dan di mana informasi nya itu sendiri tidak memiliki arti fisik dalam memenuhi kebutuhan rasa aman seseorang memerlukan privasi dan respek yang dijelaskan sebagai berikut:

- a.) Privasi adalah sebuah kontrol seleksi untuk berhubungan dengan diri atau kelompoknya, kontrol selektif ini merupakan proses dinamis yang aktif dan di mana privasi dapat berubah setiap saat sesuai dengan kondisinya yang terjadi
- b.) Dan respek dan penerimaan sosial adalah kehangatan yang dirasakan individu yang di mana individu merasa memiliki dan terlibat sehingga menganggap bahwa dirinya menjadi bagian dari lingkungannya

### **2.2.3 Faktor Sosial**

(Pengajar et al., 2007) Faktor sosial dapat diartikan sebagai tingkat di mana seseorang atau individu menganggap bahwa orang lain dapat berperan dan meyakinkan individu untuk melakukan seperti apa yang mereka lakukan, Venkatesh et al.(2003) dalam (Pusparani Ilafi, 2019) Mengatakan pengaruh sosial ialah tingkat di mana seseorang atau individu menganggap orang-orang yang disekitarnya seperti teman, keluarga mengajak individu dalam penggunaan sistem baru. Dalam hal ini Faktor Sosial menjadi faktor yang penting bagi perkembangan Financial Technology (OVO) di mana orang lain menggunakan produk Financial

Technology dapat berperan sangat penting untuk mengikuti tren yang sedang terjadi.

#### **2.2.4 Efektivitas**

Pengertian Efektivitas menurut Kamus Bahasa Indonesia dalam (Wildan, 2019) berasal dari kata “Efektif” yaitu efek atau akibat, pengaruh dan menjadikannya hasil, dalam hal ini Efektivitas yang dimaksud adalah hasil dari penggunaan teknologi secara berkala dan sesuai dengan tujuannya dan juga sebagai ukuran kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dan menurut (Davis, 1989) Persepsi kegunaan adalah suatu ukuran kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan prestasi kerja mereka, berdasarkan uraian diatas bahwa persepsi kegunaan sangat berkaitan dengan efektivitas, semakin banyak kegunaan yang telah di dapatkan maka semakin efektivitas pengguna dapat tercapai

(Wildan, 2018) Persepsi Kegunaan dapat dibagi menjadi beberapa dimensi

1. Pengguna sistem dapat meningkatkan produktivitasnya
2. Pengguna dapat meningkatkan kinerja individu
3. Penggunaan sistem dapat meningkatkan efektivitas kinerja seorang individu
4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu

#### **2.2.5 Motivasi hedonis**

Menurut Venkatesh et al.(2003) dalam (Pusparani Ilafi, 2019) Motivasi Hedonis diartikan sebagai sebuah perasaan individu yang menyenangkan atau kenikmatan yang disebabkan atas penggunaan teknologi, melihat dari kondisi sosial

seseorang yang menyenangkan atas penggunaan financial technology ini bisa menjadi satu alasan mengapa masyarakat atau individu menggunakan Financial Technology (OVO), kepuasan dan kebahagiaan dalam menggunakan Financial Technology (OVO) akan meningkatkan referensi masyarakat untuk terus menggunakan teknologi tersebut

### 2.2.6 Diskon

Menurut Tjiptono dalam (K. I. Dewi & Kusumawati, 2018) Diskon merupakan potongan harga yang di berikan penjual atas apresiasi dan bagian dari aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan penjual, masyarakat ketika melihat yang berkaitan dengan diskon atau potongan harga biasanya mereka akan tertarik dengan sesuatu yang berdiskon maka dan menjadi referensi mereka dalam menggunakan produk yang ada diskon atau potongan harganya, dalam hal ini Financial Technology (OVO) biasanya menggunakan diskon atau potongan harga untuk menarik masyarakat dalam menggunakan produk Financial Technology mereka.

## 2.3 Penelitian Terdahulu

### 2.3.1 Tabel Penelitian terdahulu

NO	Penelitian Terdahulu	Variabel	Hasil
1	(Syariah et al., 2018), Faktor-Faktor yang memengaruhi minat individu terhadap	Variabel dependen: Minat Individu  Variabel independent:	1. Persepsi kemudahan bersifat positif dan signifikan

	<p>Financial technology (fintech) Syariah (Paytern) sebagai salah satu alat transaksi pembayaran</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi Manfaat</li> <li>• Persepsi kemudahan</li> </ul>	<p>2. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan</p>
2	<p>(Immawati &amp; Dadang, 2019) Minat masyarakat Bertransaksi menggunakan financial technology (Fintech) di kota Tangerang</p>	<p>Variabel dependen: Minat bertransaksi</p> <p>Variabel independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faktor kemanfaatan</li> <li>• Faktor kemudahan</li> <li>• Faktor Sosial</li> <li>• Faktor efektivitas</li> <li>• Faktor jaminan keamanan</li> </ul>	<p>1. Faktor kemanfaatan, kemudahan, sosial dan jaminan keamanan berpengaruh positif dan signifikan</p> <p>2. Faktor efektivitas berpengaruh positif tapi tidak signifikan</p>

3	(Nur Fadillah Taufiqurrachman, 2019)	Variabel dependen: Financial Technology Variabel independent: Persepsi masyarakat	Persepsi masyarakat atas financial technology berpengaruh positif terhadap fintech dan signifikan
4	(Kurniawan et al., 2018) Analisa penggunaan Layanan Payment gateway pada financial technology dengan metode EUCS	Variabel dependen: Analisa penggunaan layanan Payment Gateway Variabel independent: Financial technology	Hasil analisis survei persepsi penggunaan layanan payment gateway pada fintech menunjukkan persepsi sangat puas
5	(Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, 2017) Perlindungan hukum terhadap nasabah pengguna layanan Fintech (Financial Technology)	Variabel dependen: Layanan Fintech Variabel independent: Perlindungan hukum	Peran OJK dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen sangat diperhatikan dengan cara salah satunya mengeluarkan

			Peraturan OJK 77/POJk.01/2016
6	(Pusparani Ilafi, 2019) Faktor yang memengaruhi minat mahasiswa untuk mengadopsi aplikasi berbasis Financial Technology	Variabel dependen: Minat mahasiswa mengadopsi aplikasi financial technology  Variabel independent: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Behavior intention</li> <li>• Sosial influence</li> <li>• Hedonic</li> <li>• Perceived usefulness</li> <li>• Perceived easy of use</li> <li>• Trust</li> <li>• Moderating effect SI</li> <li>• Moderating effect HM</li> </ul>	1. Perceived technology security dan Trust berpengaruh positif 2. Sedangkan Variabel yang lainnya tidak berpengaruh positif

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderating effect PU</li> <li>• Moderating effect PEU</li> <li>• Gender</li> </ul>	
7	<p>(Marwanto, 2018)</p> <p>Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile Banking: Model kombinasi TAM (Technology Acceptance Model) dan TPB (Theory of Planned Behavior)</p>	<p>Variabel dependen: Minat Individu</p> <p>Variabel dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi kegunaan</li> <li>• Persepsi Kemudahan</li> <li>• Sikap</li> <li>• Norma Subjektif</li> <li>• Kontrol perilaku</li> </ul>	<p>1. Persepsi kegunaan, Sikap, Subjektif, Perilaku di terima dan berpengaruh positif</p> <p>2. Sedangkan Persepsi kemudahan berpengaruh negative</p>
8	<p>(Wildan, 2019)</p> <p>Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan,</p>	<p>Variabel dependen: Minat bertransaksi menggunakan Fintech</p>	<p>Semua variabel Efektivitas, Risiko dan Persepsi Kemudahan Penggunaan</p>

	<p>Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)</p>	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Efektivitas</li> <li>• Risiko</li> <li>• Persepsi Kemudahan penggunaan</li> </ul>	<p>berpengaruh positif dan signifikan</p>
<p>9</p>	<p>(S. kusuma Dewi, 2020) Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi Minat Penggunaan Fitur Paylater pada Aplikasi Traveloka</p>	<p>Variabel Independet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekspektasi kinerja</li> <li>• Ekspektasi usaha</li> <li>• Pengaruh Sosial</li> <li>• Fasilitas Pendukung</li> <li>• Motivasi hedonis</li> <li>• Nilai Harga</li> </ul>	<p>Semua variabel di dalam penelitian ini menyatakan berpengaruh positif, sedangkan Variabel Ekspektasi usaha dan Fasilitas pendukung menyatakan menolak atau tidak berpengaruh positif</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persepsi</li> </ul>	
		Keamanan	
		Teknologi	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat</li> </ul>	
		Penggunaan	

## 2.4 Hipotesis Penelitian

### 2.4.1 Kemudahan penggunaan

(Rahman, 2017) mendefinisikan bahwa kemudahan penggunaan (ease of use) yaitu di mana suatu tingkatan seseorang percaya bahwa produk dapat digunakan dengan mudah dan dipahami baik waktu dan tenaga seseorang dalam penggunaannya, Kemudahan penggunaan menunjukkan bahwa orang-orang menggunakan salah satu produk Financial Technology karena adanya faktor menarik yang ditunjukkan oleh orang lain sehingga menarik perhatian konsumen lain dan terpengaruh mencoba produk Financial technology, hal ini sesuai dengan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) bahwasanya untuk memengaruhi penggunaan teknologi oleh pengguna dibutuhkan 5 kerangka yaitu Persepsi kemudahan, Persepsi manfaat, Minat perilaku dan Kemudahan sistem

Dalam penelitian menurut (Pusparani Ilafi, 2019) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif sama dengan penelitian yang dilakukan (Wildan, 2019), Penelitian terdahulu yang dilakukan (Syariah et al., 2018) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan hal ini disebabkan karena hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan

penggunaan aplikasi Financial Technology maka semakin baik pula sikap seorang individu terhadap sebuah aplikasi Financial Technology, Berdasarkan Uraian di atas maka ditarik hipotesis :

**H1: Kemudahan Penggunaan Berpengaruh positif terhadap Minat Individu dalam penggunaan Financial Technology**

**2.4.2 Jaminan Keamanan**

Menurut (Mahali et al., 2015) Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (cheating) atau mendeteksi di sebuah sistem adanya penipuan yang berbasis informasi kebocoran data dan kerahasiaan data, di mana informasi nya itu sendiri tidak memiliki arti fisik.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwasanya Jaminan keamanan adalah salah satu faktor yang membuat minat individu banyak yang tertarik menggunakan produk Financial Technology karena Jaminan keamanan seperti data pribadi perseorangan, kelompok maupun organisasi dirawat dan dijaga kebenaran serta dilindungi kerahasiaannya, perlindungan data pribadi dalam sistem elektronik mencakup perolehan, penganalisaan, penampilan, penyimpanan, pengumpulan, pengiriman, penyebarluasan dan pemusnahan data pribadi dan pelaksanaan perlindungan data dalam sistem elektronik harus berdasarkan asas penghormatan terhadap data pribadi sebagai privasi dan setiap data pemilik pribadi ataupun organisasi memiliki hak atas datanya dan hak itu sudah di atur dalam pasal 26

Dalam penelitian (Immawati & Dadang, 2019) bahwasannya Keamanan penggunaan dalam bidang Financial Technology sudah di dukung oleh Bank

Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan untuk penggunaannya, hal ini mengatur industri keuangan dan penggunaan Financial Technology di Indonesia berdasarkan jenis penggunaannya dan di pisah berdasarkan Bank dan Non Bank yang menyediakan layanan keuangan berbasis teknologi atau Financial Technology, Berdasarkan uraian diatas maka ditarik hipotesis :

**H2: Keamanan Berpengaruh positif terhadap Minat Individu dalam penggunaan Financial technology**

### **2.4.3 Faktor Sosial**

Menurut (Vankatesh et al., 2003) Pengaruh sosial ialah tingkat di mana seseorang individu menganggap orang di sekitarnya seperti, teman keluarga atau teman mengajak individu untuk menggunakan sebuah sistem baru, pengaruh sosial juga mencerminkan pendapat dari seorang teman pengguna teknologi, kerabat atau atasan untuk menggunakan suatu teknologi (Vankatesh et al., 2003)

Dalam hal ini Faktor sosial berkaitan dengan Financial technology karena Financial Technology sudah masuk dalam gaya hidup seseorang individu di mana orang yang mempunyai produk Financial Technology maka akan di anggap oleh orang sekitarnya atau lingkungan di anggap orang yang modernisasi dan sudah menjadi gaya hidup seseorang dalam menggunakan dan membeli produk atau jasa yang jauh sekalipun, maka dari itu Faktor sosial adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi orang sekitar mengikuti gaya hidup seseorang

Menurut (Immawati & Dadang, 2019) di dalam penelitiannya Bahwasanya Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan hal ini di sebabkan karena orang-

orang yang menunjukkan dan menggunakan Produk Financial Technology karena adanya faktor prestise yang di tunjukkan orang lain sehingga kondisi ini menarik perhatian konsumen lain yang belum menggunakan Financial Technology dan terpengaruh untuk mencoba menggunakannya Berdasarkan uraian diatas maka ditarik hipotesis :

**H3 : Faktor Sosial Berpengaruh positif terhadap Minat Individu dalam penggunaan Financial technology**

**2.4.4 Efektivitas**

(Wildan, 2019) Efektivitas menurut kamus besar bahasa Indonesia berasal dari kata “Efektif” atau biasa disebut dengan efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil, dalam hal ini efektivitas yang di maksudkan yaitu hasil yang didapat dari pengguna suatu financial technology yang sesuai dengan tujuannya individu Berdasarkan penjelasan di atas bahwasanya Efektivitas sangat berpengaruh terhadap Financial technology dikarenakan Financial Technology itu mampu mengubah sistem pembayaran cepat tanpa harus bersusah payah dengan kata lain lebih cepat dari yang harus manual, penggunaan dengan efektivitas mempermudah perseorangan maupun organisasi dalam mengurus pembayaran dalam jangka besar dan cepat tanpa harus menunggu lama

Dalam penelitian Menurut (Immawati & Dadang, 2019) Bahwasanya produk Financial Technology merupakan bentuk pembayaran yang di lakukan dengan sebuah perangkat mobile yang di gunakan untuk memulai, memberi kuasa dan menyetujui sebuah pertukaran suatu nilai uang atau barang maupun layanan jasa, berdasarkan uraian diatas maka ditarik hipotesis :

#### **H4 : Efektivitas Berpengaruh positif terhadap Minat Individu dalam penggunaan Financial technology**

##### **2.4.5 Faktor Hedonis**

Venkates h et al.(2003) dalam (Pusparani Ilafi, 2019) Motivasi Hedonis didefinisikan sebagai sebuah perasaan yang menyenangkan atau kenikmatan yang disebabkan atas penggunaan teknologi. Dalam hal ini bahwasanya Faktor Hedonis berpengaruh terhadap Financial Technology dikarenakan Financial technology ini merupakan suatu dorongan individu untuk berperilaku dengan memegang prinsip sesuai dengan kehendaknya dan juga mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup dengan membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian

Dalam penelitian (S. kusuma Dewi, 2020) bahwasanya Financial Technology dapat meningkatkan kepuasan dan kebahagiaan yang muncul ketika menggunakan teknologi tersebut, saat pengguna menemukan keunggulan dari sebuah fitur yang ada dan pada digunakan teknologi tersebut akan meningkatkan preferensi pelanggan untuk terus menggunakan teknologi tersebut, berdasarkan uraian tersebut maka ditarik hipotesis

#### **H5 : Motivasi Hedonis Berpengaruh terhadap Faktor-Faktor Minat Individu dalam Penggunaan Financial Technology (OVO)**

##### **2.4.6 Diskon**

Menurut Putra, Kumadji, et al., (2016) dalam (K. I. Dewi & Kusumawati, 2018) Diskon adalah potongan harga yang telah di kasih oleh penjual kepada pembeli sebagai timbal balik penghargaan atas transaksi jual beli yang terjadi,

penerapan diskon harga di Financial Technology ini dapat menambah daya Tarik konsumen dalam hal penjualan di aplikasi financial technology (OVO) dikarenakan banyak pilihan diskon yang tertera di aplikasi financial technology.

Dalam penelitian (K. I. Dewi & Kusumawati, 2018). Menunjukkan bahwa diskon berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang diinginkan atau direncanakan maka ditarik kesimpulan atas uraian tersebut

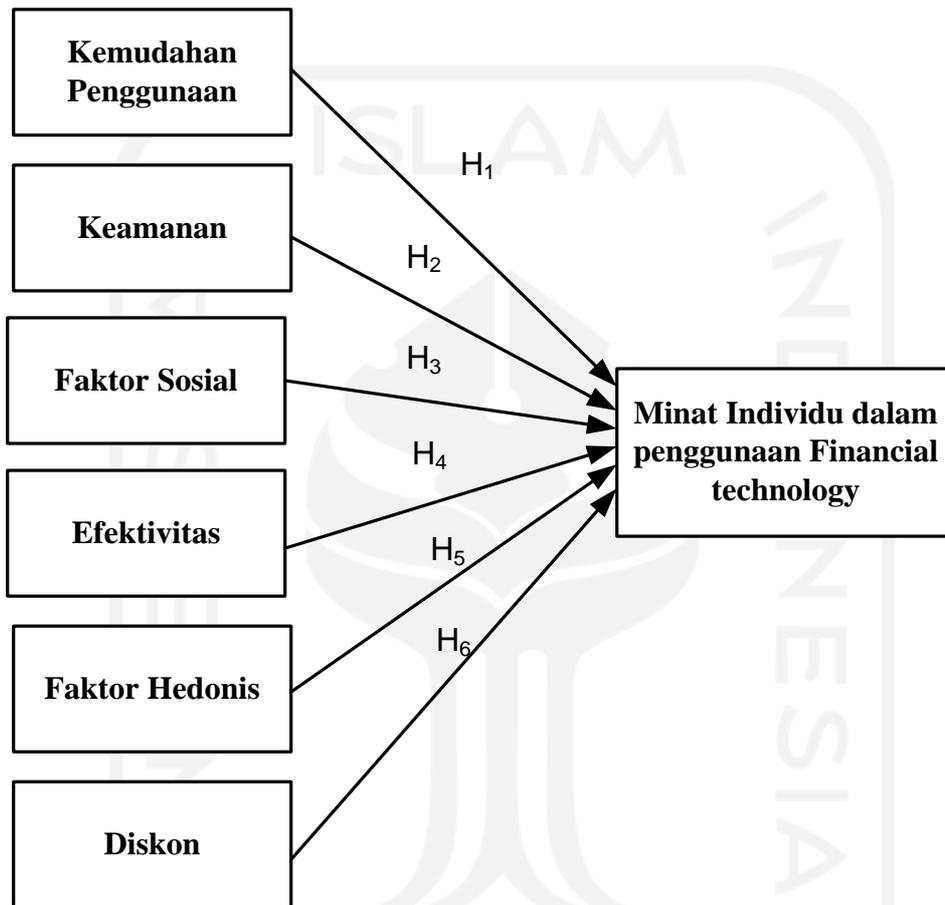
#### **H6 : Diskon Berpengaruh terhadap Faktor-Faktor Minat Individu dalam Penggunaan Financial Technology (OVO)**

#### **2.5 Kerangka Penelitian**

Kerangka penelitian ini merupakan suatu replikasi dan modifikasi dari beberapa penelitian yang dilakukan (S. kusuma Dewi, 2020) Dengan menggunakan konsep model teori Theory of Planned Behavioral (TPB) sebagai dasar penelitian. Dalam penelitian ini mencoba untuk memperluas model TFB dengan menambahkan variabel diskon dan persepsi keamanan teknologi karena dirasa penting dan perlu di pertimbangkan dalam minat penggunaan financial technology. Hubungan antar variabel yang akan diujikan yaitu kemudahan penggunaan, keamanan, faktor sosial, efektivitas, faktor hedonis dan diskon sehingga peneliti memutuskan untuk membuat model kerangka penelitian seperti berikut

**Gambar 2. 1**

**Model Kerangka Penelitian**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yang membahas tentang Minat Individu Dalam Penggunaan Financial Technology pada OVO dengan pendekatan (TPB) Theory of Planned Behavior Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia angkatan 2019/2020 yang masih berstatus aktif. Dipilihnya Mahasiswa Universitas Islam Indonesia didasarkan pada peneliti yang melihat rata-rata Mahasiswa mempunyai aplikasi Financial Technology dan di gunakan dalam kehidupan sehari-hari, berdasarkan data mahasiswa yang diperoleh dari Administrasi Kemahasiswaan Rektorat UII pada tahun 2019 jumlah Mahasiswa UII sebanyak 5.638, Model Sampling yang digunakan yaitu Probably Sampling dengan Teknik Simple Random Sampling yaitu pengambilan sampel sedemikian rupa dari suatu populasi yang mempunyai kesempatan yang sama untuk di jadikan sebagai sampel (Triyono, 2018), sampel acak sederhana dapat di lakukan dengan penyebaran kuesioner yang ada di Kampus Universitas Islam Indonesia dengan minimal 150 sampel

#### **3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

Pada data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer tersebut didapatkan langsung dari sampel penelitian dengan menggunakan Teknik survey dengan menggunakan kuesioner online. Penyebaran kuesioner secara online dilakukan dengan mempertimbangkan efisiensi waktu guna untuk mendapatkan hasil responden yang optimal, dalam kuesioner online tersebut menggunakan

skema penilaian skala likert yang merupakan skala penilaian untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang dan sekelompok orang dengan memberikan rentan nilai

### 3.3 Variabel Penelitian dan Pengukuran Penelitian

#### 3.3.1 Variabel Bebas

Variabel bebas terdiri dari 7 variabel yaitu:

##### 1. Kemudahan Penggunaan

(Rahman, 2017) mendefinisikan bahwa kemudahan penggunaan (ease of use) yaitu di mana suatu tingkatan seseorang percaya bahwa produk dapat digunakan dengan mudah dan dipahami baik waktu dan tenaga seseorang dalam penggunaannya, Skala pengukuran yang di gunakan untuk setiap nilai pertanyaan yang akan diajukan menggunakan skala likert dengan rinci point 1 sampai 6 dari mulai tidak setuju hingga sangat setuju sebagai alternative responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan.

KODE	ITEM PERTANYAAN
KP 1	Saya merasa menggunakan Aplikasi Financial technology (OVO) mudah dan dapat dipahami
KP 2	Menggunakan Fitur pada Aplikasi Financial Technology (OVO) akan memudahkan dalam pekerjaan saya karena tidak perlu lagi membawa uang tunai
KP 3	Apakah mudah dalam melakukan transaksi Transfer saldo (OVO) ke sesama pelanggan
KP 4	Apakah mudah dalam melakukan pengisian top up (OVO) via Bank / ATM?

## 2. Jaminan Keamanan

Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (cheating) atau mendeteksi di sebuah sistem adanya penipuan yang berbasis informasi kebocoran data dan kerahasiaan data, di mana informasi nya itu sendiri tidak memiliki arti fisik (Mahali et al., 2015). Skala pengukuran yang di gunakan untuk setiap nilai pertanyaan yang akan diajukan menggunakan skala likert dengan rinci point 1 sampai 6 dari mulai tidak setuju hingga sangat setuju sebagai alternative responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan

KODE	ITEM PERTANYAAN
JK 1	Saya merasa aman membagi informasi pribadi kepada Aplikasi Financial Technolog (OVO)
JK 2	Saya yakin Aplikasi Financial Technology (OVO) dapat menjaga informasi pribadi saya
JK 3	Saya merasa Aplikasi Financial Technology (OVO) dapat memberikan jaminan keamanan atas informasi data pribadi yang saya berikan
JK 4	Saya merasa transaksi online di (OVO) dilindungi
JK 5	Saya merasa aman dan yakin informasi pribadi yang saya berikan tidak akan disalahgunakan oleh (OVO)
JK 6	Saya rasa Aplikasi Financial Technology (OVO) menawarkan keamanan <i>online</i> yang cukup

### 3. Faktor Sosial

(Pengajar et al., 2007) Faktor sosial dapat di artikan sebagai tingkat di mana seseorang atau individu menganggap bahwa orang lain dapat berperan dan meyakinkan individu untuk melakukan seperti apa yang mereka lakukan, Venkatesh et al.(2003) dalam (Pusparani Ilafi, 2019) Mengatakan pengaruh sosial ialah tingkat di mana seseorang atau individu menganggap orang-orang yang disekitarnya seperti teman, keluarga mengajak individu dalam penggunaan sistem baru. Skala pengukuran yang di gunakan untuk setiap nilai pertanyaan yang akan diajukan menggunakan skala likert dengan rinci point 1 sampai 6 dari mulai tidak setuju hingga sangat setuju sebagai alternative responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan

KODE	ITEM PERTANYAAN
FS 1	Orang-orang yang penting bagi saya mendukung saya menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO)
FS 2	Menggunakan Fitur pada Aplikasi Financial Technology (OVO) akan memudahkan dalam pekerjaan saya karena tidak perlu lagi membawa uang tunai
FS 3	Apakah mudah dalam melakukan Transfer saldo (OVO) ke sesama pelanggan
FS 4	Apakah mudah dalam melakukan top up (OVO) via Bank / ATM?

### 4. Efektivitas

(Wildan, 2019) Efektivitas menurut kamus besar bahasa Indonesia berasal dari kata “Efektif” atau biasa disebut dengan efek, pengaruh, akibat atau

dapat membawa hasil, dalam hal ini efektivitas yang di maksudkan yaitu hasil yang didapat dari pengguna suatu financial technology yang sesuai dengan tujuannya individu. Skala pengukuran yang di gunakan untuk setiap nilai pertanyaan yang akan diajukan menggunakan skala likert dengan rinci point 1 sampai 6 dari mulai tidak setuju hingga sangat setuju sebagai alternative responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan

KODE	ITEM PERTANYAAN
E 1	Dengan menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO) menjadikan saya mudah dalam melakukan aktivitas terutama dalam pembelian online di ecommerce
E 2	Aplikasi Financial Technology (OVO) membuat semuanya serba mudah terutama pada kegiatan yang tidak membutuhkan uang tunai
E 3	Aplikasi Financial Technology (OVO) membawa pengaruh besar dalam kegiatan pembayaran non-tunai
E 4	Aplikasi Financial Technology (OVO) membuat individu tidak terlalu memerlukan uang tunai dalam kegiatan sehari-hari
E 5	Aplikasi Financial Technology (OVO) memudahkan kegiatan jual-beli dengan skala nilai yang besar

##### 5. Faktor Hedonis

Venkatesh et al.(2012) dalam (Pusparani Ilafi, 2019) Motivasi Hedonis didefinisikan sebagai sebuah perasaan yang menyenangkan atau kenikmatan yang disebabkan atas penggunaan teknologi. Skala pengukuran yang di gunakan untuk setiap nilai pertanyaan yang akan diajukan menggunakan skala likert dengan rinci point 1 sampai 6 dari mulai tidak

setuju hingga sangat setuju sebagai alternative responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan

KODE	ITEM PERTANYAAN
FH 1	Saya akan merasa senang ketika menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO)
FH 2	Saya merasa menikmati / enjoy saat menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO)
FH 3	Saya merasa terhibur ketika menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO)
FH 4	Ketika menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO) saya merasa keren karena tidak ketinggalan jaman
FH 5	Saya menggunakan Fitur pada Aplikasi Technology (OVO) akan sangat menarik

#### 6. Diskon

Menurut Putra, Kumadji, et al., (2016) dalam (K. I. Dewi & Kusumawati, 2018) Diskon adalah potongan harga yang telah di kasih oleh penjual kepada pembeli sebagai timbal balik penghargaan atas transaksi jual beli yang terjadi, penerapan diskon harga di Financial Technology ini dapat menambah daya Tarik konsumen dalam hal penjualan di aplikasi financial technology (OVO) dikarenakan banyak pilihan diskon yang tertera di aplikasi financial technology. Skala pengukuran yang di gunakan untuk setiap nilai pertanyaan yang akan diajukan menggunakan skala likert dengan rinci point 1 sampai 6 dari mulai tidak setuju hingga sangat setuju sebagai alternative responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan

KODE	ITEM PERTANYAAN
D 1	Saya menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO) karena banyak potongan harga
D 2	Saya selalu menggunakan (OVO) karena banyak diskon ketika transaksi menggunakan Aplikasi (OVO)
D 3	Saya merasa senang karena potongan harga di (OVO) lebih besar dari pada Aplikasi Financial Technology yang lain
D 4	Ketika menggunakan (OVO) dalam transaksi ojek online akan mendapatkan potongan harga
D 5	Saya merasa puas dan dengan diskon yang diberikan (OVO)

### 3.3.2 Variabel Terikat

Variabel terikat yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Individu Dalam Menggunakan Financial Technology (OVO). Minat di sini diartikan rinci sebagai keinginan untuk menggunakan suatu teknologi yang timbul dari niat seorang individu. Skala pengukuran yang di gunakan untuk setiap nilai pertanyaan yang akan diajukan menggunakan skala likert dengan rinci point 1 sampai 6 dari mulai tidak setuju hingga sangat setuju sebagai alternative responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan

KODE	ITEM PERTANYAAN
MI 1	Saya berniat menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO) di masa yang akan datang
MI 2	Saya selalu menggunakan (OVO) dalam kehidupan sehari-hari saya

MI 3	Saya prediksi Aplikasi Financial Technology (OVO) akan ramai digunakan di masa yang akan datang
MI 4	Saya berencana menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO) dalam kegiatan pembayaran non-tunai

### 3.4 Uji Validitas

(Matondang, 2009) menyatakan bahwa Validitas tes itu seharusnya berkaitan dengan ketepatan alat penilaian dan dasarnya menunjuk pada derajat pengukuran suatu tes dan derajat kecermatan ukuran pada tes yang diuji, Jadi Validitas tes itu seharusnya merujuk pada pengambilan keputusan atau tujuan tertentu, Suatu tes dapat dikatakan mempunyai Validitas yang tinggi dengan syarat alat yang digunakan untuk menjalankan fungsi ukur secara tepat waktu dan memberikan hasil ukur yang sesuai dengan pengukurannya. Nilai uji yang validitas yang diisyaratkan pada penelitian (Cita Cania, 2018) yaitu di atas 0.5

### 3.5 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis data yang diolah dengan metode *Partial Least Square* yang merupakan bagian dari Teknik *Struktural Equation Model* (SEM). Menurut (Latan, 2014) PLS-SEM memungkinkan menguji sebuah rangkaian hubungan yang hanya relative kompleks saja dan menggunakan ukuran sampel yang kecil, PLS-SEM hanya membutuhkan sedikit asumsi jika dibandingkan dengan model *Covariance-Based Structural Equation Modelling* (CB-SEM), model analisis ini hanya terdapat 2 tahapan yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*)

## 3.6 Model Pengukuran

### 3.6.1 Uji Reliabilitas

Reliabilitas itu berasal dari kata *reliability* yaitu suatu pengukuran yang melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran yang dilakukan dapat dipercaya, suatu pengukuran dapat dikatakan bisa di percaya ketika pengukuran yang dilakukan terhadap kelompok yang sama, subjek yang sama dan aspek yang diukur memang belum berubah (Matondang, 2009), menurut pada penelitian (S. kusuma Dewi, 2020) nilai uji reliabilitas disyaratkan adalah sebesar 0.70 dikatakan dapat diterima

### 3.6.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah semua uji yang dilakukan pada uji validitas dan uji reliabilitas maka tahap selanjutnya dilakukan pengujian inner model. Tujuannya yaitu untuk mengetahui keeratan antara variabel dependen dengan variabel independent, evaluasi yang akan dilakukan inner model dengan cara mengukur *Coefficient determination (R-Squares)* dan *path coefficient*. *Coefficient determination* yang digunakan untuk mengetahui kekuatan pada model penelitian dengan R-Square dengan dikaitkan menggunakan *goodness-fit model*. Pada penelitian (S. kusuma Dewi, 2020) mengatakan bahwa nilai pada R-Square minimal 0,50 itu sedang dan 0,75 itu kuat sedangkan *path coefficient* yang diukur itu untuk mengetahui signifikansi

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan semua hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan memperoleh data yang telah dikumpulkan menjadi satu melalui kuesioner yang sudah dibagikan kepada responden. Data yang telah dianalisis sudah sesuai dengan pokok permasalahan dan hipotesa yang dikaji dan sudah dijabarkan sebelumnya.

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang sudah pernah menggunakan financial technology sebelumnya terkhususnya pada OVO. Penulis melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Berikut adalah ringkasan pengumpulan hasil penelitian:

**Tabel 4. 1**  
**Hasil Pengumpulan Data**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Kuesioner yang diterima	160	100%
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	7	4%
Kuesioner yang memenuhi syarat	153	96%

Sumber: Hasil Olah data, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diterima oleh penulis sebanyak 100% (100%) kuesioner dan terdapat 7 kuesioner yang tidak memenuhi syarat karena tidak termasuk dalam persyaratan sebagai salah satu

pengguna yang pernah memakai financial technology OVO. Maka berdasarkan data tersebut total kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 153 (96%) kuesioner yang siap diolah dan dianalisis

## 4.2 Deskripsi Responden

Deskripsi responden yang menjadi objek penelitian ini menjelaskan profil responden yang mengisi kuesioner yang telah diisi. Karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia dan intensitas dalam transaksi online menggunakan aplikasi financial technology OVO

### 4.2.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 2

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Perempuan	94	61,4%
Laki-Laki	59	38,6%
Jumlah	154	100%

Sumber: Hasil Olah data, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 total responden yang didapatkan sejumlah 154 responden yang terdiri dari 96 responden perempuan (61,4%) dan 59 responden laki-laki (38,6%). Jumlah responden perempuan lebih tinggi 22,8% dari pada responden perempuan. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa penggunaan financial technology OVO di dominasi perempuan dibandingkan laki-laki.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 3

##### Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
$\leq 20$ Tahun	51	33,3%
20-25 Tahun	102	66,7%
$\geq 25$ Tahun	0	0%
Jumlah	153	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan data usia responden, ini menunjukkan bahwa terdapat 51 responden (33,4%) yang berusia  $\leq 20$  Tahun yang berarti mahasiswa baru, 102 responden (66,6%) yang berusia 20-25 Tahun yang berarti mahasiswa tingkat akhir dan sisanya 0 responden yang berusia  $\geq 25$  Tahun ke atas. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mayoritas mempunyai umur 20-25 Tahun dan disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna layanan financial technology OVO adalah mahasiswa tingkat akhir.

#### 4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum rata-rata, dan standar deviasi atas tanggapan-tanggapan responden terhadap pernyataan dari variabel-variabel yang diujikan, berikut analisis deskriptif berdasarkan jawaban yang diberikan atas pernyataan dalam kuesioner yang dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai sifat (karakteristik) objek dari data tersebut, sebelum dianalisis, terlebih dahulu menentukan kategori penilaian

dari skala rendah hingga ke skala paling tinggi terhadap tanggapan responden yaitu sebagai berikut: skala sangat tidak setuju, tidak setuju, agak tidak setuju, agak setuju, setuju, sangat setuju. Penentuan kriteria penilaian responden terhadap variabel yang diteliti dapat ditentukan perhitungan interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = (6-1)/6 = 0,83$$

**Tabel 4. 4**  
**Interval Penilaian**

<b>Interval</b>	<b>Kategori</b>
1,00 – 1,82	Sangat Tidak Setuju
1,83 – 2,65	Tidak Setuju
2,66 – 3,48	Agak Tidak Setuju
3,49 – 4,31	Agak Setuju
4,32 – 5,14	Setuju
5,15 – 6,00	Sangat Setuju

Hasil analisis deskriptif variabel penelitian ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. 5**

**Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>N</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Mean</b>	<b>Stv. Dev</b>
Kemudahan Penggunaan	153	3.000	6.000	5.31536	.645564
Jaminan Keamanan	153	1.833	6.000	4.75490	.782217
Faktor Sosial	153	3.500	6.000	5.07516	.600907
Efektivitas	153	3.000	6.000	4.97647	.722183
Faktor Hedonis	153	2.600	6.000	4.75163	.845740
Diskon	153	2.600	6.000	4.98824	.861833
Minat Individu	153	3.000	6.000	5.15850	.732668
Valid N (listwise)	153				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan analisis dari table 4.4 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Pengguna memiliki nilai rata-rata (*mean*) paling tinggi di antara semua variabel sebesar 5.31 dan standar deviasi sebesar 0.64 berdasarkan nilai rata-rata dapat diinterpretasikan bahwa responden setuju terhadap variabel kemudahan penggunaan sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel kemudahan penggunaan sebesar 0.64 dari 153 responden

2. Jaminan Keamanan

Jaminan Keamanan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4.75 dan standar deviasi yang cukup tinggi sebesar 0.78 berdasarkan nilai rata-rata dapat

diinterpretasikan bahwa responden setuju terhadap variabel jaminan keamanan sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel jaminan keamanan sebesar 0.78 dari 153 responden

### 3. Faktor Sosial

Faktor Sosial memiliki rata-rata (*mean*) yang cukup lumayan tinggi yaitu 5.07 dan standar deviasi yang paling rendah dibandingkan dengan variabel lain yaitu sebesar 0.60 berdasarkan nilai rata-rata bahwa dapat diinterpretasikan responden setuju dengan terhadap variabel faktor sosial, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel faktor sosial sebesar 0.60 dari 153 responden

### 4. Efektivitas

Efektivitas memiliki rata-rata (*mean*) 4.97 dan standar deviasi yang cukup tinggi dengan variabel lain yaitu sebesar 0.72 berdasarkan nilai rata-rata bahwa dapat diinterpretasikan responden setuju dengan terhadap variabel Efektivitas, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel efektivitas sebesar 0.72 dari 153 responden

### 5. Faktor Hedonis

Faktor Hedonis memiliki rata-rata (*mean*) 4.97 dan standar deviasi yang cukup tinggi dengan variabel lain yaitu sebesar 0.72 berdasarkan nilai rata-rata bahwa dapat diinterpretasikan responden setuju dengan terhadap variabel Efektivitas, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel efektivitas sebesar 0.72 dari 153 responden

#### 6. Diskon

Diskon memiliki rata-rata (*mean*) 4.98 dan standar deviasi yang cukup tinggi dengan variabel lain yaitu sebesar 0.86 berdasarkan nilai rata-rata bahwa dapat diinterpretasikan responden setuju dengan terhadap variabel diskon, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel efektivitas sebesar 0.86 dari 153 responden

#### 7. Minat Individu

Minat Individu memiliki rata-rata (*mean*) 5.15 dan standar deviasi yang cukup tinggi dengan variabel lain yaitu sebesar 0.73 berdasarkan nilai rata-rata bahwa dapat diinterpretasikan responden setuju dengan terhadap variabel Efektivitas, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel minat individu sebesar 0.73 dari 153 responden

#### **4.4 Analisis Kuantitatif**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan jenis Analisis *Structural Equation Model* (SEM) yang berbasis komponen yang bersifat konstruk formatif dan berbasis variance. PLS mempunyai keunggulan di mana peneliti dihadapkan pada kondisi ukuran sampel besar maupun kecil dan memiliki landasan teori yang cukup lemah dalam hubungan antar variabel yang dihipotesiskan, PLS ini tidak memerlukan banyak asumsi dan dapat diestimasi dengan jumlah sampelnya yang relatif kecil, alat bantu yang digunakan dalam estimasi penelitian ini adalah SmartPLS. SmartPLS mempunyai beberapa tahapan pengujian dalam pengolahan data menggunakan PLS adalah sebagai berikut:

##### **4.4.1 Hasil Uji Model Pengukuran (Outers Model)**

Outer Model atau pengukuran bagian luar disebut juga sebagai model pengukuran. Pengukuran bagian luar PLS SEM yaitu pengukuran model reflektif dan formatif, tujuannya yaitu untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas dari suatu penelitian, ada dua jenis pengujiannya yaitu uji validitas dan reliabilitas

##### **4.4.2 Uji Validitas**

Uji Validitas ini bertujuan mengukur sejauh mana pemahaman responden terhadap variabel yang diujikan dan uji validitas ini diujikan untuk mengukur sejauh mana variabel yang benar-benar diujikan dan apa yang seharusnya diukur, pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 6**  
***Outer Loadings***

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>Kode Item</b>	<b>Loading Faktor</b>
1	Kemudahan Penggunaan	KP1	0.849
		KP2	0.799
		KP3	0.836
		KP4	0.825
2	Jaminan Keamanan	JK1	0.876
		JK2	0.923
		JK3	0.885
		JK4	0.865
		JK5	0.903
		JK6	0.901
3	Faktor Sosial	FS1	0.777
		FS2	0.803
		FS3	0.785
		FS4	0.601
4	Efektivitas	E1	0.868
		E2	0.860
		E3	0.774
		E4	0.768
		E5	0.789
5	Faktor Hedonis	FH1	0.842
		FH2	0.837
		FH3	0.907
		FH4	0.771
		FH5	0.910
6	Diskon	D1	0.875
		D2	0.906
		D3	0.870
		D4	0.836
		D5	0.856
7	Minat Individu	MI1	0.859
		MI2	0.870
		MI3	0.845
		MI4	0.880

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Pada table yang di atas menunjukkan bahwa hampir semua nilai *Loading faktor* atas pertanyaan dari semua item variabel penelitian mendapatkan nilai di atas 0.70 terkecuali item variabel FS4 yang mendapatkan nilai 0.60 yang dibawah nilai minimum yang diberikan, dengan demikian semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan telah memenuhi *convergent validity*.

#### 4.4.3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini dilakukan dengan melihat *composite reliability* dari item variabel dan dapat mengukur akurasi dan konsistensi suatu variabel dan dikatakan dapat memiliki reliabilitas yang cukup tinggi dan *reliable* jika mempunyai nilai *composite reliability* di atas 0.70, dan uji reliabilitas ini diperkuat dengan adanya *Cronbach's alpha* jika memiliki nilai di atas 0.60. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang diuji tersebut reliabel (Latan, 2014). Nilai *composite reliability* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 7**  
**Uji Reliabilitas**

No	Konstruk	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	Kriteria	Ket.
1	Kemudahan Penggunaan	0.847	0.897	0.7	Reliabel
2	Jaminan Keamanan	0.949	0.959	0.7	Reliabel
3	Faktor Sosial	0.738	0.832	0.7	Reliabel
4	Efektivitas	0.871	0.907	0.7	Reliabel
5	Faktor Hedonis	0.910	0.931	0.7	Reliabel
6	Diskon	0.919	0.939	0.7	Reliabel

7	Minat Individu	0.886	0.921	0.7	Reliabel
---	----------------	-------	-------	-----	----------

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

#### 4.4.4 Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Uji model struktural yang dapat dilakukan dengan melihat R-Square (*goodness-fit model*). Setelah itu melihat signifikansi pengaruh konstruk antar variabel dengan nilai hasil dari *path coefficient* (*Mean, STDEV, T Value, P Value*)

**Tabel 4. 8**  
**R-Square**

Konstruk	R Square
Minat Individu	0.551

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Pada tabel bahwasanya dapat dilihat bahwa R-Square pada Minat Individu adalah sebesar 0.551 dan dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan pengguna, jaminan keamanan, faktor sosial, efektivitas, faktor hedonis dan yang terakhir diskon mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap minat individu sebesar 55,1% dan selebihnya 44,9% dijelaskan oleh faktor lain.

#### 4.4.5 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Dalam pengujian hipotesis kali ini yaitu menguji signifikansi pengaruh konstruk hubungan antar variabel pada *path coefficient*. Hasil nya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Hipotesa**

No	Hipotesis	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	Keterangan
1	Kemudahan Penggunaan -> Minat Individu	0.210	2.608	<b>Diterima</b>
2	Jaminan Keamanan -> Minat Individu	0.159	2.393	<b>Diterima</b>
3	Faktor Sosial -> Minat Individu	0.171	2.289	<b>Diterima</b>
4	Efektivitas -> Minat Individu	0.345	4.126	<b>Diterima</b>
5	Faktor Hedonis -> Minat Individu	-0.023	0.335	<b>Tidak Diterima</b>
6	Diskon -> Minat Individu	0.296	5.395	<b>Diterima</b>

Sumber: Hasil Pengeolahan Data Penelitian, 2020

**1. H1: Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Individu Dalam Penggunaan Financial Technology**

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai skor 0.210 untuk *Original Sample* dan 2.608 untuk skor *T-Statistic*. Setelah itu dilakukan uji perhitungan *statistic one tail* untuk  $N = 153$ , sementara untuk hasil T-Tabel df ( $N-1=152$ ) maka nilai T tabel di akumulasi menjadi 1.654 disimpulkan bahwa T-Statistic yang didapatkan lebih besar dibandingkan nilai T-Tabel ( $2.608 > 1.654$ ). Jika di artikan bahwasanya *Kemudahan Penggunaan* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology. Sehingga dinyatakan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology **diterima**

Dapat diasumsikan bahwasanya masyarakat percaya suatu aplikasi yang digunakan oleh sebagian atau kebanyakan di masyarakat dapat memudahkan, meningkatkan kinerja mereka dan dirasakan dampak positifnya atas penggunaan aplikasi financial technology maka dalam hal ini ketika suatu aplikasi dirasakan lebih mudah digunakan maka akan lebih mudah diterima oleh masyarakat dan pengguna dan akhirnya menjadi lebih bermanfaat untuk digunakan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan sejalan dengan pernyataan (Anjelina, 2018) dan (Syariah et al., 2018) bahwasanya Kemudahan Penggunaan dinilai memengaruhi minat individu secara signifikan.

**2. H2: Jaminan Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Individu Dalam Penggunaan Financial Technology**

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai skor 0.159 untuk *Original Sample* dan 2.393 untuk skor *T-Statistic*. Setelah itu dilakukan uji perhitungan statistic *one tail* untuk  $N = 153$ , sementara untuk hasil T-Tabel df ( $N-1=152$ ) maka nilai T tabel di akumulasi menjadi 1.654 disimpulkan bahwa T-Statistic yang didapatkan lebih besar dibandingkan nilai T-Tabel ( $2.393 > 1.654$ ). Jika di artikan bahwasanya *Jaminan Keamanan* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology. Sehingga dinyatakan bahwa Jaminan Keamanan berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology **diterima**

Dapat diasumsikan bahwa jaminan keamanan teknologi ini dinilai aman dan dapat diterima di masyarakat dikarenakan ketika bertransaksi terkhususnya transaksi keuangan yang terjadi di e-commerce maupun antara aplikasi financial technology para pengguna financial technology ini mesti dan ingin mendapatkan keterjaminan keamanan atas layanan yang diberikan oleh penyedia layanan financial technology, atas dasar itu keamanan teknologi menjadi salah satu faktor terpenting atas penggunaan layanan financial ini dan ketika tumbuhnya rasa keamanan atas penggunaan aplikasi ini maka timbulnya kepercayaan sehingga minat individu penggunaan financial technology dalam transaksi keuangan semakin banyak dan merasa aman karena keterjaminannya keamanan teknologi, terutama terjaminannya data-data yang telah diberikan kepada aplikasi ini. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Immawati & Dadang, 2019) bahwa jaminan perlindungan konsumen yang dijamin oleh pemerintah terkhususnya Bank Indonesia atas legalitas layanan financial ini berpengaruh secara signifikan terhadap minat seseorang menggunakan sistem teknologi baru.

**3. H3: Faktor Sosial Berpengaruh Positif Terhadap Minat Individu Dalam Penggunaan Financial Technology**

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai skor 0.171 untuk *Original Sample* dan 2.289 untuk skor *T-Statistic*. Setelah itu dilakukan uji perhitungan statistic *one tail* untuk  $N = 153$ , sementara untuk hasil T-Tabel df ( $N-1=152$ ) maka nilai T tabel di akumulasi menjadi 1.654 disimpulkan bahwa T-Statistic yang didapatkan lebih besar dibandingkan nilai T-Tabel ( $2.289 >$

1.654). Jika di artikan bahwasanya *Faktor Sosial* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology. Sehingga dinyatakan bahwa Faktor Sosial berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology **diterima**. Dapat diasumsikan bahwa setiap orang memiliki peran untuk memengaruhi orang di sekitarnya terutama teman, keluarga dan rekan kerja, atas dasar itu pengaruh sosial dapat memengaruhi keputusan individu dan membuat individu tertarik menggunakan sesuatu yang baru terutama dalam penggunaan teknologi dalam hal ini layanan financial technology ovo, semakin besar peran lingkungan dalam menggunakan financial teknologi ovo maka tingkat keinginan individu akan timbul dan terpicu sehingga merasa seseorang harus menggunakan layanan tersebut karena peran faktor sosial tersebut. Dari hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Immawati & Dadang, 2019) sedangkan penelitian yang dilakukan (Pusparani Ilafi, 2019) berbanding terbalik menyatakan pengaruh sosial tidak berpengaruh positif terhadap niat penggunaan aplikasi ovo, hal ini dikarenakan pengaruh sosial tidak memengaruhi mahasiswa dalam menggunakan aplikasi ovo.

**4. H4: Efektivitas Berpengaruh Positif Terhadap Minat Individu Dalam Penggunaan Financial Technology**

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai skor 0.345 untuk *Original Sample* dan 4.126 untuk skor *T-Statistic*. Setelah itu dilakukan uji perhitungan *statistic one tail* untuk  $N = 153$ , sementara untuk hasil T-Tabel df ( $N-1=152$ ) maka nilai T tabel di akumulasi menjadi 1.654 disimpulkan bahwa *T-Statistic* yang didapatkan lebih besar dibandingkan nilai T-Tabel ( $4.126 > 1.654$ ). Jika di artikan bahwasanya *Efektivitas* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology. Sehingga dinyatakan bahwa Efektivitas berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology **diterima**. Dapat diasumsikan bahwa efektivitas dapat diterima ketika tujuan seorang individu dapat tercapai dalam hal ini ekspektasi layanan financial technology ini dapat mempermudah dan memperlancar tugas dan pekerjaan seorang individu dan memberikan dampak yang bagus atas kinerja layanan financial ini, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wildan, 2018) yang menyatakan bahwa efektivitas berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology.

**5. H5: Motivasi Hedonis Berpengaruh Positif Terhadap Minat Individu Dalam Penggunaan Financial Technology**

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai skor -0.023 untuk *Original Sample* dan 0.335 untuk skor *T-Statistic*. Setelah itu dilakukan uji perhitungan *statistic one tail* untuk  $N = 153$ , sementara untuk hasil T-Tabel df ( $N-1=152$ ) maka nilai T tabel di akumulasi menjadi 1.654 disimpulkan bahwa *T-Statistic* yang didapatkan lebih kecil dibandingkan nilai T-Tabel ( $-0.023 <$

1.654). Jika di artikan bahwasanya *Motivasi Hedonis* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology. Sehingga dinyatakan bahwa Motivasi Hedonis berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology **ditolak (Tidak didukung)**.

Pada dasarnya hakikat seorang manusia mempunyai rasa tidak puas terhadap sesuatu yang dicapai, proses pembentukan keputusan dalam pembelian selalu diawali dengan kebutuhan yang dirasakan, suatu kebutuhan yang dirasakan akan membangun suatu motivasi orang dalam bertindak untuk mencapai pemenuhan kebutuhan tersebut, dengan berbelanja merupakan suatu kesenangan tersendiri yang dirasakan sehingga tidak memperhatikan manfaat dari suatu barang yang dibeli, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pusparani Ilafi, 2019) bahwa minat mengadopsi aplikasi berbasis financial di kalangan mahasiswa yogyakarta tidak berpengaruh positif sehingga dinyatakan ditolak.

**6. H6: Diskon Berpengaruh Positif Terhadap Minat Individu Dalam Penggunaan Financial Technology**

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai skor 0.296 untuk *Original Sample* dan 5.395 untuk skor *T-Statistic*. Setelah itu dilakukan uji perhitungan statistic *one tail* untuk  $N = 153$ , sementara untuk hasil T-Tabel df ( $N-1=152$ ) maka nilai T tabel di akumulasi menjadi 1.654 disimpulkan bahwa T-Statistic yang didapatkan lebih besar dibandingkan nilai T-Tabel ( $5.395 > 1.654$ ). Jika di artikan bahwasanya *Diskon* memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology. Sehingga dinyatakan bahwa Diskon berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan financial technology **diterima**.

Dapat diasumsikan bahwa program diskon dapat memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian suatu barang oleh individu dengan adanya diskon akan memberikan nilai dan ketertarikan yang lebih terhadap barang atau jasa yang ditawarkan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (K. I. Dewi & Kusumawati, 2018) bahwasanya diskon berpengaruh sangat positif terhadap keputusan pembelian tiket pesawat traveloka dikarenakan diskon memengaruhi secara signifikan terhadap keputusan dalam mengambil kebijakan untuk membeli tiket pesawat di traveloka.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dar hasil penelitian yang telah dijabarkan dalam bab IV maka dapat diambil beberapa kesimpulan di antaranya sebagai berikut:

1. Dilihat dari pengujian hipotesis pada penelitian ini menyatakan hasil dari olah data pada bab 4 membuktikan bahwa faktor *Kemudahan Penggunaan, Jaminan Keamanan, Faktor Sosial, Efektivitas* dan *Diskon* Berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan Financial Technology.
2. Dilihat dari pengujian hipotesis membuktikan bahwa faktor *Motivasi Hedonis* tidak berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan Financial Technology.

#### **5.2 Keterbatasan Dalam Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti dan diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang terjadi antara lain:

1. Terbatasnya responden, penelitian ini hanya 153 responden di mana angka tersebut jumlahnya relatif kecil dibandingkan jumlah total mahasiswa Universitas Islam Indonesia sehingga kurang dapat mewakili semua pendapat mahasiswa UII di Yogyakarta yang menggunakan layanan OVO maka, kalau perlu harus disebar merata di setiap fakultas maupun civitas akademika Universitas Islam Indonesia

2. Proses pengumpulan data responden yang dilakukan oleh peneliti menggunakan kuesioner online dengan pengisian secara langsung sehingga dimungkinkan tidak mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dan memungkinkan adanya unsur subjektif di pengisian kuesioner.

### **5.3 Implikasi Penelitian**

Implikasi dari penelitian ini adalah faktor *Kemudahan Penggunaan*, *Jaminan Keamanan*, *Faktor Sosial*, *Efektivitas* dan *Diskon* berpengaruh positif terhadap minat individu dalam penggunaan Financial Technology karena ini adalah faktor-faktor yang sangat penting untuk perkembangan perusahaan-perusahaan financial technology terkhususnya pada OVO dengan adanya faktor ini diharapkan dapat menjadi alasan orang atau individu dalam menggunakan aplikasi financial technology terkhususnya pada transaksi keuangan pada era modernisasi ini sehingga akan menjadi kekuatan perusahaan untuk menguasai pangsa pasar di era modernisasi ini, sedangkan *Motivasi Hedonisme* yang tidak berpengaruh positif disebabkan oleh alasan pada mahasiswa yang tidak menjadikan aplikasi financial technology ini sebagai perilaku berbelanja yang berlebihan untuk mendapatkan suatu kesenangan tersendiri. Maka hal itu faktor yang tidak positif ini dapat diperbaiki sehingga bisa memengaruhi alasan seorang individu untuk menggunakan aplikasi financial technology.

## 5.4 SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasannya maka saran yang saya akan berikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

### 5.4.1 Bagi Peneliti selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel tambahan dan menambahkan teori tambahan sebagai pendukung untuk penelitian yang lebih baik.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan pengambilan data dengan cara lebih baik selain membagikan kuesioner secara *online* sehingga hasil yang didapatkan dapat mencerminkan hal yang sebenarnya yang terjadi pada responden yang diteliti.

### 5.4.2 Bagi Pemerintah

1. Pemerintah sebaiknya mengawasi dan mengevaluasi terkait penyelenggara *Fintech* karena di zaman modernisasi ini banyak perusahaan non-perbankan mengeluarkan produk *E-Money* hal ini dikarenakan untuk melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat yang menggunakan *Fintech*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Andrayanto, R. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat beli di Toko Online*. 1–155.
- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231. <https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Cita Cania, S. (2018). *Memengaruhi, Faktor-faktor Yang Layanan, Penggunaan Pelanggan, Go-pay Pada Go-jek, Maupun Pengemudi*. 1–131.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, K. I., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 56(1), 155–163. [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)
- Dewi, S. kusuma. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi minat penggunaan Fitur Paylater pada Aplikasi Traveloka. *Skripsi*, 1–121.
- Elnizar, N. E. (2018). Aspek Hukum Finance technology di Indonesia yang Wajib Diketahui Lawyer. *Aspek Hukum Finance Technology Di Indonesia Yang*

*Wajib Diketahui Lawyer*, 28–55.

Eltin, G. qothrunnada. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Berperilaku Dalam*.

Haryana, R. D. T. (2017). Pengaruh Mental Accounting Dan Psychological Faktors Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Akuntansi*, 2(3), 19. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v2i3.108>

Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, D. S. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Pengguna Layanan Fintech (Financial Technology). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Immawati, siti asriah, & Dadang. (2019). Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology ( Fintech ) Di Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–8.

Kurniawan, D., Zusrony, E., & Kusumajaya, R. A. (2018). Analisa Persepsi Pengguna Layanan Payment Gateway Pada Financial Technology Dengan Metode Eucs. *Jurnal INFORMA Politeknik Indonusa Surakarta*, 4(3), 1–5.

Latan, H. (2014). *The Results of Partial Least Squares-Structural Equation Modelling Analyses ( PLS-SEM ) The Results of Partial Least Squares-Structural Equation Modelling Analyses ( PLS-SEM )*. 1–35.

Machrus, H., & Urip, P. (2010). Behavioral Measurement based on Theory of Planned Behaviour. *Insan Media Psikologi*, 12(01), 64–72.

<https://doi.org/10.1002/ejoc.201200111>

Mahali, M. I., Studi, P., Teknik, P., Teknik, F., & Yogyakarta, U. N. (2015).

*Pendahuluan sistem keamanan.*

Marwanto, A. (2018). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.*

Matondang, Z. (2009). *Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian.* 6(1), 87–97.

Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment Sistem pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69. <https://doi.org/10.34010/komputika.v7i2.1511>

Nur Fadillah Taufiqurrachman, M. (2019). *PERSEPSI MASYARAKAT KABUPATEN TANGERANG TERHADAP PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)* Muhammad Nur Fadillah.

Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Educattion Analysis Journal*, 6(3), 684–697.

<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>

Pengajar, S., Atma, S., & Surakarta, B. (2007). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI (Studi Empiris

Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 76–87. <https://doi.org/10.9744/jak.9.2.pp.76-87>

Pusparani Ilafi, A. (2019). Faktor yang memengaruhi minat mahasiswa untuk mengadopsi aplikasi berbasis financial technology. *Skripsi*, 1, 1–125. <https://doi.org/10.1016/j.surfcoat.2019.125084>

Rahman, A. (2017). “ *PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SITUS JUAL BELI ONLINE* ” ( *Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “ Z ”* ). 52(1).

Setiawan, A., Setyasih, R. D., & Hosana, L. J. (2020). Analisis faktor – faktor penggunaan financial technology pada sistem pembayaran transportasi online. *Monex*, 9(1), 30–37. <http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/monex/article/view/1640>

Suhaeni, T. (2019). *Analisis Hambatan Fungsional Terhadap Adopsi Layanan Mobile Payment*. 5(3), 36–45.

Syariah, F., Sebagai, P., Satu, S., Nur, S., & Amalia, A. (2018). ( *Pendekatan Technology Acceptance Model ( TAM ) dan Theory*. IX, 57–73.

Triyono. (2018). Teknik Sampling Dalam Penelitian Sosial. *Lokakarya Penelitian Sosial Fakultas Adab IAIN Suka Yogyakarta*, XI(March), 2–9. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19674.24003>

Urba, N., Yuliani, Y., & Umrie, R. H. (2019). Pendapatan dan Laba Bersih

Sebelum dan Sesudah Pendanaan di Financial Teghnology: Studi UMKM

Kota Palembang. *Mbia*, 18(3), 114–120.

<https://doi.org/10.33557/mbia.v18i3.680>

Vankatesh et al. (2003). *User Acceptance Of Information Technology : Toward A Unified View. Mis Quarterly*. 57(22), R14040–R14043.

<https://doi.org/10.1103/PhysRevB.57.R14040>

Wildan, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan Fintech. *Skripsi*, 1–83.

Wildan, M. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)*.

## Lampiran 1

### Petunjuk Pengisian Kuesioner :

Dalam setiap item pertanyaan, saudara/i cukup memberi tanda centang (√) pada kolom yang anda pilih sesuai dengan keadaan saudara/i.

STS	= Sangat Tidak Setuju	AS	= Agak Setuju
TS	= Tidak Setuju	S	= Setuju
ATS	= Agak Tidak Setuju	SS	= Sangat Setuju

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
الجامعة الإسلامية  
الاستدراكية

### 1. Kemudahan Pengguna

NO	KEMUDAHAN PENGGUNA	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya merasa menggunakan Aplikasi Financial technology (OVO) mudah dan dapat dipahami						
2	Menggunakan Fitur pada Aplikasi Financial Technology (OVO) akan memudahkan dalam pekerjaan saya karena tidak perlu lagi membawa uang tunai						
3	Apakah mudah dalam melakukan Transfer saldo (OVO) ke sesama pelanggan						
4	Apakah mudah dalam melakukan top up (OVO) via Bank / ATM?						

### 2. Jaminan Keamanan

NO	JAMINAN KEAMANAN	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya merasa aman membagi informasi pribadi kepada Aplikasi Financial Technolog (OVO)						
2	Saya yakin Aplikasi Financial Technology (OVO) dapat menjaga informasi pribadi saya						

3	Saya merasa Aplikasi Financial Technology (OVO) dapat memberikan jaminan keamanan atas informasi data pribadi yang saya berikan						
4	Saya merasa transaksi online di (OVO) dilindungi						
5	Saya merasa aman dan yakin informasi pribadi yang saya berikan tidak akan disalahgunakan oleh (OVO)						
6	Saya rasa Aplikasi Financial Technology (OVO) menawarkan keamanan <i>online</i> yang cukup						
7	Saya merasa aman membagi informasi pribadi kepada Aplikasi Financial Technolog (OVO)						

### 3. Faktor Sosial

NO	FAKTOR SOSIAL	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Orang-orang yang penting bagi saya mendukung saya menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO)						
2	Menggunakan Fitur pada Aplikasi Financial Technology (OVO) akan memudahkan dalam pekerjaan saya karena tidak perlu lagi membawa uang tunai						

3	Apakah mudah dalam melakukan Transfer saldo (OVO) ke sesama pelanggan						
4	Apakah mudah dalam melakukan top up (OVO) via Bank / ATM?						

#### 4. Efektivitas

NO	EFEKTIVITAS	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Dengan menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO) menjadikan saya mudah dalam melakukan aktivitas terutama dalam pembelian online di ecommerce						
2	Aplikasi Financial Technology (OVO) membuat semuanya serba mudah terutama pada kegiatan yang tidak membutuhkan uang tunai						
3	Aplikasi Financial Technology (OVO) membawa pengaruh besar dalam kegiatan pembayaran non-tunai						
4	Aplikasi Financial Technology (OVO) membuat individu tidak terlalu memerlukan uang tunai dalam kegiatan sehari-hari						

5	Aplikasi Financial Technology (OVO) memudahkan kegiatan jual-beli dengan skala nilai yang besar						
---	---	--	--	--	--	--	--

#### 5. Faktor Hedonis

NO	FAKTOR HEDONIS	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya akan merasa senang ketika menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO)						
2	Saya merasa menikmati / enjoy saat menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO)						
3	Saya merasa terhibur ketika menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO)						
4	Ketika menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO) saya merasa keren karena tidak ketinggalan jaman						
5	Saya menggunakan Fitur pada Aplikasi Technology (OVO) akan sangat menarik						

6. Diskon

NO	DISKON	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya menggunakan Aplikasi Financial Technology (OVO) karena banyak potongan harga						
2	Saya selalu menggunakan (OVO) karena banyak diskon ketika transaksi menggunakan Aplikasi (OVO)						
3	Saya merasa senang karena potongan harga di (OVO) lebih besar dari pada Aplikasi Financial Technology yang lain						
4	Ketika menggunakan (OVO) dalam transaksi ojek online akan mendapatkan potongan harga						
5	Saya merasa puas dan dengan diskon yang diberikan (OVO)						

**Lampiran 2**  
**TABULASI DATA**

No	Kemudahan Penggunaan				Jaminan Keamanan						Faktor Sosial			
	KP1	KP2	KP3	KP4	JK1	JK2	JK3	JK4	JK5	JK6	FS1	FS2	FS3	FS4
1	6	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	5	5	5
2	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
3	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
4	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5
7	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
8	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
9	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
10	6	5	6	6	4	4	4	5	4	4	4	5	6	6
11	6	6	6	6	5	5	4	4	4	5	5	5	5	6
12	6	5	6	6	3	4	3	3	3	3	5	5	6	6
13	5	6	5	6	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
14	5	5	4	5	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4
15	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	6	6	5	6
16	6	5	6	6	5	6	6	5	6	4	6	6	6	6
17	6	6	5	3	5	5	5	5	5	5	5	6	4	3
18	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5
19	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
20	6	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
21	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	6	6	6	6
22	6	4	6	6	5	5	5	6	6	6	4	5	6	6
23	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
24	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
25	5	5	5	6	4	4	4	4	4	4	6	6	6	6
26	6	6	6	6	6	4	4	6	4	4	5	6	6	6
27	5	6	6	6	2	3	3	3	3	3	5	5	5	5
28	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
29	6	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6
30	5	6	5	5	4	4	4	4	4	4	5	6	6	5
31	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	6	6	6	6
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	4	6	6	6
35	5	6	5	6	4	4	4	4	4	4	5	5	4	6
36	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	6	5
37	6	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
38	6	6	6	6	5	5	6	6	5	6	6	6	6	6

39	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	6	6	6	6	5	5	5	5	6	5	4	5	6	6
41	5	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4
42	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6
43	5	4	6	6	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
44	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	4	4	4	4
45	6	6	6	6	6	4	4	5	5	5	5	6	6	6
46	6	6	6	6	4	4	3	5	4	5	5	6	6	6
47	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	6	6	6	5
48	5	6	4	6	3	5	5	5	4	4	6	6	5	6
49	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4
50	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
51	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
52	6	6	4	6	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
53	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5
54	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	4	6	6	6
55	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	4	5	5	5
56	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	6	5
57	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6
59	4	5	3	3	3	5	4	3	2	3	5	5	5	5
60	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
61	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
62	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6
63	6	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
64	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
65	6	5	6	6	5	5	5	5	4	5	5	6	6	6
66	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	4	6	6	6
67	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
68	4	6	3	4	3	5	5	5	4	5	3	6	4	5
69	6	6	6	5	6	4	4	6	5	5	4	4	4	4
70	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6
71	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
72	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
73	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
74	6	5	6	6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6
75	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	4	5	6	6
76	6	6	6	6	5	5	5	5	5	4	4	6	6	6
77	6	6	6	6	4	4	3	5	4	5	5	6	6	6
78	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
79	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	5	4	5	5
80	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	6
81	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
83	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6
84	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
85	5	6	5	4	4	4	5	5	5	4	5	3	3	5
86	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5

87	5	6	5	5	4	4	4	4	4	4	5	6	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	6	5	5	6	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
91	5	6	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
92	5	5	4	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6
93	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
94	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
95	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
96	6	6	5	6	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
98	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
99	6	6	6	6	4	4	4	5	5	5	6	6	6	6
100	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
101	6	6	6	6	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
102	6	5	4	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	2
103	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	4	6	3	3
104	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
105	6	6	6	6	4	5	4	6	6	6	5	5	5	5
106	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5
107	6	6	5	6	5	4	4	4	4	4	2	5	3	5
108	5	6	5	4	5	5	5	6	6	6	5	3	5	4
109	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
110	5	4	3	3	4	6	3	4	6	5	3	5	2	6
111	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	3
112	4	5	5	4	3	4	5	3	3	3	5	6	6	6
113	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
114	6	4	5	6	4	4	4	4	4	4	4	4	6	6
115	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6
116	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
118	5	5	5	6	1	2	1	2	3	2	4	4	3	3
119	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4
120	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
121	5	5	5	6	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5
122	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6
123	5	6	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
124	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5
125	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	5	3	4	4	6	4	4	3	5	6	6	5	6	4
127	6	6	6	6	3	4	3	5	5	6	5	6	6	6
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
129	6	5	5	6	2	3	5	5	5	3	4	5	4	5
130	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	4	4	4
131	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
132	6	5	4	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	2
133	6	6	4	6	6	5	6	5	5	6	3	5	4	6
134	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5

135	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5
136	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5
137	4	3	4	4	3	4	3	5	3	4	5	6	6	6
138	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	4	5	4	6
139	6	6	6	6	3	4	4	4	4	4	5	6	6	6
140	6	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
141	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
142	6	6	5	6	5	5	4	5	5	5	5	6	5	6
143	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	4
144	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
145	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
146	5	4	6	5	5	5	5	5	5	5	3	4	6	5
147	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	4	5	6
148	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6
149	5	4	6	5	5	5	5	5	5	5	3	4	6	5
150	6	5	5	6	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
151	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
152	6	6	6	6	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
153	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5



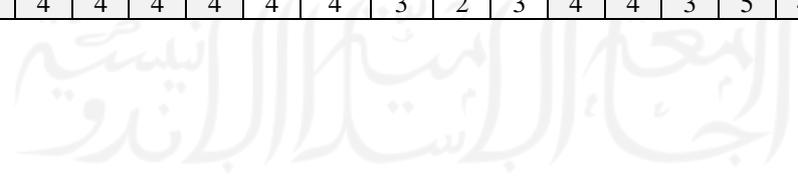
No	Efektivitas					Faktor Hedonis					Diskon					Minat Individu			
	E1	E2	E3	E4	E5	FH1	FH2	FH3	FH4	FH5	D1	D2	D3	D4	D5	MI1	MI2	MI3	MI4
1	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6

2	5	5	6	5	4	5	5	4	4	4	6	4	5	3	6	6	6	6	6
3	4	6	3	6	4	6	6	5	5	5	6	5	4	5	6	6	6	6	6
4	6	6	6	5	5	5	5	5	4	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
7	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	5	4	5	4	4	3
9	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	6	6	5	6	5	5	5	5	5
10	5	5	4	3	5	3	3	3	2	2	5	5	5	4	4	3	5	4	4
11	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	4	6	4	6	4	6	6	6	6
12	6	6	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	6	6	6	6
13	5	5	4	5	6	5	5	4	3	4	3	3	2	3	5	5	5	3	3
14	5	5	5	4	3	3	5	4	1	5	6	6	4	6	5	5	6	5	5
15	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
16	5	6	6	6	4	2	4	4	1	4	6	6	6	6	6	6	6	6	4
17	5	5	6	5	3	5	6	4	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5
18	6	5	6	6	6	5	6	5	4	5	3	4	4	4	4	6	6	5	4
19	5	5	4	5	5	5	4	6	5	6	5	5	5	6	6	6	6	5	6
20	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
21	3	3	3	3	3	5	5	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
22	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
23	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6
24	4	4	6	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3
25	6	5	6	5	4	4	4	5	4	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5
26	5	5	6	6	5	4	5	4	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
27	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	6	5	5	5
28	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	6	4	5	3	6	6	6	6
29	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	4	4	6	6	6	6
30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
32	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	6	6	6	6	4	5	5	4	1	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6
35	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
36	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	6	6	5	5	5	5	5	6	5
37	5	5	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
38	5	4	3	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
39	6	6	4	5	4	5	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
40	6	6	6	6	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
41	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3
42	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6

43	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	6	6	5	5	6	5	6	6	5
44	3	4	4	4	3	5	6	5	6	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4
45	5	5	5	5	4	6	5	4	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5
46	6	6	5	3	4	5	6	4	5	5	6	6	3	5	4	5	4	6	3
47	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
48	6	6	6	6	6	5	6	5	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
49	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
50	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
51	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
52	5	5	5	5	5	6	6	6	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
53	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	6	6	6	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6
55	3	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
56	6	5	5	6	5	6	5	5	5	5	3	4	6	3	5	6	5	3	5
57	5	6	5	5	5	5	5	5	6	4	6	5	5	5	5	5	5	5	5
58	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	6	3	6	4	2	6	6	6	5
59	5	3	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	2	5
60	6	6	6	4	5	4	4	3	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
61	4	4	4	4	4	6	6	6	4	6	3	3	4	4	3	4	3	4	3
62	6	6	6	5	5	6	6	5	4	5	4	4	5	5	5	5	6	5	6
63	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4	5	5	5	6	6	5	5	5	5
64	6	6	6	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	6	5	5
65	5	5	6	5	4	6	6	5	6	5	5	5	5	5	6	4	4	4	4
66	4	6	5	1	4	5	5	4	4	4	5	6	5	5	5	6	6	5	4
67	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	3	3	3	3	6	6	6	6
68	5	5	5	6	5	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	5	3	5
69	3	3	4	4	3	6	6	5	6	6	5	4	3	4	5	4	4	4	3
70	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	4	3	6	5	6	6	6	6	6
71	6	4	5	5	4	4	4	4	1	4	6	4	6	3	3	5	6	6	5
72	5	4	6	4	4	4	5	4	5	4	6	5	5	6	5	5	5	5	5
73	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	4	4	4
74	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5
75	6	5	6	6	6	6	6	5	4	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6
76	6	6	5	4	5	6	6	4	4	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5
77	6	6	5	3	4	5	6	4	5	5	6	6	3	5	4	5	6	5	5
78	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4
79	6	6	6	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	6	5	6	5
80	6	6	5	4	6	5	6	6	5	5	4	5	4	4	4	6	6	5	5
81	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	3	3	3	2	2	5	5	6	5
82	5	6	6	6	5	3	3	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6
83	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	6	4	5	6	5	5

84	5	4	4	4	4	6	6	6	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
85	3	3	5	3	3	6	6	6	6	6	4	4	4	4	3	5	5	6	5
86	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2
87	6	6	6	5	5	3	5	3	3	3	6	6	6	6	6	5	5	6	6
88	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	6	5	4	5	6	6	5	4	5	6	4	4	4	4	4	5	5	5	5
91	5	5	6	5	5	6	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	6	5
92	5	5	3	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	4	4	5	5	3	4
93	5	6	6	6	5	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6
94	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
95	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	6	6	6	5	6
96	6	6	6	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
97	5	5	6	5	5	5	5	4	4	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5
98	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4
99	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5	4	4	4	5	6	6	6
100	5	6	6	6	6	4	5	3	1	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6
101	6	6	6	6	6	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	6	6	6	6
102	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5
103	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
104	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
105	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6
106	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	4	5	6	3	6	6	6	6
107	6	6	6	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
108	5	6	6	6	4	5	4	4	5	5	4	4	3	6	5	5	5	4	5
109	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
110	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	4	6	5	3	4	5	3
111	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
112	4	5	4	3	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	4	3	4	4
113	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
114	6	6	6	4	6	3	4	3	5	5	4	4	2	4	4	5	5	4	6
115	4	6	4	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	3	5	3
116	5	5	5	5	5	6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
118	3	3	3	3	3	4	4	1	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2
119	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	3	4	4	4	6	6	6	6
120	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
121	5	5	5	5	5	6	6	6	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
122	5	6	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5
123	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
124	5	6	6	6	5	6	6	6	4	5	5	5	5	4	5	5	6	5	6

125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	3	4	5	3	3	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	4	3
127	6	6	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	
128	5	5	6	5	5	5	5	4	4	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5
129	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	5
130	5	5	5	5	5	6	6	5	4	6	4	3	3	3	5	6	6	6	6
131	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	4
132	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5
133	5	6	6	4	3	5	5	5	4	5	6	6	6	6	6	6	5	6	5
134	6	5	5	5	5	5	5	4	4	5	6	6	6	6	6	6	5	6	5
135	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
136	5	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
137	3	3	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	3	4
138	5	5	5	5	4	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	5	5
139	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5	6
140	6	6	6	6	6	6	6	5	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	6
141	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	6	5	5	5	5
142	5	6	4	6	5	5	6	4	5	6	5	5	6	4	6	5	6	5	5
143	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	3	4	4	3	6	6	6	6
144	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5
145	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
146	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	3	3	5	3	5	5	3	4
147	5	5	6	5	4	5	5	5	4	5	6	6	6	5	6	5	5	6	5
148	4	5	5	4	4	6	6	6	6	6	3	3	3	4	4	6	6	5	6
149	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	3	3	5	3	5	5	3	4
150	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	6
151	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
152	6	6	5	5	5	5	5	5	4	5	6	6	6	6	5	5	5	6	5
153	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4



**Lampiran 3**  
**HASIL KARAKTERISTIK RESPONDEN**

## Frequencies

### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	59	38.6	38.6	38.6
Perempuan	94	61.4	61.4	100.0
Total	153	100.0	100.0	

### Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 - 20 Tahun	51	33.3	33.3	33.3
20 - 25 Tahun	102	66.7	66.7	100.0
Total	153	100.0	100.0	

### Fakultas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Apoteker	1	.7	.7	.7
Boga Dan Pastry	1	.7	.7	1.3
Ekonomi Dan Bisnis	123	80.4	80.4	81.7
Fak. Psikologi UNM	1	.7	.7	82.4
Fisipol	2	1.3	1.3	83.7
Guru Sd	1	.7	.7	84.3
Hukum	3	2.0	2.0	86.3
Ilmu Agama Islam	1	.7	.7	86.9
Ilmu Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya	10	6.5	6.5	93.5
Kedokteran	2	1.3	1.3	94.8
Kesehatan Masyarakat	3	2.0	2.0	96.7
Manajemen	1	.7	.7	97.4
Matematika Dan Ilmu Pengetahuan	1	.7	.7	98.0
Teknologi Industri	3	2.0	2.0	100.0
Total	153	100.0	100.0	

## Lampiran 4

### HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL PENELITIAN

## Descriptives

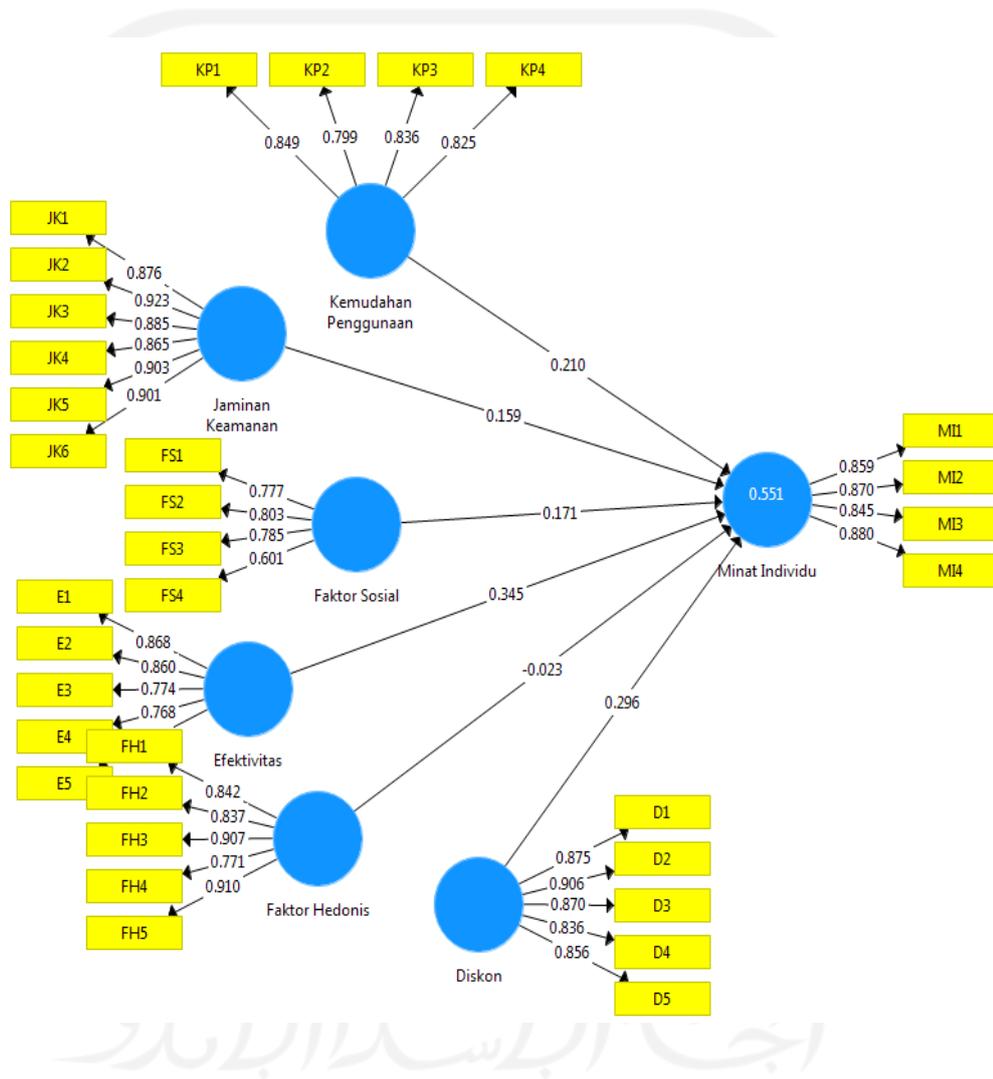
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kemudahan Penggunaan	153	3.000	6.000	5.31536	.645564
Jaminan Keamanan	153	1.833	6.000	4.75490	.782217
Faktor Sosial	153	3.500	6.000	5.07516	.600907
Efektivitas	153	3.000	6.000	4.97647	.722183
Faktor Hedonis	153	2.600	6.000	4.75163	.845740
Diskon	153	2.600	6.000	4.98824	.861833
Minat Individu	153	3.000	6.000	5.15850	.732668
Valid N (listwise)	153				



**Lampiran 5**  
**HASIL UJI MODEL PENGUKURAN**

**HASIL UJI VALIDITAS**



### Cross Loadings

	Diskon	Efektivitas	Faktor Hedonis	Faktor Sosial	Jaminan Keamanan	Kemudahan Penggunaan	Minat Individu
D1	<b>0.875</b>	0.102	0.102	0.247	0.014	-0.034	0.356
D2	<b>0.906</b>	0.173	0.118	0.285	-0.038	-0.004	0.347
D3	<b>0.870</b>	0.199	0.179	0.375	0.172	-0.042	0.436
D4	<b>0.836</b>	0.171	0.126	0.190	0.075	-0.109	0.295
D5	<b>0.856</b>	0.180	0.122	0.189	0.025	0.009	0.328
E1	0.145	<b>0.868</b>	0.188	0.241	0.248	0.455	0.499
E2	0.209	<b>0.860</b>	0.211	0.265	0.336	0.446	0.522
E3	0.208	<b>0.774</b>	0.170	0.135	0.337	0.256	0.464
E4	0.140	<b>0.768</b>	0.240	0.169	0.381	0.261	0.502
E5	0.056	<b>0.789</b>	0.303	0.222	0.334	0.274	0.397
FH1	-0.013	0.237	<b>0.842</b>	0.172	0.272	0.307	0.161
FH2	0.064	0.260	<b>0.837</b>	0.195	0.265	0.308	0.162
FH3	0.215	0.283	<b>0.907</b>	0.321	0.340	0.200	0.317
FH4	0.082	0.079	<b>0.771</b>	0.198	0.247	0.159	0.152
FH5	0.182	0.248	<b>0.910</b>	0.303	0.309	0.286	0.302
FS1	0.186	0.170	0.301	<b>0.777</b>	0.289	0.126	0.397
FS2	0.374	0.264	0.278	<b>0.803</b>	0.187	0.159	0.346
FS3	0.206	0.174	0.177	<b>0.785</b>	0.214	0.255	0.303
FS4	0.114	0.146	0.059	<b>0.601</b>	0.066	0.152	0.203
JK1	0.085	0.298	0.288	0.220	<b>0.876</b>	0.319	0.360
JK2	0.081	0.432	0.327	0.305	<b>0.923</b>	0.252	0.404
JK3	0.109	0.335	0.283	0.244	<b>0.885</b>	0.249	0.400
JK4	0.003	0.288	0.278	0.221	<b>0.865</b>	0.309	0.329
JK5	0.037	0.377	0.307	0.231	<b>0.903</b>	0.334	0.402
JK6	0.016	0.407	0.347	0.230	<b>0.901</b>	0.325	0.370
KP1	-0.027	0.351	0.274	0.083	0.330	<b>0.849</b>	0.315
KP2	-0.011	0.457	0.334	0.214	0.301	<b>0.799</b>	0.411

	Diskon	Efektivitas	Faktor Hedonis	Faktor Sosial	Jaminan Keamanan	Kemudahan Penggunaan	Minat Individu
KP3	-0.042	0.248	0.227	0.298	0.333	<b>0.836</b>	0.347
KP4	-0.056	0.315	0.092	0.131	0.125	<b>0.825</b>	0.325
MI1	0.307	0.444	0.270	0.396	0.472	0.370	<b>0.859</b>
MI2	0.277	0.475	0.190	0.413	0.327	0.401	<b>0.870</b>
MI3	0.500	0.497	0.251	0.357	0.362	0.360	<b>0.845</b>
MI4	0.324	0.620	0.256	0.334	0.308	0.350	<b>0.880</b>

### Outers Loading

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
D1 <- Diskon	0.875	0.874	0.024	37.174	<b>0.000</b>
D2 <- Diskon	0.906	0.903	0.025	36.412	<b>0.000</b>
D3 <- Diskon	0.870	0.872	0.025	34.644	<b>0.000</b>
D4 <- Diskon	0.836	0.833	0.039	21.478	<b>0.000</b>
D5 <- Diskon	0.856	0.854	0.038	22.604	<b>0.000</b>
E1 <- Efektivitas	0.868	0.865	0.024	36.384	<b>0.000</b>
E2 <- Efektivitas	0.860	0.860	0.025	34.103	<b>0.000</b>
E3 <- Efektivitas	0.774	0.770	0.046	16.737	<b>0.000</b>
E4 <- Efektivitas	0.768	0.769	0.041	18.946	<b>0.000</b>
E5 <- Efektivitas	0.789	0.784	0.043	18.250	<b>0.000</b>
FH1 <- Faktor Hedonis	0.842	0.822	0.098	8.585	<b>0.000</b>
FH2 <- Faktor Hedonis	0.837	0.818	0.093	9.006	<b>0.000</b>
FH3 <- Faktor Hedonis	0.907	0.899	0.087	10.414	<b>0.000</b>
FH4 <- Faktor Hedonis	0.771	0.758	0.083	9.246	<b>0.000</b>
FH5 <- Faktor Hedonis	0.910	0.900	0.071	12.796	<b>0.000</b>
FS1 <- Faktor Sosial	0.777	0.781	0.050	15.540	<b>0.000</b>
FS2 <- Faktor Sosial	0.803	0.800	0.044	18.446	<b>0.000</b>
FS3 <- Faktor Sosial	0.785	0.774	0.057	13.755	<b>0.000</b>
FS4 <- Faktor Sosial	0.601	0.593	0.106	5.657	<b>0.000</b>
JK1 <- Jaminan Keamanan	0.876	0.873	0.029	30.013	<b>0.000</b>
JK2 <- Jaminan Keamanan	0.923	0.920	0.024	39.064	<b>0.000</b>

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV  )</b>	<b>P Values</b>
<b>JK3 &lt;- Jaminan Keamanan</b>	0.885	0.884	0.027	32.625	<b>0.000</b>
<b>JK4 &lt;- Jaminan Keamanan</b>	0.865	0.864	0.030	29.011	<b>0.000</b>
<b>JK5 &lt;- Jaminan Keamanan</b>	0.903	0.904	0.017	52.874	<b>0.000</b>
<b>JK6 &lt;- Jaminan Keamanan</b>	0.901	0.899	0.025	35.393	<b>0.000</b>
<b>KP1 &lt;- Kemudahan Penggunaan</b>	0.849	0.847	0.030	28.164	<b>0.000</b>
<b>KP2 &lt;- Kemudahan Penggunaan</b>	0.799	0.797	0.044	18.307	<b>0.000</b>
<b>KP3 &lt;- Kemudahan Penggunaan</b>	0.836	0.830	0.041	20.201	<b>0.000</b>
<b>KP4 &lt;- Kemudahan Penggunaan</b>	0.825	0.822	0.045	18.177	<b>0.000</b>
<b>MI1 &lt;- Minat Individu</b>	0.859	0.861	0.024	35.447	<b>0.000</b>
<b>MI2 &lt;- Minat Individu</b>	0.870	0.870	0.017	49.804	<b>0.000</b>
<b>MI3 &lt;- Minat Individu</b>	0.845	0.845	0.025	33.699	<b>0.000</b>
<b>MI4 &lt;- Minat Individu</b>	0.880	0.879	0.024	36.249	<b>0.000</b>

## HASIL UJI RELIABILITAS

### Quality Criteria

### Overview

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Minat Individu</b>	0.551	0.533

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>Diskon</b>	<b>0.919</b>	<b>0.931</b>	<b>0.939</b>	<b>0.755</b>
<b>Efektivitas</b>	<b>0.871</b>	<b>0.876</b>	<b>0.907</b>	<b>0.661</b>

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>Faktor Hedonis</b>	<b>0.910</b>	<b>0.985</b>	<b>0.931</b>	<b>0.731</b>
<b>Faktor Sosial</b>	<b>0.738</b>	<b>0.766</b>	<b>0.832</b>	<b>0.557</b>
<b>Jaminan Keamanan</b>	<b>0.949</b>	<b>0.952</b>	<b>0.959</b>	<b>0.796</b>
<b>Kemudahan Penggunaan</b>	<b>0.847</b>	<b>0.853</b>	<b>0.897</b>	<b>0.685</b>
<b>Minat Individu</b>	<b>0.886</b>	<b>0.888</b>	<b>0.921</b>	<b>0.746</b>

### **Path Coefficient (Mean, STDEV, T-VALUE)**

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ((O/STDEV))</b>	<b>P Values</b>
<b>Diskon -&gt; Minat Individu</b>	0.296	0.297	0.055	5.395	<b>0.000</b>
<b>Efektivitas -&gt; Minat Individu</b>	0.345	0.343	0.084	4.126	<b>0.000</b>
<b>Faktor Hedonis -&gt; Minat Individu</b>	-0.023	-0.012	0.068	0.335	<b>0.738</b>
<b>Faktor Sosial -&gt; Minat Individu</b>	0.171	0.169	0.075	2.289	<b>0.022</b>
<b>Jaminan Keamanan -&gt; Minat Individu</b>	0.159	0.154	0.066	2.393	<b>0.017</b>
<b>Kemudahan Penggunaan -&gt; Minat Individu</b>	0.210	0.214	0.081	2.608	<b>0.009</b>