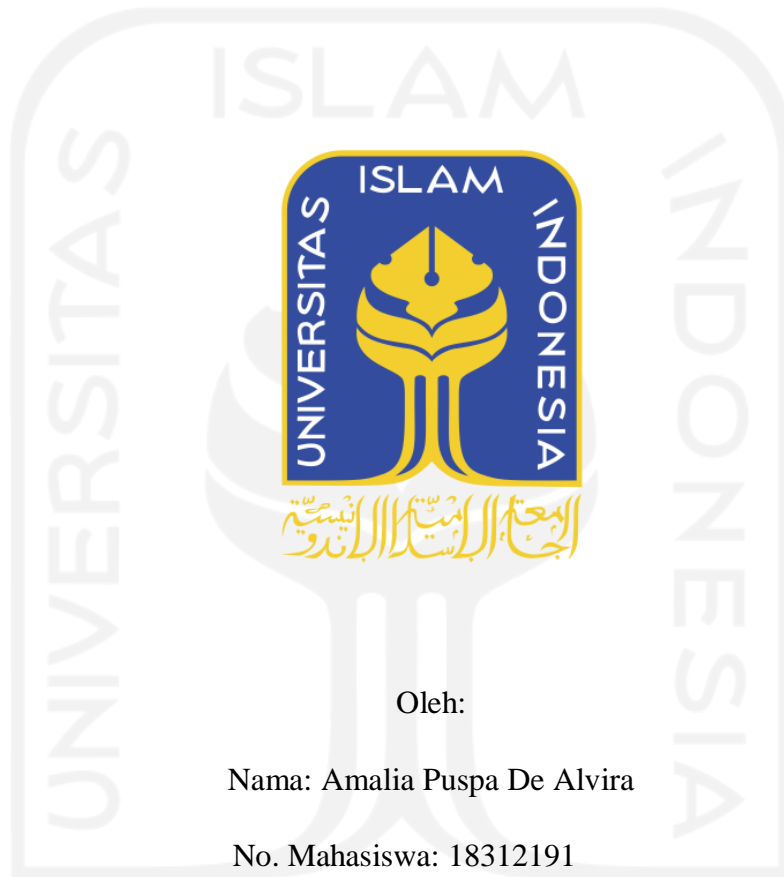


**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, SIKAP,  
NORMA SUBYEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP  
MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* (OVO)**



Oleh:

Nama: Amalia Puspa De Alvira

No. Mahasiswa: 18312191

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, SIKAP,  
NORMA SUBYEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP  
MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* (OVO)**

SKRIPSI

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

Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Amalia Puspa De Alvira

No. Mahasiswa: 18312191

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 27 Desember 2021

Penulis,



(Amalia Puspa De Alvira)

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, SIKAP,  
NORMA SUBYEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP  
MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* (OVO)**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama: Amalia Puspa De Alvira

No. Mahasiswa: 18312191

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 3 Januari 2022

Dosen Pembimbing,



(Aris Nurherwening, Drs., M.M.)

# BERITA ACARA

## BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

### SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP MINAT PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY (OVO)

Disusun oleh : AMALIA PUSPA DE ALVIRA  
Nomor Mahasiswa : 18312191

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Kamis, 10 Februari 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Aris Nurherwening, Drs., MM., CFra.



.....

Penguji : Yuni Nustini, MAFIS., Ak., CA., Ph.D.



.....

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

## MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(QS. Al-Insyirah: 5-8)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Bermimpilah yang sebesar-besarnya, tapi bersegeralah untuk mengerjakan sekecil-kecilnya kebaikan yang terdekat.”

(Mario Teguh)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, penulis persembahkan skripsi ini untuk:

Papah dan Mamah tercinta,

**Alm. Drs. Alfian Idrus dan Ranti Mustika S.E.**

Nenek tersayang,

**Hj. Patmiati**

Kakak tersayang,

**Dirga Barliana De Alvira S.H.**

Yang selama ini selalu mendidik, tak henti-hentinya memberikan semangat, nasihat, dukungan materiil maupun non materiil serta doa yang tidak pernah terputus untuk penulis.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam semoga tercurah selalu kepada Rasulullah SAW, keluarga, dan para sahabatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* (OVO).”**

Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mendapatkan gelar sarjana akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari usaha, doa, serta dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Karena itu penulis dengan kerendahan dan kesungguhan hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orang tua tercinta, Alm. Papah Alfian Idrus dan Mamah Ranti Mustika atas segala kasih sayang, yang selalu memberikan dukungan, semangat serta doa yang tiada hentinya untuk anak tercintanya.
3. Nenek tercinta yaitu Enin Yayat yang juga tanpa henti memberikan dukungan, serta doa untuk cucuknya yang tersayang.



4. Kakak kandungku tersayang, Dirga Barliana De Alvira S.H. yang selalu memberikan semangat dan menjadi tempat berbagi senang maupun sedih.
5. Bapak Aris Nurherwening, DRS., M.M. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Bapak Dr. Mahmudi. S.E., M.Si., Ak. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
9. Seluruh dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan segala ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
10. Anggia Putri, Erika Novarianti, Hartati, Mutia Fairuza, Novita Dewi, Farah Aisyah, dan Wenha Gelent selaku teman-teman dekat penulis dari awal perkuliahan yang telah menemani, memberikan semangat dan dukungan hingga skripsi ini selesai.
11. Sahabat-sahabat sejak SMA yaitu Putri Zahra, Alya Nabila, Emma Rafifa, Shahna Alisyah, dan Aura Putri yang selalu memberikan semangat dan dukungan, menjadi tempat saling berbagi suka maupun duka selama ini.
12. Para responden yang telah membantu meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Penulis berharap, penulisan skripsi ini dapat menjadi proses pembelajaran dan pengembangan diri bagi penulis. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan maupun kesalahan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan pihak yang berkepentingan.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yogyakarta, ..... 2021

Penulis,

Amalia Puspa De Alvira

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
BERITA ACARA .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRACT .....	xviii
ABSTRAK .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 <i>Financial Technology (FinTech)</i> .....	7
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	7
2.1.3 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .....	9

2.2	Gambaran Umum OVO .....	10
2.3	Pengertian Variabel.....	10
2.3.1	Minat Penggunaan ( <i>intention to use</i> ).....	10
2.3.2	Persepsi Kegunaan ( <i>perceived usefulness</i> ) .....	11
2.3.3	Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>perceived ease of use</i> ).....	11
2.3.4	Sikap Penggunaan ( <i>attitude toward behavior</i> ).....	12
2.3.5	Norma Subyektif ( <i>subjective norms</i> ) .....	12
2.3.6	Persepsi Kontrol Perilaku ( <i>perceived behavioral control</i> ) .....	13
2.4	Penelitian Terdahulu .....	13
2.5	Hipotesis Penelitian .....	17
2.5.1	Pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan <i>financial technology</i> .....	17
2.5.2	Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan <i>financial technology</i> .....	18
2.5.3	Pengaruh sikap penggunaan <i>financial technology</i> terhadap minat penggunaan <i>financial technology</i> .....	19
2.5.4	Pengaruh norma subyektif terhadap minat penggunaan <i>financial technology</i> .....	19
2.5.5	Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat penggunaan <i>financial technology</i> .....	20
2.6	Model Penelitian.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>22</b>
3.1	Populasi dan Sampel .....	22

3.2.	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	23
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	23
3.3.1	Minat Penggunaan ( <i>intention to use</i> ) .....	24
3.3.2	Persepsi Kegunaan ( <i>perceived usefulness</i> ) .....	24
3.3.3	Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>perceived ease of use</i> ).....	25
3.3.4	Sikap Penggunaan ( <i>attitude toward behavior</i> ) .....	25
3.3.5	Norma Subyektif ( <i>subjective norms</i> ) .....	26
3.3.6	Persepsi Kontrol Perilaku ( <i>perceived behavioral control</i> ) .....	27
3.4	Metode Analisis Data.....	27
3.4.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	28
3.4.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	28
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>30</b>
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	30
4.2	Karakteristik Responden .....	30
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	31
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Fakultas .....	32
4.3	ANALISIS KUANTITATIF .....	33
4.3.1	Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	33
4.3.2	Hasil Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	39
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>46</b>
5.1	Kesimpulan.....	46

5.2	Keterbatasan Penelitian.....	47
5.3	Saran .....	47
	DAFTAR PUSTAKA .....	49
	LAMPIRAN .....	53



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	32
Tabel 4.4 Nilai <i>Outer Loading</i> Perhitungan Pertama.....	34
Tabel 4.5 Nilai <i>Outer Loading</i> Akhir.....	34
Tabel 4.6 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.8 Nilai <i>R-Square</i> .....	40
Tabel 4.9 Hasil <i>Path Coefficients</i> .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	8
Gambar 2.2 Model <i>Theory Planned Behavior</i> (TPB).....	9
Gambar 2.3 Model Kerangka Penelitian.....	21
Gambar 4.1 Hasil Model Penelitian.....	40





## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, attitudes, subjective norms and perceived behavioral control on interest in using financial technology in OVO services. The population used in this study were students of the Islamic University of Indonesia. This study use primary data obtained by using a questionnaire. The data that wa collected came from 100 respondent. This study uses the Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Planned Behavioral (TPB). Data analysis in this tudy used Partial Least Square (PLS) with SmartPLS version 3. The result showed that perceived usefulness had a significant positive effect on usage attitudes. Meanwhile the perceived ease of use has no significant effect on usage attitudes. In addition, usage attitudes and perceived behavioral control have a significant positive effect on interest in using financial technology in OVO service. Meanwhile subjective nomrs have no significant effect on interest in using financial technology in OVO service.*

**Keywords:** *Financial Technology, OVO, perceived usefulness, perceived ease of use, attitudes, subjective norms and perceived behavioral control.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Data yang berhasil dikumpulkan berasal dari 100 responden. Penelitian ini menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan. Sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan. Selain itu, sikap penggunaan dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO. Sementara norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.

**Kata Kunci:** *Financial Technology*, OVO, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era digital semakin berkembang pesat. Era ini merubah gaya hidup masyarakat sehingga tidak terlepas dari *gadget*. Gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh penggunaan teknologi informasi membuat masyarakat menginginkan pergerakan yang cepat dan praktis untuk mempermudah mereka dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Seiring dengan berkembangnya teknologi membawa perubahan besar termasuk pada industri keuangan. *FinTech* merupakan peluang baru di sektor keuangan, dengan berkembangnya layanan keuangan, kemajuan teknologi informasi dan perkembangan sektor keuangan. *Financial Technology* atau keuangan berbasis teknologi merupakan suatu inovasi mutakhir dalam perkembangan industri keuangan. *FinTech* merupakan hasil kolaborasi antara teknologi dengan keuangan yang dapat mempermudah dalam melakukan aktivitas finansial.

*FinTech* merupakan salah satu inovasi terpenting dalam industri keuangan yang berkembang dengan cepat yang didorong oleh teknologi informasi. *Fintech* dapat memberikan sudut pandang baru untuk mengevaluasi model bisnis. Akselerasi penggunaan teknologi di bidang keuangan ini menawarkan berbagai macam keunggulan seperti kemudahan akses serta jaminan pelayanan (I. Lee & Shin, 2018). *Financial Technology* memberikan kemudahan layanan finansial kepada masyarakat untuk dapat bertransaksi menggunakan teknologi sehingga menjadi bisa dilakukan secara fleksibel baik waktu ataupun tempat karena bisa diakses melalui perangkat pribadi; dimanapun dan kapanpun dengan jaringan internet. Semakin banyak pengguna layanan internet di Indonesia, membuat sistem keuangan berbasis teknologi

berkembang pesat. Karena kemudahan dan kecepetannya, *FinTech* menjadi populer di gunakan oleh masyarakat.

Hingga saat ini, *FinTech* tetap menjadi fenomena baru dalam ekosistem keuangan yang layak ditelaah oleh banyak peneliti khususnya dalam menyikapi persepsi konsumen terhadap produk atau layanan *FinTech* (Huei et al., 2018). Menurut Muzdalifa et al (2018), peranan *FinTech* juga turut merubah pola perilaku dan pengharapan konsumen seperti kemudahan akses informasi serta porsi kesejahteraan yang sama baik untuk bisnis besar ataupun start up. Bisnis baru yang berkembang atau start-up juga mulai merambah ke bidang *FinTech* dengan regulasi yang cukup ketat. Hal ini dikarenakan peran *FinTech* memberikan dampak yang cukup signifikan seperti peningkatan alur investasi, payment, crowdfunding, wealth management, capital market, layanan asuransi serta lending (I. Lee & Shin, 2018). Dapat dikatakan pergerakan start up di Indonesia terus berkembang pesat. *FinTech* merupakan jenis start up yang lebih fokus pada perusahaan yang berinovasi dalam layanan keuangan dengan sentuhan teknologi modern. *Financial Technology* dalam penelitian ini dijelaskan dalam lingkup sebagai alat pembayaran.

PT. Visionet Internasional merupakan perusahaan yang membuat produk layanan *FinTech* yaitu OVO. OVO merupakan aplikasi yang digunakan untuk sistem pembayaran *cashless* (non-tunai). Aplikasi ini tersedia untuk *platform* Android dan IOS, memiliki dua metode pembayaran yaitu *OVO Cash* dan *OVO Points*. Dengan adanya aplikasi OVO ini memberikan manfaat dan kemudahan bagi para pengguna dalam melakukan transaksi finansial. Sistem pembayaran yang awalnya di dominasi oleh perbankan, saat ini ada pergeseran dan banyak dilakukan melalui sistem pembayaran *Financial Technology*. OVO termasuk layanan pembayaran digital yang berkembang di Indonesia. Berdasarkan data Bank Indonesia, pangsa pasar uang elektronik dikuasai OVO pada tahun 2019 sebesar 20%. Disamping itu, survey finansial bisnis tahun 2019 menyatakan bahwa angka transaksi digital dengan memanfaatkan layanan *FinTech* hingga mencapai 55% dan melebihi layanan e-

*commerce* (47%), bank (41%), uang tunai (35%) dan perangkat selular yang berkisar 33%. Hasil survey ini bisa dijadikan rujukan bahwa perusahaan *FinTech* menguasai pangsa pasar dengan bisnis dompet digitalnya seperti Go-Pay, OVO, DANA (Immawati & Dadang, 2019). Berdasarkan hasil survey tersebut dapat disimpulkan bahwa *FinTech* diterima dan diminati ditengah kehidupan masyarakat.

*Theory Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989) merupakan model yang menjelaskan perilaku penerimaan penggunaan teknologi. Dalam TAM dinyatakan bahwa minat penggunaan teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Penelitian yang dilakukan oleh Chuang et al., (2016), menunjukkan bahwa kepercayaan merek dan layanan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menggunakan *financial technology*. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Widi Yanto & Ery Baskoro (2020) menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menggunakan *financial technology*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ariyanto (2018) meneliti mengenai niat pembelian ulang *e-money* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan model *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991), digunakan untuk menjelaskan niat individu untuk berperilaku. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk dari TPB yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap niat beli ulang *e-money*. Penelitian serupa yang dilakukan oleh (Esthiningrum & Sari, 2019) menyimpulkan bahwa sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *e-money*. Sementara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *e-money*.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *Financial Technology* pada layanan OVO dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai teori untuk penerimaan teknologi dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap, Norma Subyektif dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology* (OVO)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO?
3. Apakah sikap penggunaan *financial technology* berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO?
4. Apakah norma subyektif berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO?
5. Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.

3. Untuk mengetahui pengaruh sikap penggunaan *financial technology* terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO
4. Untuk mengetahui pengaruh norma subyektif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *Financial Technology*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai *Financial Technology* sebagai sistem pembayaran non-tunai kepada masyarakat luas, sehingga memudahkan penggunaanya dalam bertransaksi.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bab, disajikan sebagai berikut:

##### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini terdiri dari landasan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian. Bab ini juga terdiri dari penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan kerangka pemikiran penelitian.

## **BAB III: METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari populasi dan sampel, sumber data dan metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

## **BAB IV: ANALIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil pengumpulan data dan analisis data yang dilakukan dalam penelitian, serta pembahasan mengenai hasil penelitian.

## **BAB V: SIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dalam penelitian, dan saran bagi penelitian selanjutnya.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

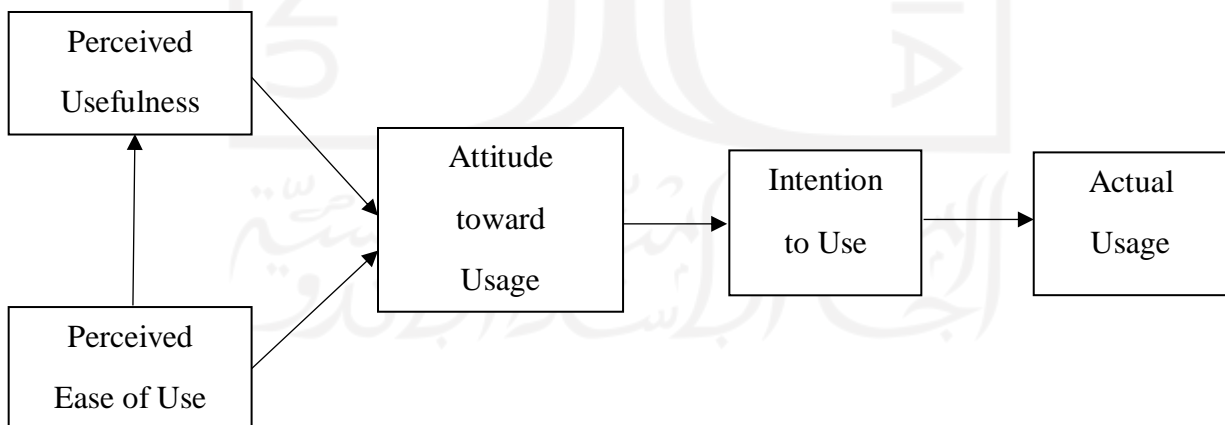
##### 2.1.1 *Financial Technology (FinTech)*

*Financial Technology* atau keuangan berbasis teknologi merupakan suatu inovasi mutakhir dalam perkembangan industri keuangan. *Fintech* dikenal sebagai ekonomi industri yang terdiri dari perusahaan - perusahaan yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi layanan keuangan (McAuley, 2014 dalam Chuang et al, 2016). Kolaborasi antara teknologi dan keuangan yang menghasilkan *FinTech* yang dapat mempermudah dalam melakukan aktivitas finansial. Menurut I. Lee & Shin (2018), *FinTech* mengacu pada industri baru yang memanfaatkan teknologi terutama teknologi informasi (TI), yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi ekosistem keuangan. *FinTech* merupakan salah satu inovasi terpenting dalam industri keuangan yang berkembang dengan cepat yang didorong oleh teknologi informasi. Menurut Bank Indonesia (2017), penerapan teknologi keuangan untuk menciptakan produk, layanan, teknologi dan model bisnis baru dikenal dengan *Financial Technology*. *FinTech* mengubah model bisnis konvensional menjadi moderat, yang awalnya membayar langsung harus bertatap muka, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran secara cepat dan dimana saja dengan menggunakan internet.

##### 2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* diperkenalkan oleh Davis (1989), merupakan model yang memengaruhi penerimaan penggunaan teknologi. TAM menjelaskan pengaruh variabel terhadap perilaku dan niat konsumen. Venkatesh dan Davis, 2000 dalam Sayekti & Putarta, 2016) menyatakan bahwa TAM merupakan

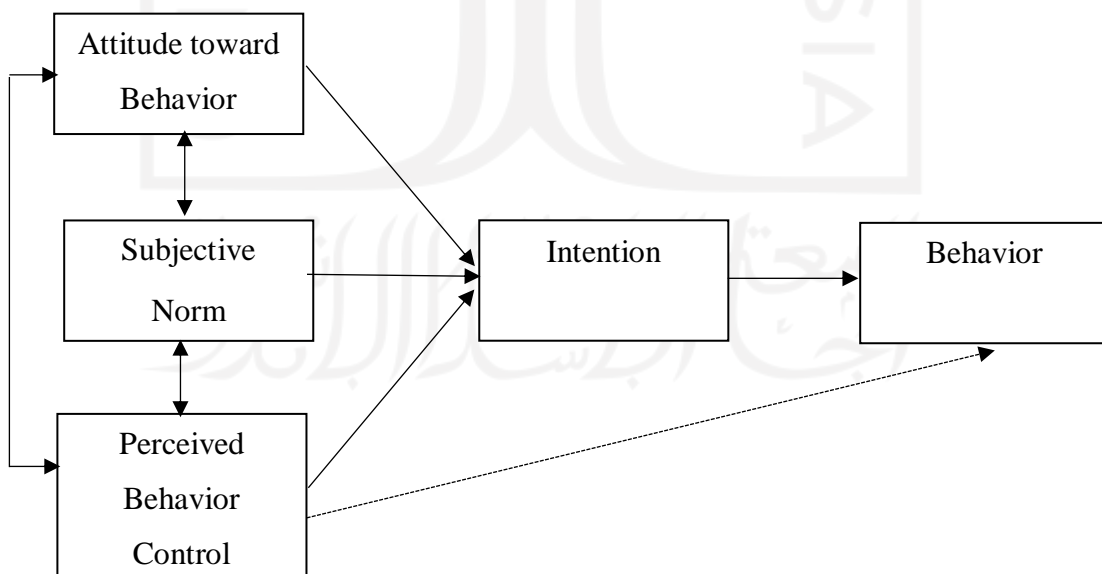
konsep yang baik sebab mampu menjadi landasan untuk memberikan gambaran perilaku user dalam pemanfaatan teknologi baru. Dalam TAM dinyatakan bahwa niat perilaku untuk menggunakan teknologi (*behavioral intension to use*) ditentukan oleh dua keyakinan yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan dengan dua tujuan utama, pertama yaitu bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mengenai proses penerimaan pengguna dan untuk memberikan pengetahuan teoritis baru tentang desain dan penerapan sistem informasi yang sukses. Kedua, TAM harus memberikan landasan teoritis untuk pendekatan "uji penerimaan pengguna" praktis, untuk memungkinkan perancang dan pelaksana sistem untuk menilai sistem baru yang diusulkan sebelum diimplementasikan (Davis, 1989). TAM telah banyak dipelajari dan dikonfirmasi oleh banyak penelitian yang meneliti perilaku penerimaan individu atas teknologi. Model TAM telah diterapkan untuk memahami bagaimana pengguna menerima aplikasi dan layanan berbasis internet seperti sistem CRM, *email*, situs web, belanja online, situs jejaring sosial, dan sebagainya (Jiwasiddi et al., 2019).



**Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989)**

### 2.1.3 Theory of Planned Behavior (TPB)

*Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Dalam TRA dijelaskan bahwa niat perilaku seseorang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subyektif (Fishbein & Ajzen 1975). Asumsi utama dari *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior* yaitu bahwa individu mempertimbangkan perilaku mereka dan dampak dari perilaku mereka dengan cara yang rasional (pengambilan keputusan). Kemudian dalam TPB, Ajzen (1991) menambah satu faktor lagi yaitu persepsi kontrol perilaku. *Theory Planned Behavior* merupakan model yang menjelaskan faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk berperilaku. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan gagasan bahwa bahwa penentu atas perilaku individu adalah tergantung pada niatnya. Terdapat tiga konstruk yang dimiliki oleh TPB yaitu; sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) yang menjadi landasan perilaku individu untuk menggunakan teknologi.



**Gambar 2.2** *Theory Planned Behavior* (Ajzen, 1991)

## 2.2 Gambaran Umum OVO

OVO merupakan *platform FinTech* yang menyediakan pembayaran dompet digital dan layanan transaksi finansial yang beroperasi di Indonesia yang dikembangkan oleh Lippo Group. PT Visionet Internasional (OVO) yang berada dalam naungan Lippo Group, pada September 2017 telah mendapatkan izin untuk beroperasi dari Bank Indonesia sebagai perusahaan *Financial Technology* di Indonesia. OVO memberikan kemudahan transaksi bagi para pengguna sehingga menjadikan OVO banyak digunakan saat ini. Untuk memperluas jangkauannya, OVO telah melakukan kerja sama dengan berbagai *merchant* sehingga menjadikan OVO sebagai salah satu *platform* pembayaran digital yang paling banyak diterima di Indonesia.

OVO memiliki dua metode pembayaran, yaitu OVO *Cash* dan OVO *Points*. OVO *Cash* merupakan uang elektronik yang dimiliki pengguna, yang terdapat dalam aplikasi OVO. OVO *Cash* mempercepat dalam melakukan transaksi yang digunakan untuk pembayaran pada *merchant* rekanan OVO. Sementara OVO *Points* merupakan poin diperoleh dari transaksi yang dilakukan di *merchant* OVO, dan kemudian dapat ditukarkan saat melakukan transaksi di *merchant* OVO. Dengan menggunakan OVO *Cash* maupun OVO *Points*, pengguna OVO dapat bertransaksi dengan mudah tanpa harus menggunakan uang tunai.

## 2.3 Pengertian Variabel

### 2.3.1 Minat Penggunaan (*intention to use*)

Minat merupakan kecenderungan perilaku pengguna untuk terus menggunakan teknologi (Davis, 1989). Menurut Slameto (2010), yang dimaksud dengan minat adalah suatu rasa kecenderungan atau ketertarikan terhadap suatu hal atau aktivitas tertentu tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Minat memiliki kaitan erat dengan perasaan yang senang sehingga mempengaruhi sikap individu dalam melakukan apapun yang menjadi kesenangannya. Dengan demikian, jika seseorang melakukan sesuatu tanpa

didasari minat, maka ada unsur keterpaksaan didalamnya. Sehingga, dalam konteks pemanfaatan *FinTech*, minat penggunaan berarti ketertarikan untuk menggunakan *FinTech* sebagai layanan inovatif yang secara kolektif mengacu pada perubahan industri konvensional menjadi layanan keuangan dan IT (Suyanto & Kurniawan, 2019).

### **2.3.2 Persepsi Kegunaan (*perceived usefulness*)**

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan oleh Davis (1989) memberi dampak kepercayaan pada pengguna bahwa penggunaan sebuah sistem atau teknologi, sehingga kinerjanya dapat menemukan suatu peningkatan, mampu digunakan secara menguntungkan. Esthiningrum & Sari (2019) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai tingkat dimana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam kehidupan sehari-hari. Kegunaan dalam menggunakan teknologi informasi diharapkan dapat membantu seseorang dalam memenuhi tugas dan tanggungjawabnya dengan baik. Kegunaan yang dirasakan mempengaruhi bagaimana seorang individu tertarik untuk menggunakan sebuah sistem. Seiring berkembangnya kemajuan teknologi, masyarakat akan semakin membutuhkan adanya kegunaan *FinTech*. Hal ini juga tidak bisa dipungkiri dengan melihat perkembangan teknologi itu sendiri. Faktor peningkatan efektivitas dan efisiensi pada dasarnya merupakan tujuan utama dari penggunaan sistem yang berbasis teknologi.

### **2.3.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*)**

Menurut (Davis, 1989), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dapat didefinisikan sebagai suatu keyakinan konsumen terhadap penggunaan teknologi yang tidak memerlukan usaha sehingga setiap individu memiliki akses penggunaan sesuai dengan kebutuhan. Ketika individu merasakan kemudahan dalam

menggunakan teknologi, dan membutuhkan tenaga dan waktu yang lebih sedikit saat menggunakan teknologi, maka teknologi tersebut lebih mungkin diterima oleh individu. Persepsi kemudahan merupakan keyakinan individu mengenai proses pengambilan keputusan terkait penggunaan sistem informasi yang akan digunakan (Esthiningrum & Sari, 2019). Semakin besar kesadaran individu akan teknologi yang mudah digunakan, maka semakin besar sikap penerimaan individu terhadap penggunaan teknologi.

#### **2.3.4 Sikap Penggunaan (*attitude toward behavior*)**

Menurut Ajzen (1991), sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku yang bersangkutan. Sikap terhadap perilaku ialah ungkapan perasaan individu terhadap suatu objek mengenai suka atau tidaknya individu pada objek tersebut (Ariyanto, 2018). Ketika seseorang memiliki sikap suka yang lebih tinggi dalam menggunakan teknologi, mereka akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk melakukannya. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan menentukan hal ini. Sikap terhadap penggunaan mengacu pada penilaian pengguna terhadap keinginan menggunakan sistem atau aplikasi.

#### **2.3.5 Norma Subyektif (*subjective norms*)**

Norma Subyektif (*Subjective Norm*) didefinisikan sebagai persepsi individu tentang perilaku tertentu didasarkan pada pendapat orang lain mengenai perilaku tersebut. Pengaruh tersebut dapat berupa dorongan dan persetujuan yang kuat dari orang lain sehingga terbentuk niat (Ajzen, 1991). Norma subyektif berhubungan dengan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan. Menurut Esthiningrum & Sari (2019) norma subyektif merupakan persepsi individu bahwa sebagian besar orang yang penting bagi mereka berpikir tentang perilaku apa

yang atau tidak boleh mereka lakukan. Norma subyektif adalah persepsi mengenai perilaku tertentu oleh seseorang yang bersumber dari asumsi orang lain mengenai perilaku tersebut. Pengaruh dapat berupa dorongan atau persetujuan yang kuat dari orang lain atas niat atau tindakan yang akan dibentuk (Syarfi & Asandimitra, 2020).

### 2.3.6 Persepsi Kontrol Perilaku (*perceived behavioral control*)

Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) mempengaruhi niat dan perilaku. Persepsi seseorang tentang betapa mudah atau sulitnya dalam melakukan perilaku yang diinginkan disebut sebagai persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Persepsi kontrol perilaku bersama dengan niat perilaku dapat digunakan secara langsung untuk memprediksi pencapaian perilaku. Persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi seseorang terhadap suatu perilaku tertentu dalam hal seberapa sulit atau mudahnya dapat disebabkan oleh faktor internal dan eksternal (Syarfi & Asandimitra, 2020). Menurut Mahyarni (2013), persepsi kontrol perilaku merupakan sikap mengendalikan keyakinan dalam persepsi atau pemikiran individu tentang memiliki kemampuan yang diperlukan, sumber daya atau peluang untuk berhasil mencapai tujuan.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Penelitian Terdahulu	Variabel Penelitian	Sampel	Kesimpulan
1.	(Ariyanto, 2018)	<b>Dependen:</b> Niat pembelian ulang <i>e-money</i> .	210 responden di Indonesia	Sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku berpengaruh

		<p><b>Independen:</b> Sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku</p>	yang disebar secara online dan offline	terhadap niat pembelian ulang <i>e-money</i> .
2.	(Rahayu, 2016)	<p><b>Dependen:</b> minat menggunakan <i>mobile m banking</i>.</p> <p><b>Independen:</b> persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas, informasi tentang <i>mobile banking</i>.</p>	376 responden nasabah BSM Cabang Yogyakarta.	<p>Persepsi kegunaan, persepsi kredibilitas, informasi tentang <i>mobile banking</i> berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan <i>mobile banking</i>.</p> <p>Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan <i>Mobile Banking</i></p>
3.	(Chuang et al., 2016)	<p><b>Dependen:</b> niat menggunakan <i>FinTech</i>.</p> <p><b>Independen:</b> kepercayaan merek dan layanan, persepsi kegunaan, dan persepsi</p>	440 responden di Taiwan yang disebar secara online.	Kepercayaan merek dan layanan, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan <i>fintech</i> .



		kemudahan penggunaan		
4.	(Trivedi, 2017)	<p><b>Dependen:</b> sikap terhadap penggunaan <i>e-money</i>.</p> <p><b>Independen:</b> persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi, norma subjektif, persepsi kepercayaan, dan <i>self-efficacy</i>.</p>	480 responden di India disebar secara online.	<p>Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap sikap terhadap penggunaan <i>e-wallet</i>.</p> <p>Persepsi kepercayaan dan <i>self-efficacy</i> tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap penggunaan <i>e-wallet</i>..</p>
5.	(Rahmatika & Fajar, 2019)	<p><b>Dependen:</b> minat penggunaan <i>e-money</i>.</p> <p><b>Independen:</b> Sikap, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, Persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko</p>	260 responden di Universitas Negeri Yogyakarta yang disebar secara online.	<p>Sikap, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>e-money</i>.</p> <p>Persepsi risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan,</p>

		waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan.		dan risiko keamanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-money.
6.	(M. C. Lee, 2009)	<b>Dependen:</b> niat berdagang secara online. <b>Independen:</b> persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan kepercayaan.	338 responden di Taiwan yang disebar secara online.	Persepsi risiko, persepsi kegunaan, persepsi manfaat, sikap, persepsi kontrol perilaku, kepercayaan secara signifikan mempengaruhi niat untuk berdagang secara online  norma subyektif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk berdagang secara online
7.	(Esthiningrum & Sari, 2019)	<b>Dependen:</b> minat menggunakan <i>e-money</i> . <b>Independen:</b> persepsi kegunaan, persepsi kemudahan	393 responden di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang disebar secara online.	Sikap, norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat transaksi menggunakan <i>e-money</i> .

		penggunaan, sikap, dan norma subyektif.		Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> .
8.	(Widi Yanto & Ery Baskoro, 2020)	<b>Dependen:</b> minat pemakaian <i>financial technology</i> . <b>Independen:</b> Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan.	68 responden di FEB Universitas Muhammadiyah Metro yang disebar secara online dan offline.	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat pemakaian <i>financial technology</i> pada aplikasi OVO.

## 2.5 Hipotesis Penelitian

### 2.5.1 Pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan *financial technology*

Persepsi kegunaan merupakan konstruk *Theory Acceptance Model* yang menjelaskan mengenai perilaku penerimaan individu atas teknologi. Dalam teori ini menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan faktor yang mempengaruhi sikap terhadap suatu teknologi, yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi itu. Persepsi kegunaan yaitu sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa persepsi kegunaan merupakan keyakinan mengenai pengambilan

keputusan. Ketika individu percaya bahwa teknologi itu berguna, maka mereka akan menggunakannya. Sebaliknya, jika individu percaya bahwa teknologi tersebut kurang bermanfaat maka mereka tidak akan menggunakannya. Dalam penelitian Chuang et al., (2016) menyatakan bahwa ketika individu percaya suatu teknologi baru berguna, maka individu akan bersikap positif terhadap teknologi baru tersebut. Penelitian (Widi Yanto & Ery Baskoro, 2020), (Chuang et al., 2016), (Jiwasiddi et al., 2019), dan (Huei et al., 2018) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan merupakan faktor yang mempengaruhi individu terhadap sikap penggunaan *FinTech*. Berdasarkan uraian tersebut, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut.

**H1:** Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.

### **2.5.2 Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan *financial technology***

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai suatu keyakinan konsumen terhadap penggunaan teknologi tidak memerlukan usaha. Berdasarkan penjelasan tersebut, persepsi kemudahan memberikan kemudahan dalam menggunakan teknologi sehingga individu dengan mudah menerima teknologi tersebut. Dalam teori TAM menyatakan ada hubungan antara persepsi kemudahan dan sikap terhadap suatu teknologi, yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan teknologi itu. Penelitian (Widi Yanto & Ery Baskoro, 2020), (Chuang et al., 2016), (Jiwasiddi et al., 2019), (Huei et al., 2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *FinTech*. Berdasarkan uraian tersebut, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut.

**H2:** Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.

### **2.5.3 Pengaruh sikap penggunaan *financial technology* terhadap minat penggunaan *financial technology***

Sikap penggunaan mengacu pada penilaian individu terhadap keinginan menggunakan sistem atau aplikasi. Sikap penggunaan ini dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Menurut Ariyanto (2018), sikap terhadap perilaku penggunaan ialah ungkapan perasaan individu terhadap suatu objek mengenai suka atau tidaknya individu pada objek tersebut. Faktor yang dapat mempengaruhi minat atau keinginan individu untuk melakukan tindakan yaitu sikap mengenai suka atau tidak suka. Semakin besar penilaian diri bahwa penggunaan teknologi informasi bermanfaat bagi diri sendiri, maka semakin besar minat perilaku individu dalam bertransaksi menggunakan *fintech*. Penelitian (Jiwasiddi et al., 2019), (Huei et al., 2018), (Esthiningrum & Sari, 2019), (Trivedi, 2017) menjelaskan bahwa sikap penggunaan adalah faktor yang mempengaruhi seseorang terhadap minat menggunakan teknologi. Berdasarkan uraian tersebut, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut.

**H3:** Sikap penggunaan *financial technology* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO

### **2.5.4 Pengaruh norma subyektif terhadap minat penggunaan *financial technology***

Definisi norma subyektif yaitu sebagai persepsi seseorang tentang apakah mereka harus melakukan sesuatu atau tidak berdasarkan pendapat sebagian besar orang yang penting bagi mereka. Norma subyektif merupakan salah satu konstruk yang dimiliki oleh *Theory of Planned Behavior* menjadi landasan perilaku individu untuk menggunakan teknologi. Dalam teori TPB menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara norma subyektif dengan niat untuk berperilaku. Bagian terpenting dari norma subyektif yaitu kekuatan sosial. *Reward* dan *punishment* merupakan kekuatan sosial

yang dimaksud dan yang diterima dari lingkungan sosial maupun seseorang terhadap individu lain, kesenangan seseorang terhadap individu lain, serta seberapa besar seseorang dianggap berpengalaman dan memiliki kehendak tersebut (Fishbein, M & Ajzen, 1975). Seperti ketika seseorang menyarankan individu lain untuk menggunakan *fintech*, maka individu tersebut akan cenderung memiliki minat menggunakan *fintech* karena menghargai pendapat seseorang tersebut. Hasil penelitian (Esthiningrum & Sari, 2019) dan (Rahmatika & Fajar, 2019) menunjukkan bahwa norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Berdasarkan uraian tersebut, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut.

**H4:** Norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.

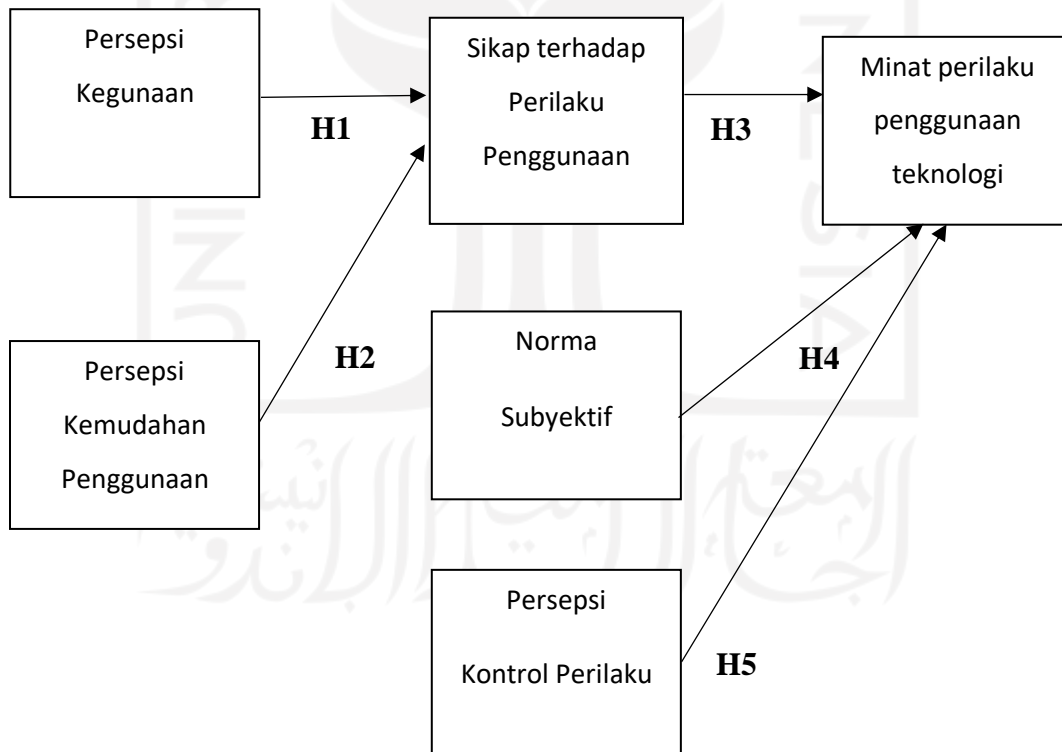
#### **2.5.5 Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat penggunaan *financial technology***

Menurut Ajzen (1991) dalam *Theory of Planned Behavior*, persepsi kontrol perilaku mengacu persepsi orang tentang betapa mudah atau sulitnya dalam melakukan perilaku yang diinginkan. Semakin besar persepsi kontrol perilaku, maka semakin kuat niat individu untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Persepsi kontrol perilaku dapat terwujud apabila terdapat peluang dan faktor pendukung. Adanya faktor pendukung memberi peran penting sehubungan dengan persepsi kontrol perilaku. Hal ini juga berlaku sebaliknya, apabila faktor pendukung yang dirasakan kurang, maka individu akan merasa sulit untuk memahami perilaku yang dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian (Ariyanto, 2018), (Rahmatika & Fajar, 2019) menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat individu untuk menggunakan *e-money*. Berdasarkan uraian tersebut, maka diusulkan hipotesis sebagai berikut.

**H5:** Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.

## 2.6 Model Penelitian

Model kerangka penelitian pada penelitian ini adalah mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap penggunaan, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO. Penelitian ini menguji dengan menggunakan dua pendekatan yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai model teori penelitian. Hubungan antar variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), sikap (*attitude*), norma subyektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.



**Gambar 2.3 Model Kerangka Penelitian**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang menggunakan layanan OVO. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia dipilih sebagai populasi dalam penelitian ini karena sebagian besar mahasiswa sudah banyak mengenal inovasi *FinTech*, peneliti juga melihat adanya peluang mahasiswa dalam menggunakan *FinTech* sebagai alat transaksi pembayaran non-tunai.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian disebut sampel. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (2015), *convenience sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Peneliti mengumpulkan data dari setiap orang yang ditemui, yang dianggap cocok sebagai sumber data. Roscoe (1982) dalam Sugiyono (2015) memberikan rekomendasi ukuran sampel penelitian yaitu jika penelitian akan menggunakan analisis *multivariate* (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah sampel yaitu minimal 10 kali dari jumlah variabel. Terdapat 6 variabel dalam penelitian ini, yaitu 1 variabel dependen, 4 variabel independen, dan 1 variabel intervening. Sehingga perhitungan jumlah minimum sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= \text{jumlah variabel yang diteliti} \times 10 \\ &= 6 \times 10 \end{aligned}$$



= 60 sampel

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diketahui bahwa jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 sampel.

### **3.2. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini menggunakan sumber data berupa adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, tanpa perantara. Penelitian ini menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner. Kuesioner disebar kepada mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang telah menggunakan layanan OVO.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara *online* melalui *google forms*. Kuesioner dalam penelitian ini disebar kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu untuk menggunakan *financial technology* layanan OVO dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Kuesioner dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert lima poin untuk setiap pertanyaan pada setiap variabel, yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), dan sangat setuju (ST).

### **3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel yaitu variabel dependen, variabel independen, dan variabel intervening. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO. Sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. Variabel sikap penggunaan sebagai variabel intervening.

### 3.3.1 Minat Penggunaan (*intention to use*)

Menurut Jogiyanto (2007), minat penggunaan adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melaksanakan perilaku tertentu. Suatu perilaku akan dilakukan seseorang jika memiliki keinginan atau minat untuk melaksanakannya. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Taylor & Todd (1995) dengan memberikan tiga pertanyaan. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert dengan lima poin untuk setiap pertanyaan yaitu skala 1; sangat tidak setuju (STS), skala 2; tidak setuju (TS), skala 3; netral (N), skala 4; setuju (S), dan skala 5; sangat setuju (SS).

No	Pertanyaan
1.	Saya berniat menggunakan layanan OVO dalam waktu dekat ini
2.	Saya berniat menggunakan layanan OVO untuk berstransaksi
3.	Saya berniat untuk sering menggunakan layanan OVO

### 3.3.2 Persepsi Kegunaan (*perceived usefulness*)

Menurut Davis (1989), persepsi kegunaan yaitu taraf dimana seseorang yakin bahwa dalam menggunakan sebuah sistem atau teknologi, kinerjanya akan mendapatkan suatu peningkatan dan mampu digunakan secara menguntungkan. Persepsi kegunaan didasarkan pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan aplikasi tertentu akan membantu pekerjaan mereka dengan lebih baik. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Davis (1989) dengan memberikan lima pertanyaan. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert dengan lima poin untuk setiap pertanyaan yaitu sangat skala 1; sangat tidak setuju (STS), skala 2; tidak setuju (TS), skala 3; netral (N), skala 4; setuju (S), dan skala 5; sangat setuju (SS).

No	Pertanyaan
1.	Menggunakan layanan OVO meningkatkan kinerja saya
2.	Layanan OVO memenuhi kebutuhan saya
3.	Menggunakan layanan OVO menghemat waktu saya

4.	Menggunakan layanan OVO memudahkan saya bertransaksi
5.	Saya merasa layanan OVO berguna dalam melakukan aktivitas saya

### 3.3.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*)

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkatan dimana individu memiliki keyakinan bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Persepsi kemudahan penggunaan terkait dengan penilaian individu tentang upaya yang terlibat dalam proses dari menggunakan teknologi. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Davis (1989) dengan memberikan lima pertanyaan. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert dengan lima poin untuk setiap pertanyaan yaitu sangat skala 1; sangat tidak setuju (STS), skala 2; tidak setuju (TS), skala 3; netral (N), skala 4; setuju (S), dan skala 5; sangat setuju (SS).

No	Pertanyaan
1.	Saya merasa mudah ketika menggunakan layanan OVO
2.	Interaksi dengan layanan OVO mudah saya pahami
3.	Mudah bagi saya untuk menggunakan layanan OVO sesuai dengan keinginan saya
4.	Mudah bagi saya mengingat bagaimana cara menggunakan layanan OVO
5.	Menggunakan layanan OVO membutuhkan banyak usaha

### 3.3.4 Sikap Penggunaan (*attitude toward behavior*)

Menurut Chuang et al (2016), sikap terhadap perilaku adalah perasaan atau penilaian positif atau negatif yang terjadi ketika seseorang menggunakan teknologi. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Taylor & Todd (1995) dengan memberikan empat pertanyaan. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert dengan lima poin untuk setiap pertanyaan yaitu sangat skala 1; sangat

tidak setuju (STS), skala 2; tidak setuju (TS), skala 3; netral (N), skala 4; setuju (S), dan skala 5; sangat setuju (SS).

No	Pertanyaan
1.	Menggunakan layanan OVO merupakan ide yang bagus
2.	Menggunakan layanan OVO merupakan ide yang bijak
3.	Saya suka ide menggunakan layanan OVO
4.	Menggunakan layanan OVO akan menyenangkan

### 3.3.5 Norma Subyektif (*subjective norms*)

Menurut Mahyarni (2013), norma subyektif adalah keyakinan seseorang untuk menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tertentu. Tindakan seseorang dipengaruhi oleh faktor lingkungan sekitar. Orang-orang sekitar mempengaruhi perasaan seseorang untuk memutuskan apakah suatu perilaku akan dilakukan atau tidak dilakukan. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Taylor & Todd (1995) dengan memberikan tiga pertanyaan. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert dengan lima poin untuk setiap pertanyaan yaitu sangat skala 1; sangat tidak setuju (STS), skala 2; tidak setuju (TS), skala 3; netral (N), skala 4; setuju (S), dan skala 5; sangat setuju (SS).

No	Pertanyaan
1.	Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya menyarankan saya untuk menggunakan layanan OVO
2.	Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan saya untuk menggunakan layanan OVO
3.	Orang-orang sekitar saya mempengaruhi saya untuk menggunakan layanan OVO

### 3.3.6 Persepsi Kontrol Perilaku (*perceived behavioral control*)

Menurut Ajzen (1991), persepsi kontrol perilaku adalah perasaan yang dimiliki seseorang tentang kemudahan atau kesulitan dalam mencapai perilaku yang disebabkan oleh faktor dukungan atau hambatan dalam mewujudkan perilaku tertentu. Instrumen penelitian ini diambil dari penelitian Taylor & Todd (1995) dengan memberikan tiga pertanyaan. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert dengan lima poin untuk setiap pertanyaan yaitu sangat skala 1; sangat tidak setuju (STS), skala 2; tidak setuju (TS), skala 3; netral (N), skala 4; setuju (S), dan skala 5; sangat setuju (SS).

No	Pertanyaan
1.	Saya dapat menggunakan layanan OVO
2.	Menggunakan layanan OVO sepenuhnya dalam kendali saya
3.	Saya memiliki sumber daya, pengetahuan serta kemampuan untuk menggunakan layanan OVO

### 3.4 Metode Analisis Data

Metode penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner online melalui *google form* yang disebar kepada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian. Untuk melakukan analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS versi 3 yang merupakan jenis analisis Structural Equation Model (SEM). PLS-SEM bertujuan untuk memaksimalkan varians yang dijelaskan dalam konstruk dependen dan juga untuk mengevaluasi kualitas data berdasarkan karakteristik model pengukuran (Hair et al., 2011). Partial Least Squares (PLS) merupakan metode analisis yang kuat dengan masalah identifikasi yang lebih sedikit. Penilaian PLS-SEM memiliki 2 tahapan proses yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

### **3.4.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)**

#### **3.4.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk menggambarkan kemampuan sebuah instrumen sebagai alat untuk mengukur variabel penelitian. Pengujian ini dilakukan untuk menilai suatu instrumen penelitian valid atau tidak. Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang akan diukur sesuai dengan tujuan dikakukannya pengukuran. Menurut Penilaian validitas terbagi menjadi dua, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen perlu menguji *Avarage Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE 0,50 dan nilai *outer loading* diatas 0,70 menunjukkan validitas konvergen yang cukup. Untuk validitas diskriminan, nilai AVE setiap konstruk harus lebih tinggi dari nilai korelasi antar konstruk dan *loading* setiap indikator harus lebih tinggi dari semua *cross loading* (Hair et al., 2011).

#### **3.4.1.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji kemampuan alat ukur untuk tetap konsisten walaupun ada perubahan waktu atau dilakukan dalam waktu yang berbeda untuk mengukur variabel yang sama. Dikatakan reliabel jika tidak ada perubahan dalam hasil pengukuran. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* diatas 0,70 (Hair et al., 2011)

### **3.4.2 Model Struktural (*Inner Model*)**

Pengujian model struktural digunakan untuk memahami hubungan sebab akibat antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Kriteria untuk pengujian model struktural dengan mengukur *coefficient determinant (R-square)* dan *path coefficient*. *R-square* didapatkan melalui uji *goodness-fit model*. Nilai *R-Square* 0,75 menggambarkan sebagai model penelitian yang kuat, 0,50 menggambarkan model yang sedang dan 0,25 menggambarkan model penelitian yang lemah. Signifikansi masing-masing *path coefficient* dapat dinilai melalui proses

*bootstrapping*. Jalur yang tidak signifikan atau menunjukkan tanda yang bertentangan dengan arah hipotesis tidak mendukung hipotesis sebelumnya, sedangkan jalur signifikan yang menunjukkan arah hipotesis mendukung hubungan sebab akibat yang diusulkan (Hair et al., 2011).



## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap penggunaan, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO. Pada bab ini menjelaskan seluruh hasil data yang sudah terkumpul melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden dan kemudian dianalisis oleh peneliti. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan sesuai dengan pokok permasalahan dan hipotesis yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya. Sehingga hasil pengumpulan data dari jawaban responden dianalisis oleh peneliti untuk mengetahui hipotesis dapat diterima atau ditolak.

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

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat penggunaan *financial technology* (OVO). Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang memiliki dan menggunakan OVO. Kuesioner disebarakan secara *online* kepada responden melalui *google form*. Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh sebanyak 100 data.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

##### **4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**



**Tabel 4.1**

**Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	26	26%
Perempuan	74	74%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Hasil olah data, 2021*

Berdasarkan hasil dari tabel 4.1 total responden yang didapatkan melalui kuesioner sebanyak 100 responden. Hasil dari pengumpulan data menunjukkan 26 responden laki-laki dengan persentase 26% dan responden perempuan sebanyak 74 responden dengan persentase 74%. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak yang mengisi kuesioner penelitian berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan.

**4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia**

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
18 Tahun	2	2%
20 tahun	17	17%
21 Tahun	63	63%
22 Tahun	14	14%
23 Tahun	3	3%
24 Tahun	1	1%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Hasil olah data, 2021*

Berdasarkan hasil dari tabel 4.2 menunjukkan hasil responden berdasarkan usia. Responden berusia 18 tahun sebanyak 2 dengan persentase 2%, pada usia 20 tahun sebanyak 17 responden dengan persentase 17%, kemudian usia 21 tahun sebanyak 63 responden dengan persentase 63%, usia 22 tahun sebanyak 14 responden dengan persentase 14%, usia 23 tahun sebanyak 3 responden dengan persentase 3%, dan pada usia 24 tahun sebanyak 1 responden dengan persentase 1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 21 tahun dengan jumlah 63 dengan persentase 63%.

#### 4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Fakultas

**Tabel 4.3**

#### **Karakteristik Berdasarkan Fakultas**

<b>Fakultas</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Bisnis dan Ekonomika	57	57%
Hukum	8	8%
Ilmu Agama Islam	3	3%
Kedokteran	5	5%
Matematika dan IPA	9	9%
Psikologi dan Ilmu Sosial	13	13%
Teknologi Industri	5	5%
Jumlah	100	100%

*Sumber: Hasil olah data, 2021*

Berdasarkan hasil dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berdasarkan fakultas. Responden yang berasal dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika yaitu sebanyak 57 responden dengan persentase 57%, pada Fakultas Hukum sebanyak 8 responden dengan persentase 8%, dari Fakultas Agama Islam sebanyak 3 responden

dengan persentase 3%, Fakultas Kedokteran sebanyak 5 responden dengan persentase 5%, Fakultas Matematika dan IPA sebanyak 9 responden dengan persentase 9%, kemudian dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial sebanyak 13 responden dengan persentase 13%, dan Fakultas Teknologi Industri sebanyak 5 responden dengan persentase 5%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini berasal dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika yaitu sebanyak 57 responden dengan persentase 57%.

### **4.3 ANALISIS KUANTITATIF**

Pada penelitian ini, uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan SmartPLS versi 3. Partial Least Square (PLS) merupakan jenis analisis Structural Equation Model (SEM) yang berbasis varian. Pengujian PLS memiliki 2 tahapan proses yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

#### **4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Uji model pengukuran bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian. Berikut ini merupakan hasil model penelitian dengan menggunakan PLS.

##### **4.3.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah instrumen penelitian sebagai alat untuk mengukur variabel penelitian dapat dikatakan valid atau tidak. Dalam penelitian ini, uji validitas terbagi menjadi dua, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Dalam pengujian validitas konvergen dapat dilihat dari besarnya *outer loading*. Validitas konvergen dikatakan valid apabila nilai *outer loading* untuk setiap indikator konstruk diatas 0,70 dan nilai *Avarage Variance Extracted* (AVE) sebesar 0,50.

**Tabel 4.4**  
**Nilai *Outer Loading* Perhitungan Pertama**

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loadings	Keterangan
Persepsi Kegunaan (perceived usefulness)	PU1	0.851	VALID
	PU2	0.885	VALID
	PU3	0.828	VALID
	PU4	0.771	VALID
	PU5	0.886	VALID
Persepsi Kemudahan Penggunaan (perceived ease of use)	PEU1	0.843	VALID
	PEU2	0.643	TIDAK VALID
	PEU3	0.870	VALID
	PEU4	0.760	VALID
	PEU5	0.299	TIDAK VALID
Sikap Penggunaan (attitude toward behavior)	AT1	0.891	VALID
	AT2	0.887	VALID
	AT3	0.900	VALID
	AT4	0.923	VALID
Norma Subyektif (subjective norms)	SN1	0.935	VALID
	SN2	0.953	VALID
	SN3	0.937	VALID

Persepsi Kontrol Perilaku ( <i>perceived behavioral control</i> )	PBC1	0.854	VALID
	PBC2	0.813	VALID
	PBC3	0.855	VALID
Minat Penggunaan ( <i>intention to use</i> )	ITU1	0.913	VALID
	ITU2	0.932	VALID
	ITU3	0.956	VALID

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai *outer loading* terdapat dua poin pertanyaan yang tidak memenuhi syarat yaitu  $> 0,70$ . Poin tersebut yaitu PEU2 dengan nilai *outer loading* sebesar 0.643 dan PEU5 dengan nilai *outer loading* sebesar 0.299. Berdasarkan hal itu, dua poin tersebut dikatakan tidak valid dan poin tersebut harus dihapus untuk melakukan perhitungan ulang. Berikut hasil nilai setelah dilakukan perhitungan kedua.

**Tabel 4.5**

**Nilai Outer Loading (Akhir)**

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loadings	Keterangan	AVE
Persepsi Kegunaan ( <i>perceived usefulness</i> )	PU1	0.851	VALID	0.810
	PU2	0.885	VALID	
	PU3	0.828	VALID	
	PU4	0.771	VALID	
	PU5	0.886	VALID	
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PEU1	0.891	VALID	0.872
	PEU3	0.899	VALID	
	PEU4	0.789	VALID	

( <i>perceived ease of use</i> )				
Sikap Penggunaan ( <i>attitude toward behavior</i> )	AT1 AT2 AT3 AT4	0.891 0.887 0.900 0.923	VALID VALID VALID VALID	0.707
Norma Subyektif ( <i>subjective norms</i> )	SN1 SN2 SN3	0.935 0.953 0.937	VALID VALID VALID	0.741
Persepsi Kontrol Perilaku ( <i>perceived behavioral control</i> )	PBC1 PBC2 PBC3	0.854 0.813 0.855	VALID VALID VALID	0.714
Minat Penggunaan ( <i>intention to use</i> )	ITU1 ITU2 ITU3	0.913 0.932 0.956	VALID VALID VALID	0.886

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai *outer loading* perhitungan kedua sudah memenuhi syarat  $> 0,70$ . Pada perhitungan pertama, poin pertanyaan PEU2 dan PEU5 menghasilkan nilai dibawah 0,70 sehingga poin tersebut dihapus dan menyisakan poin pertanyaan yang menghasilkan nilai *outer loading*  $> 0,70$  dan nilai AVE untuk seluruh poin diatas 0,50. Berdasarkan hal tersebut maka seluruh indikator dalam penelitian ini dikatakan valid atau memenuhi validitas konvergen

## 2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap konstruk serta hubungan antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Jika nilai *cross loading* setiap konstruk lebih tinggi dari korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya, dan nilai *cross loading* melebihi 0,70 maka validitas diskriminan memenuhi syarat.

**Tabel 4.6**

### **Nilai *Cross Loading***

	AT	ITU	PBC	PEU	PU	SN
AT1	0.891	0.412	0.525	0.537	0.688	0.595
AT2	0.887	0.429	0.480	0.489	0.567	0.551
AT3	0.900	0.502	0.491	0.465	0.583	0.535
AT4	0.923	0.459	0.452	0.476	0.589	0.577
ITU1	0.385	0.913	0.381	0.394	0.397	0.344
ITU2	0.447	0.932	0.405	0.489	0.552	0.333
ITU3	0.551	0.956	0.393	0.466	0.504	0.466
PBC1	0.504	0.411	0.854	0.697	0.538	0.274
PBC2	0.409	0.337	0.813	0.454	0.282	0.183
PBC3	0.441	0.293	0.855	0.487	0.389	0.251
PEU1	0.563	0.473	0.642	0.891	0.692	0.337
PEU3	0.481	0.411	0.557	0.899	0.604	0.276
PEU4	0.311	0.340	0.499	0.789	0.496	0.178
PU1	0.592	0.388	0.369	0.538	0.851	0.528
PU2	0.583	0.481	0.481	0.642	0.885	0.445
PU3	0.493	0.468	0.368	0.594	0.828	0.362
PU4	0.519	0.434	0.445	0.578	0.771	0.271
PU5	0.649	0.441	0.416	0.636	0.886	0.508

SN1	0.588	0.384	0.218	0.351	0.500	0.935
SN2	0.603	0.383	0.255	0.319	0.524	0.953
SN3	0.581	0.400	0.265	0.238	0.452	0.937

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai *cross loading* sudah memenuhi syarat yaitu diatas 0,70. Sehingga hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki validitas diskriminan yang baik.

#### 4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan cara melihat nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Konstruk dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* diatas 0,70. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut.

**Tabel 4.7**

#### **Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0.922	0.945	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.927	0.953	Reliabel
Sikap Penggunaan	0.795	0.878	Reliabel
Norma Suyektif	0.830	0.895	Reliabel
Persepsi Kontrol Perilaku	0.899	0.926	Reliabel
Minat Penggunaan	0.936	0.959	Reliabel



*Sumber: Hasil olah data, 2021*

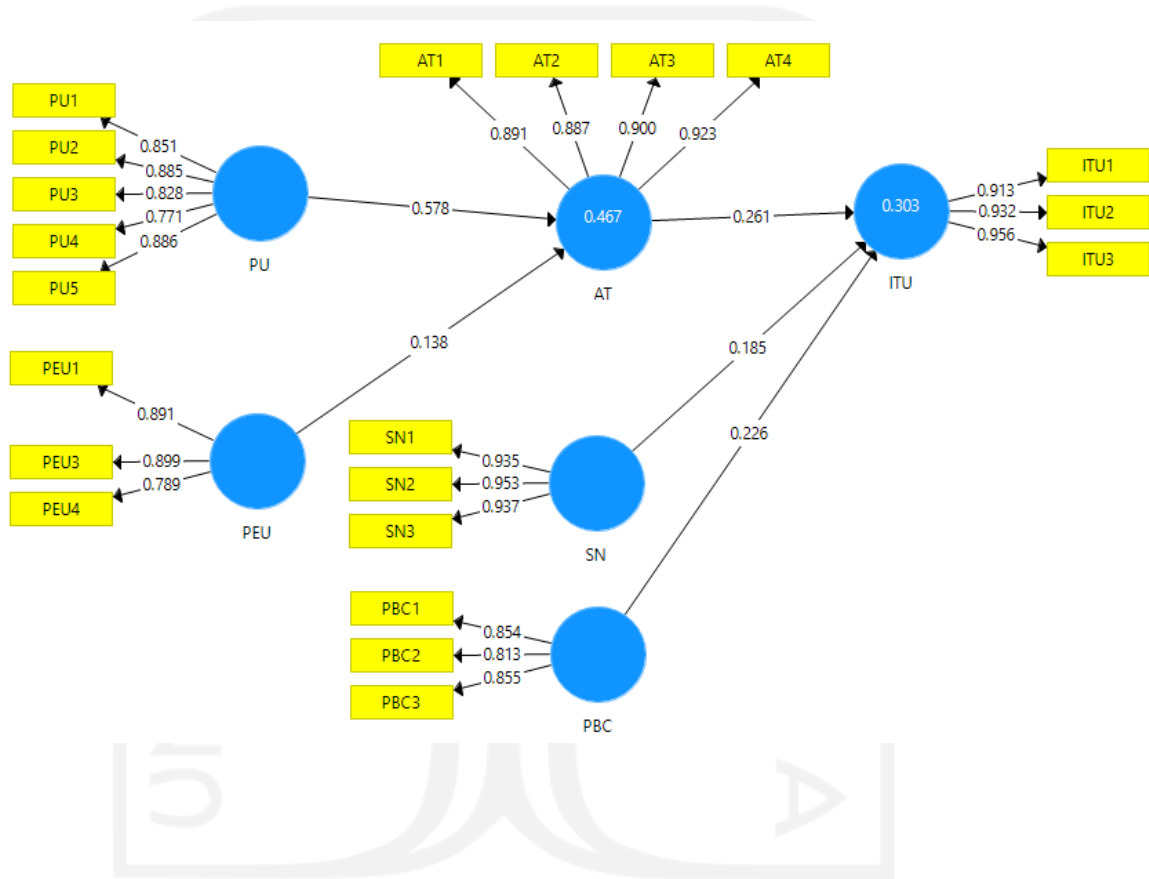
Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dinilai dengan cara melihat dengan *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* untuk semua variabel memiliki nilai  $> 0,70$ . Sehingga dapat dikatakan seluruh variabel dalam penelitian adalah reliabel.

#### **4.3.2 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)**

Hasil uji model struktural dapat dilihat dari nilai *R-square* yang dihasilkan dari uji *goodness-fit model*. Kemudian yaitu melihat signifikan pengaruh antar variabel dengan menggunakan hasil nilai *path coefficient*. Berikut merupakan hasil model penelitian dengan menggunakan PLS.

**GAMBAR 4.1**

**HASIL MODEL PENELITIAN**



**4.3.2.1 Goodness-fit Model**

**Tabel 4.8**

**Nilai R-Square**

Variabel	R Square
Sikap Penggunaan	0.467
Minat Penggunaan	0.303

Sumber: Hasil olah data, 2021

Dari hasil tabel 4.8 menunjukkan bahwa *R-Square* variabel sikap penggunaan sebesar 0.467 yang artinya bahwa variabel sikap penggunaan yang dijelaskan oleh variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan sebesar 46,7% dan sisanya 53,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Sedangkan nilai *R-square* variabel minat penggunaan sebesar 0.303. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel sikap penggunaan, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku sebesar 30.3% dan sisanya 69,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### 4.3.2.2 Uji Hipotesis dan Pembahasan

**Tabel 4.9**

**Hasil *Path Coefficients***

Hipotesa		Original Sample	T Statistics	<i>P- Values</i>	Keterangan
H1	Persepsi Kegunaan -> Sikap Penggunaan	0.578	3.931	0.000	Diterima
H2	Persepsi Kemudahan -> Sikap Penggunaan	0.138	0.869	0.385	Ditolak
H3	Sikap Penggunaan -> Minat Penggunaan	0.261	2.141	0.033	Diterima
H4	Norma Sukyektif -> Minat Penggunaan	0.185	1.719	0.086	Ditolak

H5	Persepsi Kontrol Perilaku -> Minat Penggunaan	0.226	2.660	0.008	Diterima
----	---	-------	-------	-------	----------

Sumber: Hasil olah data, 2021

**1. H1: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO**

Berdasarkan tabel 4.9 hasil *path coefficients* untuk pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan menunjukkan hasil nilai koefisien parameter sebesar 0,578 yang artinya variabel berpengaruh positif. Sementara nilai t-statistics persepsi kegunaan yaitu sebesar 3,931 yang artinya lebih besar dari t-tabel 1,96 dan menyatakan hasil yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis 1 yang menyatakan persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chuang et al., (2016) dan Huei et al., (2018) yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan mempengaruhi sikap penggunaan *fintech*, hal ini mengandung arti bahwa pengguna akan memiliki sikap yang positif terhadap teknologi baru jika mereka percaya bahwa teknologi tersebut berguna. Sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin bermanfaat teknologi layanan OVO maka semakin tinggi sikap penggunaannya.

**2. H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO**

Berdasarkan hasil *path coefficients* untuk pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan menunjukkan hasil nilai koefisien parameter sebesar 0,138

yang artinya variabel berpengaruh positif. Sementara nilai t-statistics persepsi kemudahan yaitu sebesar 0.869 yang artinya lebih kecil dari t-tabel 1,96 dan menyatakan hasil yang tidak signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis 2 yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *financial technology* pada layanan OVO ditolak.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu keyakinan konsumen terhadap penggunaan teknologi tidak memerlukan usaha. Persepsi kemudahan memberikan kemudahan dalam menggunakan teknologi sehingga individu dengan mudah menerima teknologi tersebut. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Jiwasiddi et al., (2019), dalam penelitian ini persepsi kemudahan bukan merupakan faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan individu terhadap teknologi. Sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa individu merasa tidak mudah dalam menggunakan layanan OVO dan layanan OVO tidak mudah diterima oleh pengguna. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Esthiningrum & Sari (2019).

### **3. H3: Sikap penggunaan *financial technology* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO**

Berdasarkan hasil *path coefficients* untuk pengaruh sikap penggunaan terhadap minat penggunaan menunjukkan hasil nilai koefisien parameter sebesar 0,261 yang artinya variabel berpengaruh positif. Sementara nilai t-statistics sikap penggunaan yaitu sebesar 2,141 yang artinya lebih besar dari t-tabel 1,96 dan menyatakan hasil yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis 3 yang menyatakan sikap penggunaan *financial technology* berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO diterima.

Sikap terhadap perilaku penggunaan adalah ungkapan perasaan individu terhadap suatu objek mengenai suka atau tidaknya individu pada objek tersebut. Sikap berupa perasaan positif atau negatif dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat atau keinginan individu untuk melakukan sesuatu. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi sikap individu terhadap teknologi pada layanan OVO, maka semakin tinggi minat individu untuk menggunakan *financial technology* pada layanan OVO. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Huei et al., (2018) yang menunjukkan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *financial technology*.

**4. H4: Norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.**

Berdasarkan hasil *path coefficients* untuk pengaruh norma subyektif terhadap minat penggunaan menunjukkan hasil nilai koefisien parameter sebesar 0,185 yang artinya variabel berpengaruh positif. Sementara nilai t-statistics norma subyektif yaitu sebesar 1,719 yang artinya lebih kecil dari t-tabel 1,96 dan menyatakan hasil yang tidak signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis 4 yang menyatakan norma subyektif berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO ditolak.

Norma subyektif merupakan tindakan seseorang dipengaruhi oleh faktor lingkungan sekitar. Ketika seseorang menyarankan individu lain untuk menggunakan *fintech*, maka orang tersebut akan cenderung memiliki minat menggunakan *fintech* karena menghargai pendapat seseorang tersebut. Namun dalam penelitian ini menunjukkan bahwa norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat seseorang untuk menggunakan layanan OVO tidak dipengaruhi oleh

pendapat orang-orang sekitar. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009) yang menunjukkan bahwa norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan.

#### **5. H5: Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO**

Berdasarkan hasil *path coefficients* untuk pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat penggunaan menunjukkan hasil nilai koefisien parameter sebesar 0,226 yang artinya variabel berpengaruh positif. Sementara nilai t-statistics persepsi kontrol perilaku yaitu sebesar 2,660 yang artinya lebih besar dari t-tabel 1,96 dan menyatakan hasil yang signifikan. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis 5 yang menyatakan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO diterima.

Persepsi kontrol perilaku mengacu pada persepsi seseorang mengenai betapa mudah atau sulitnya dalam melakukan perilaku yang diinginkan. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi kontrol perilaku, maka semakin kuat niat individu untuk menggunakan *financial technology* pada layanan OVO. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ariyanto (2018) dan Rahmatika & Fajar (2019) yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menggunakan teknologi.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif signifikan terhadap sikap penggunaan. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin berguna layanan OVO, maka semakin tinggi sikap penggunaan terhadap layanan OVO.
2. Variabel persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan. Hal ini berarti seseorang merasa tidak mudah dalam menggunakan layanan OVO dan layanan OVO tidak mudah diterima oleh pengguna.
3. Variabel sikap penggunaan (*attitude toward behavior*) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO. Hal ini berarti semakin tinggi sikap penggunaan terhadap layanan OVO, maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan OVO.
4. Variabel norma subyektif (*subjective norms*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO. Hal ini berarti minat seseorang untuk menggunakan layanan OVO tidak dipengaruhi oleh pendapat orang-orang sekitar.
5. Variabel persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO. Hal ini berarti semakin tinggi persepsi kontrol perilaku terhadap layanan OVO, maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan OVO.



## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti merasa ada keterbatasan dan kesulitan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Adapun keterbatasan yang dirasakan pada penelitian ini sebagai berikut:

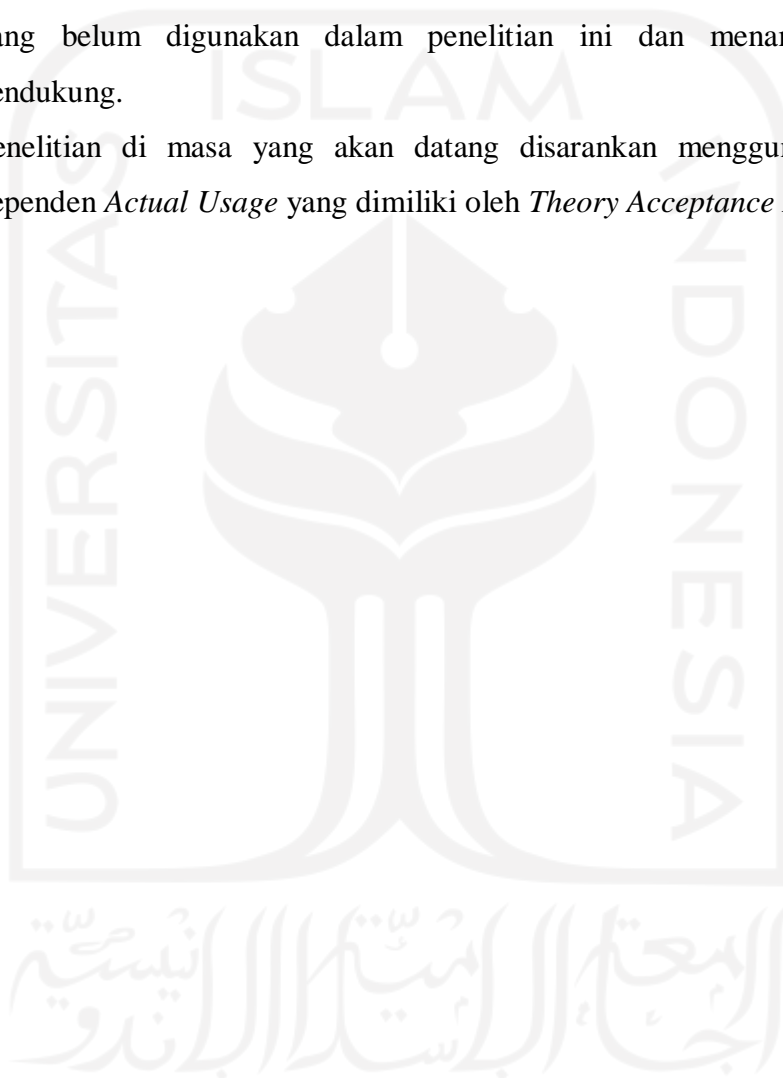
1. Responden dalam penelitian ini hanya Mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang memiliki dan menggunakan OVO.
2. Proses pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara *online*. Data yang dianalisis dalam penelitian didasarkan pada persepsi tanggapan responden, sehingga dimungkinkan sikap responden yang tidak jujur atau serius saat mengisi kuesioner dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya tidak terjadi.
3. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini hanya 5 variabel yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap penggunaan, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku sehingga tidak mencakup dan mengetahui seluruh variabel yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *financial technology* pada layanan OVO.
4. Variabel dependen dalam penelitian ini hanya sampai *Intention to Use* tidak mencapai *Actual Usage* dari variabel yang dimiliki *Theory Acceptance Model* (TAM).

## 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat peneliti berikan untuk dapat menyempurnakan penelitian di masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Penelitian di masa yang akan datang disarankan menggunakan responden yang lebih banyak tidak hanya sebatas mahasiswa namun juga pengguna OVO lainnya.

2. Penelitian di masa yang akan datang disarankan untuk menambah metode lain selain kuesioner untuk pengumpulan data agar memperoleh hasil yang lebih objektif dan akurat.
3. Penelitian di masa yang akan datang disarankan menambahkan variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini dan menambahkan teori pendukung.
4. Penelitian di masa yang akan datang disarankan menggunakan variabel dependen *Actual Usage* yang dimiliki oleh *Theory Acceptance Model (TAM)*.



## 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)
- Ariyanto, D. (2018). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Repurchase Intention E-Money. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(4), 583–589.
- Bank Indonesia. (2017). *Peraturan BI No. 19-12-PBI 2017*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135776/peraturan-bi-no-1912pbi2017-tahun-2017>
- Chuang, L.-M., Liu, C.-C., & Kao, H.-K. (2016). The Adoption of Fintech Service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 3(07), 1–15. [www.ijmas.org](http://www.ijmas.org)
- 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>
- Esthiningrum, A., & Sari, S. P. (2019). Pendekatan Theory Rasoned Action ( Tra ) Dan Technology Acceptance Model ( Tam ) Dalam Minat Transaksi Menggunakan E-Money. *Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 163–172.
- Fishbein, M & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. *Reading, MA:Addision--Wesley*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

- Huei, C. T., Cheng, L. S., Seong, L. C., Khin, A. A., & Leh Bin, R. L. (2018). Preliminary study on consumer attitude towards fintech products and services in malaysia. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(2), 166–169. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13310>
- Immawati, & Dadang. (2019). MINAT MASYARAKAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY ( FINTECH ) DI KOTA TANGERANG. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 1–8.
- Jiwasiddi, A., Adhikara, C., Adam, M., & Triana, I. (2019). *Attitude toward using Fintech among Millennials*. <https://doi.org/10.4108/eai.26-1-2019.2283199>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35–46. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>
- Lee, M. C. (2009). Predicting and explaining the adoption of online trading: An empirical study in Taiwan. *Decision Support Systems*, 47(2), 133–142. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2009.02.003>
- Mahyarni, M. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Rahayu, I. S. (2016). MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE

- MODEL (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137.  
[https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284.  
<https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 9(3), 196–209. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3075>
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*. PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta cv, Bandung.
- Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>
- Syarfi, S., & Asandimitra, N. (2020). Implementasi Theory of Planned Behavior dan Risk Tolerance Terhadap Intensi Investasi Peer to Peer Lending. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 864–877.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage.pdf.crdownload.pdf. In *Information Systems Research* (Vol. 6, Issue 2, pp. 144–176). <https://www.jstor.org/stable/23011007>
- Trivedi, J. (2017). *Factors Determining the Acceptance of E-Wallet*. 1(February).

Widi Yanto, & Ery Baskoro. (2020). Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi Ovo Sebagai Digital Payment. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 1(1), 96–109.





# LAMPIRAN

## **LAMPIRAN 1**

### **KUESIONER PENELITIAN**

Assalamualaikum Wr.Wb.

Perkenalkan saya Amalia Puspa De Alvira, Mahasiswi Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir dengan judul “PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, SIKAP, NORMA SUBYEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY (OVO)*”.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa Aktif Universitas Islam Indonesia
2. Mahasiswa yang memiliki dan menggunakan OVO

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian dengan jujur sesuai dengan pendapat dan keadaan diri anda yang sesungguhnya. Seluruh informasi yang diberikan responden hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini. Atas bantuan dan partisipasi saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Hormat saya,

Amalia Puspa De Alvira



### **Bagian 1: Identitas Responden**

1. Nama (optional) :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
4. Fakultas :
  - Bisnis dan Ekonomika
  - Hukum
  - Ilmu Agama Islam
  - Kedokteran
  - Matematika dan IPA
  - Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
  - Teknik Sipil dan Perencanaan
  - Teknologi Industri

### **Bagian 2: Kuesioner Penelitian**

#### **Petunjuk Pengisian**

Pada bagian ini berilah tanda centang untuk mengisi jawaban dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Tidak ada jawaban benar dan salah pada setiap pertanyaan, semua pertanyaan membutuhkan jawaban yang diukur dengan skala 1-5 berupa pendapat dan keadaan saudara/i yang sesungguhnya.

#### **Keterangan**

Skala 1 : Sangat Tidak Setuju

Skala 2 : Tidak Setuju

Skala 3 : Netral

Skala 4 : Setuju

Skala 5 : Sangat Setuju

## PERSEPSI KEGUNAAN

Persepsi kegunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sebuah sistem atau teknologi, kinerjanya dapat menemukan suatu peningkatan dan mampu digunakan secara menguntungkan (Davis, 1989). Pertanyaan berikut digunakan untuk menggambarkan persepsi kegunaan saudara/i terhadap *financial technology* layanan OVO.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Menggunakan layanan OVO meningkatkan kinerja saya					
2	Layanan OVO memenuhi kebutuhan saya					
3	Menggunakan layanan OVO menghemat waktu saya					
4	Menggunakan layanan OVO memudahkan saya bertransaksi					
5	Saya merasa layanan OVO berguna dalam melakukan aktivitas saya					

## PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN

Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha (Davis, 1989). Pertanyaan berikut digunakan untuk menggambarkan persepsi kemudahan penggunaan saudara/i terhadap *financial technology* layanan OVO.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa mudah ketika menggunakan layanan OVO					
2	Interaksi dengan layanan OVO mudah saya pahami					
3	Mudah bagi saya untuk menggunakan layanan OVO sesuai dengan keinginan saya					
4	Mudah bagi saya mengingat bagaimana cara menggunakan layanan OVO					
5	Menggunakan layanan OVO membutuhkan banyak usaha					

## SIKAP PENGGUNAAN

Sikap terhadap perilaku adalah perasaan atau evaluasi positif atau negatif yang dihasilkan ketika seseorang menggunakan teknologi (Chuang et al., 2016). Pertanyaan berikut digunakan untuk menggambarkan sikap penggunaan saudara/i terhadap *financial technology* layanan OVO.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Menggunakan layanan OVO merupakan ide yang bagus					
2	Menggunakan layanan OVO merupakan ide yang bijak					
3	Saya suka ide menggunakan layanan OVO					
4	Menggunakan layanan OVO akan menyenangkan					

## **NORMA SUBYEKTIF**

Norma subyektif adalah keyakinan seseorang untuk menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tertentu. Tindakan seseorang dipengaruhi oleh faktor lingkungan sekitar (Mahyarni, 2013). Pertanyaan berikut digunakan untuk menggambarkan norma subyektif saudara/i terhadap *financial technology* layanan OVO.

<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Orang-orang yang mempengaruhi perilaku saya menyarankan saya untuk menggunakan layanan OVO					
2	Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan saya untuk menggunakan layanan OVO					
3	Orang-orang sekitar saya mempengaruhi saya untuk menggunakan layanan OVO					

### PERSEPSI KOTROL PERILAKU

Persepsi kontrol perilaku adalah perasaan yang dimiliki seseorang tentang kemudahan atau kesulitan dalam mencapai perilaku yang disebabkan oleh faktor dukungan atau hambatan dalam mewujudkan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Pertanyaan berikut digunakan untuk menggambarkan persepsi kontrol perilaku saudara/i terhadap *financial technology* layanan OVO.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya dapat menggunakan layanan OVO					
2	Menggunakan layanan OVO sepenuhnya dalam kendali saya					
3	Saya memiliki sumber daya, pengetahuan serta kemampuan untuk menggunakan layanan OVO					

### MINAT PENGGUNAAN

Minat penggunaan adalah suatu keinginan atau minat individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Suatu perilaku akan dilakukan seseorang jika memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2007). Pertanyaan berikut digunakan untuk menggambarkan minat penggunaan saudara/i terhadap *financial technology* layanan OVO.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya berniat menggunakan layanan OVO dalam waktu dekat ini					
2	Saya berniat menggunakan layanan OVO untuk berstransaksi					
3	Saya berniat untuk sering menggunakan layanan OVO					

## LAMPIRAN 2

### Tabulasi Data

No	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	PU 5	PEU 1	PEU 2	PEU 3	PEU 4	PEU 5	AT 1	AT 2	AT 3
1	3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5
2	3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	5	5	5	3	4	5	3	4	3	3
10	4	4	5	5	4	5	4	5	5	2	5	4	4
11	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
13	3	3	2	4	3	4	4	5	5	2	5	5	5
14	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4
15	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3
17	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
19	2	3	4	4	2	4	5	4	5	1	4	5	4
20	3	3	4	4	3	4	4	4	4	1	3	3	3
21	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	3	3	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5
23	4	5	5	5	5	5	5	5	4	1	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	2	3	2	4	3	3	5	3	4	2	3	3	2
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4
28	2	2	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	2
29	3	4	4	4	4	5	5	5	5	2	5	5	5
30	4	3	4	4	4	5	3	4	4	2	4	4	4

N o	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	PU 5	PEU 1	PEU 2	PEU 3	PEU 4	PEU 5	AT 1	AT 2	AT 3
31	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
33	4	4	4	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5
34	5	5	4	5	5	5	4	5	4	2	5	4	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5
36	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3
37	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
38	2	3	2	3	3	4	5	4	5	1	4	2	2
39	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
42	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	5	5	5
43	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
44	4	5	5	5	5	4	4	4	5	2	4	3	4
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5
47	3	3	4	4	4	4	5	5	5	2	3	3	3
48	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4
49	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
50	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
51	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
53	3	4	4	5	4	5	5	5	5	2	4	3	4
54	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5
56	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	3	4	4	4	4	3	4	4	4	1	3	3	3
58	4	4	5	5	4	5	5	4	5	2	5	4	4
59	4	4	4	5	4	5	5	5	5	2	4	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4



No	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	PU 5	PEU 1	PEU 2	PEU 3	PEU 4	PEU 5	AT 1	AT 2	AT 3
61	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
62	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5
63	4	4	4	5	4	5	5	5	4	2	4	4	4
64	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4	5	4
65	4	4	4	5	3	4	4	5	4	2	4	4	4
66	3	4	4	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4
67	3	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4
68	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
69	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2	4	4	5
70	4	4	3	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5
71	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4
74	3	4	5	5	4	5	5	5	5	2	3	3	3
75	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	3	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4
80	3	4	4	5	3	5	5	5	5	1	3	3	3
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5
83	3	3	3	4	3	4	4	3	3	1	4	3	3
84	3	3	5	5	5	4	5	5	5	1	3	5	1
85	4	5	5	4	4	5	5	5	4	2	5	5	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5
87	4	4	5	3	5	5	3	5	5	2	5	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	3	4
90	3	4	4	5	4	5	4	3	4	2	3	3	4
91	4	4	5	5	4	4	5	3	4	2	4	3	3
92	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4
93	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3
94	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	5	5	5
95	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4

96	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4
97	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5
98	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5
99	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3
100	3	4	4	5	4	4	3	3	4	2	4	4	4

No	AT4	SN1	SN2	SN3	PBC1	PBC2	PBC3	ITU1	ITU2	ITU3
1	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5
2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	2	2	2	4	3	4	4	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
7	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	3	3	3	5	3	5	3	4	3
10	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
13	5	2	2	2	5	5	5	3	3	3
14	4	4	2	3	5	5	5	4	4	3
15	3	2	2	2	4	4	4	3	3	2
16	3	3	3	3	5	2	3	3	3	2
17	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	5	4	4	1	3	2
19	4	2	2	4	5	5	5	5	5	5
20	3	2	2	2	4	4	4	3	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	2	2	4	5	4	4	3	4	2
23	4	3	3	3	5	5	5	4	5	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	3	2	3	2	3	2	4	2	2	1
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2
28	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3

No	AT4	SN1	SN2	SN3	PBC1	PBC2	PBC3	ITU1	ITU2	ITU3
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
33	4	4	3	3	5	5	5	4	5	5
34	5	3	4	3	5	4	4	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	3	2	2	2	5	4	4	3	3	3
37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
38	2	1	1	1	5	5	5	2	2	2
39	5	3	4	3	4	5	5	4	4	3
40	4	4	4	4	4	5	4	1	1	1
41	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4
42	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5
43	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2
44	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5
45	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5
46	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5
47	3	2	2	2	4	4	3	5	5	4
48	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4
49	5	3	4	4	5	5	4	3	5	5
50	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
51	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
52	3	4	3	3	5	5	5	5	5	4
53	4	2	2	1	5	5	5	3	4	3
54	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5
55	5	5	5	3	5	3	3	3	5	5
56	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
57	3	1	2	2	4	4	4	3	4	3
58	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4
59	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
61	5	4	4	4	5	5	5	3	2	2
62	5	3	1	1	5	5	5	5	5	5
63	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5

No	AT4	SN1	SN2	SN3	PBC1	PBC2	PBC3	ITU1	ITU2	ITU3
64	4	3	2	2	5	5	4	3	3	3
65	3	3	3	3	5	5	4	5	5	5
66	3	2	2	2	5	5	5	4	4	4
67	4	1	1	1	5	4	4	4	5	4
68	4	2	2	2	4	4	3	4	4	3
69	4	3	3	3	5	5	4	4	5	4
70	4	3	2	3	5	5	5	3	4	3
71	3	2	2	1	4	5	5	3	3	3
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4
74	4	3	3	3	5	5	4	4	4	3
75	5	4	4	5	5	3	5	4	4	5
76	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4
80	3	1	1	1	5	5	5	3	4	3
81	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
83	3	2	2	4	4	4	4	3	4	3
84	3	3	3	3	5	3	4	5	4	4
85	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
86	5	3	4	3	5	5	5	3	3	3
87	4	4	3	3	5	4	4	5	5	5
88	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
89	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4
90	3	1	2	2	4	5	4	5	5	4
91	3	2	2	2	4	4	4	3	5	3
92	3	4	3	4	5	4	5	2	3	2
93	3	2	2	3	4	4	4	3	4	3
94	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
95	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
96	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
97	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4
98	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5

No	AT4	SN1	SN2	SN3	PBC1	PBC2	PBC3	ITU1	ITU2	ITU3
99	3	3	3	3	5	5	5	5	4	3
100	4	2	2	2	4	4	4	3	4	3

Keterangan: PU=*Perceived Usefulness*, PEU=*Perceived Ease of Use*, AT=*Attitude Toward Behavior*, SN=*Subjective Norms*, PBC=*Perceived Behavioral Control*, ITU=*Intention to Use*.



### LAMPIRAN 3

#### Hasil Uji Validitas

##### 1. Nilai *Outer Loading*

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loadings	Keterangan	AVE
Persepsi Kegunaan ( <i>perceived usefulness</i> )	PU1	0.851	VALID	0.810
	PU2	0.885	VALID	
	PU3	0.828	VALID	
	PU4	0.771	VALID	
	PU5	0.886	VALID	
Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>perceived ease of use</i> )	PEU1	0.891	VALID	0.872
	PEU3	0.899	VALID	
	PEU4	0.789	VALID	
Sikap Penggunaan ( <i>attitude toward behavior</i> )	AT1	0.891	VALID	0.707
	AT2	0.887	VALID	
	AT3	0.900	VALID	
	AT4	0.923	VALID	
Norma Subyektif ( <i>subjective norms</i> )	SN1	0.935	VALID	0.741
	SN2	0.953	VALID	
	SN3	0.937	VALID	
Persepsi Kontrol Perilaku	PBC1	0.854	VALID	0.714
	PBC2	0.813	VALID	
	PBC3	0.855	VALID	

<i>(perceived behavioral control)</i>				
Minat	ITU1	0.913	VALID	0.886
Penggunaan	ITU2	0.932	VALID	
<i>(intention to use)</i>	ITU3	0.956	VALID	



## 2. Nilai Cross Loading

	AT	ITU	PBC	PEU	PU	SN
AT1	0.891	0.412	0.525	0.537	0.688	0.595
AT2	0.887	0.429	0.480	0.489	0.567	0.551
AT3	0.900	0.502	0.491	0.465	0.583	0.535
AT4	0.923	0.459	0.452	0.476	0.589	0.577
ITU1	0.385	0.913	0.381	0.394	0.397	0.344
ITU2	0.447	0.932	0.405	0.489	0.552	0.333
ITU3	0.551	0.956	0.393	0.466	0.504	0.466
PBC1	0.504	0.411	0.854	0.697	0.538	0.274
PBC2	0.409	0.337	0.813	0.454	0.282	0.183
PBC3	0.441	0.293	0.855	0.487	0.389	0.251
PEU1	0.563	0.473	0.642	0.891	0.692	0.337
PEU3	0.481	0.411	0.557	0.899	0.604	0.276
PEU4	0.311	0.340	0.499	0.789	0.496	0.178
PU1	0.592	0.388	0.369	0.538	0.851	0.528
PU2	0.583	0.481	0.481	0.642	0.885	0.445
PU3	0.493	0.468	0.368	0.594	0.828	0.362
PU4	0.519	0.434	0.445	0.578	0.771	0.271
PU5	0.649	0.441	0.416	0.636	0.886	0.508
SN1	0.588	0.384	0.218	0.351	0.500	0.935
SN2	0.603	0.383	0.255	0.319	0.524	0.953
SN3	0.581	0.400	0.265	0.238	0.452	0.937



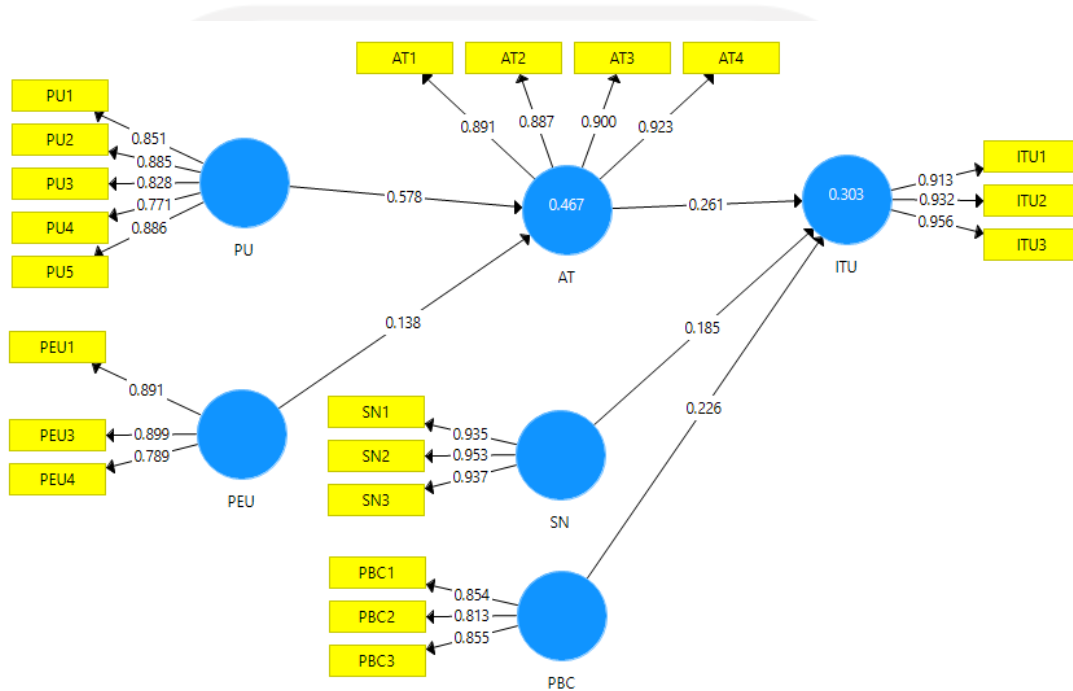
#### LAMPIRAN 4

##### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0.922	0.945	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.927	0.953	Reliabel
Sikap Penggunaan	0.795	0.878	Reliabel
Norma Suyektif	0.830	0.895	Reliabel
Persepsi Kontrol Perilaku	0.899	0.926	Reliabel
Minat Penggunaan	0.936	0.959	Reliabel

## LAMPIRAN 5

### Hasil Model Penelitian



## LAMPIRAN 6

### Nilai R-Square

Variabel	R Square
Sikap Penggunaan	0.467
Minat Penggunaan	0.303



## LAMPIRAN 7

### Hasil *Path Coefficients*

Hipotesa		Original Sample	T Statistics	<i>P- Values</i>	Keterangan
H1	Persepsi Kegunaan -> Sikap Penggunaan	0.578	3.931	0.000	Diterima
H2	Persepsi Kemudahan -> Sikap Penggunaan	0.138	0.869	0.385	Ditolak
H3	Sikap Penggunaan -> Minat Penggunaan	0.261	2.141	0.033	Diterima
H4	Norma Sukyektif - > Minat Penggunaan	0.185	1.719	0.086	Ditolak
H5	Persepsi Kontrol Perilaku -> Minat Penggunaan	0.226	2.660	0.008	Diterima